

INCREMENTANDO LAS RELACIONES COMERCIALES ENTRE COLOMBIA Y CHINA

JAIME RAFAEL AHCAR OLMOs

Magíster en Comercio Internacional, Universidad de Alicante, España.

Economista y Especialista en Economía Internacional, Universidad Externado, Colombia.

Docente, coordinador del área de Economía Internacional e Investigador del Grupo - IDEAS -

Departamento de Economía, Pontificia Universidad Javeriana de Cali, Colombia.

jahcar@javerianacali.edu.co

EMMA OSORIO MEDINA

Magíster en Administración con Énfasis en Finanzas Internacionales, Universidad Autónoma de Guadalajara, México.

Magíster en Estudios Políticos, Pontificia Universidad Javeriana de Cali, Colombia.

Economista investigador del Grupo - IDEAS - Departamento de Globalización y Desarrollo del

departamento de Economía de la Universidad Javeriana de Cali, Colombia.

Docente de Tiempo Completo, Pontificia Universidad Javeriana de Cali, Colombia.

eosorio@javerianacali.edu.co

Fecha de recepción: 03-04-2008

Fecha de corrección: 14-08-2008

Fecha de aceptación: 19-11-2008

RESUMEN

Después de las reformas de finales de los años setenta, China consiguió su despegue económico a tal punto que, en la actualidad, se consolida como uno de los mercados más importantes del mundo, recibiendo la atención de investigadores y hombres de negocios a lo largo del planeta. En Colombia existen pocos estudios que hayan explorado las relaciones comerciales con China; en tal sentido, el presente artículo ofrece una amplia revisión de fuentes estadísticas y referencias bibliográficas, dando luces sobre las características y los factores que afectan las relaciones comerciales bilaterales. Los resultados muestran que, si bien China es un valioso proveedor de mercancías para Colombia,

las exportaciones hacia ese país aún se encuentran por debajo de su potencial, y se genera un déficit comercial enorme. También muestra que las exportaciones colombianas hacia China se hallan concentradas en unos pocos productos y que dado el tamaño y potencialidad de esta economía, se deberían comenzar negociaciones comerciales que busquen la firma de un acuerdo de libre comercio que permita incrementar el comercio entre ambos países.

PALABRAS CLAVE

Relaciones comerciales internacionales, Acuerdos de Libre Comercio, China, Colombia, política comercial, importaciones, exportaciones.

Clasificación JEL: F14, F15

ABSTRACT

Improving business relations between Colombia and China

After the reforms of the late 1970s, China achieved such a strong economic take-off that it was able to consolidate into one of today's most important markets worldwide, catching the attention of business people and researchers around the globe. In Colombia few studies have been conducted to examine commercial relations with China. In this respect, this paper provides a thorough review of statistical sources and bibliographical references, shedding light on the characteristics of and the factors affecting bilateral commercial relations. It shows that, although China

is an important supplier of goods to Colombia, exports to that country remain below their potential, thus generating a huge commercial deficit. It also shows that Colombian exports to China focus on a limited number of products and, given the size and potential of the Chinese economy, Colombia should begin commercial negotiations with China for the purpose of signing a free trade agreement that would make it possible to increase trade between both countries.

KEY WORDS

International commercial relations, free trade agreements, China, Colombia, commercial policy, imports, exports.

INTRODUCCIÓN

Tras cerca de dos décadas de apertura económica, la política exterior de Colombia se enfoca en consolidar la internacionalización de su economía. En esa dirección apuntan la firma del Tratado de Libre Comercio (TLC) con Chile, el acuerdo de Complementación Económica No. 59 CAN-Mercosur y las negociaciones de tratados de libre comercio con Estados Unidos, la Unión Europea y las repúblicas de El Salvador, Guatemala y Honduras, entre otros.¹ Con la misma lógica de seguir avanzando en la liberalización comercial, luego de los diferentes escollos con que se ha tropezado la aprobación del TLC entre Colombia y los Estados Unidos, se ha sumado Canadá a la lista de países con los que se busca expandir las relaciones comerciales colombianas.

A pesar de la clara apuesta del país por el libre comercio, el comercio internacional colombiano se encuentra todavía poco diversificado desde el punto de vista del destino de sus exportaciones, con una fuerte dependencia del mercado estadounidense y latinoamericano que representan más del 60% del total. Ningún país asiático se encuentra aún en la lista de los acuerdos de integración firmados o en negociación por Colombia, aunque se ha iniciado una estrategia de integración con algunos países de esa región.

Contrario a las tendencias mundiales en materia comercial que le otorgan a Asia-Pacífico y en especial a

China un peso relevante, la política comercial colombiana ha prestado poca atención al afianzamiento de los lazos comerciales con esta parte del mundo, mientras Chile, por ejemplo, ya cuenta con tratados de libre comercio con China y Corea del Sur y más recientemente ha iniciado negociaciones con Japón.

Siendo las exportaciones un indicador importante del desempeño del país frente al resto del mundo, como lo resalta el Consejo Privado de Competitividad (2007) en su Informe de Competitividad, la firma de acuerdos comerciales con los países asiáticos y especialmente con China, podría constituirse en una necesidad sentida por resolver en los próximos años, pues a través de estos acuerdos se podría lograr un acceso privilegiado y un marco legal claro para el comercio entre estas naciones.

Este artículo pretende identificar y analizar las relaciones comerciales entre Colombia y China. Para ello, se establecerá la importancia de China en el contexto mundial, se analizarán cuáles son los factores económicos, políticos, institucionales y culturales que inciden en las relaciones bilaterales, así como el estado actual del comercio entre ambos países con el fin de analizar la pertinencia del inicio de negociaciones de libre comercio con este país.

Para lograr lo anteriormente planteado, se realizó un estudio exploratorio de tipo descriptivo - analítico y se adelantó un proceso de recopilación

1 Para mayor información sobre los esfuerzos de Colombia por ampliar sus relaciones comerciales, en la siguiente dirección electrónica del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo se encuentra una lista detallada de los tratados de libre comercio firmados y en proceso de negociación: [http://www\[mincomercio.gov.co/eContent/categorydetail.asp?idcategory=892&idcompany=1](http://www[mincomercio.gov.co/eContent/categorydetail.asp?idcategory=892&idcompany=1)

y revisión bibliográfica y de bases de datos estadísticos, el cual permitió mejorar la comprensión de los factores que merecieron especial atención para profundizar en su estudio y análisis, de acuerdo con la literatura y las estadísticas disponibles sobre el tema.

La estructura temática de este artículo incluye la presente introducción, un primer apartado que explora los distintos ámbitos económicos y políticos que reflejan el lugar de China en la economía mundial en la actualidad; un segundo apartado que identifica los factores económicos, políticos, institucionales y culturales que influyen en las relaciones comerciales entre Colombia y China; un tercer apartado donde se analizan las relaciones comerciales entre Colombia y China; un cuarto apartado que analiza el perfil del sector externo de China y, finalmente, se presentan las conclusiones y recomendaciones que se derivan de la investigación.

I. CHINA EN LA ECONOMÍA MUNDIAL

China es probablemente el país que, debido a sus cambios estructurales en materia política y económica, ha logrado con relativa mayor rapidez mejorar sus condiciones económicas y sociales, aunque en este último terreno los problemas por resolver siguen siendo muchos. Gracias a su renovado dinamismo económico, la posición actual de China en los distintos escenarios donde se define el poderío e importancia global de una nación resulta incuestionable en la actualidad. A continuación, se hará un diagnóstico de la posición de China con respecto al resto del mundo en cuanto a comercio exterior, producto

interno bruto, población, ingreso per cápita, inversión extranjera directa y algunos aspectos geopolíticos.

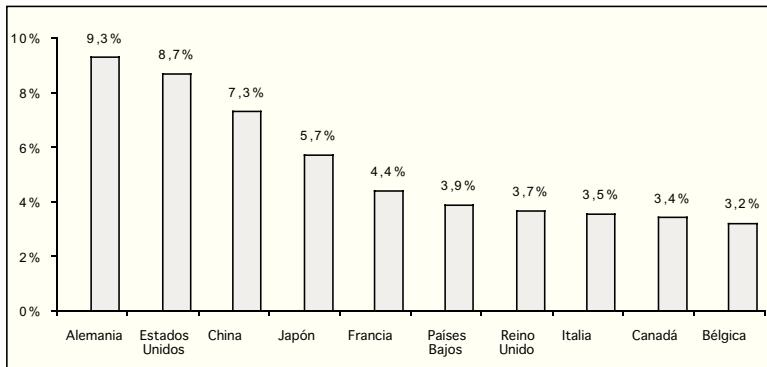
1.1. Comercio exterior

Según un informe de la Organización Mundial del Comercio – OMC (2007), **en el año 2005 China se consolidó como el tercer país con mayor relevancia en el comercio mundial, al exportar mercancías por 762 billones de dólares equivalentes al 7,3% de las exportaciones mundiales**. Esta cifra sólo fue superada en 1,5 puntos por Alemania, y en dos puntos por Estados Unidos (Gráfico 1). En tal sentido, la presencia de China en el comercio mundial ha dejado rezagadas a muchas potencias comerciales de Europa, incluidas Francia, Reino Unido e Italia.

El poderío comercial de China no se restringe únicamente al ámbito de las exportaciones. **China es el tercer mayor importador del mundo con 660,1 billones de dólares, equivalentes al 6,1% de las importaciones mundiales en el 2005** (OMC, 2007). Contrario a lo mostrado en el caso de las exportaciones, China todavía se encuentra lejos de alcanzar el liderato importador que ocupa los Estados Unidos, país que realiza importaciones equivalentes al 16,1% del total mundial, aunque vale la pena resaltar que, en este aspecto, ha dejado rezagado a los países europeos, con excepción de Alemania (Gráfico 2).

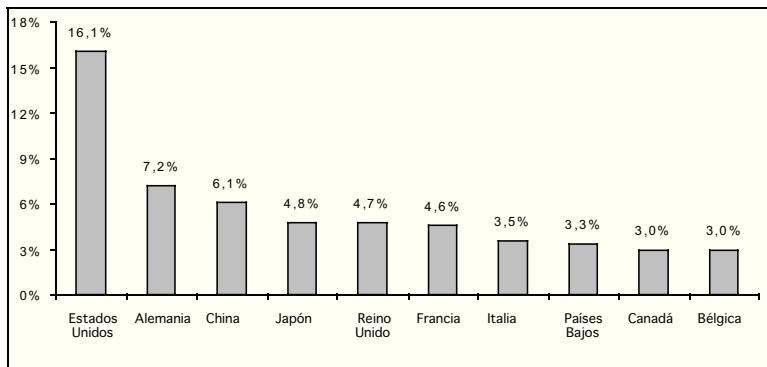
Igualmente, China es el cuarto país más visitado del mundo según la Organización Mundial del Turismo (OMT) apenas superada por Francia, España y Estados Unidos (OMT, 2007).

Gráfico 1. Participación porcentual de los principales exportadores mundiales, 2005



Fuente: Cálculos propios con base en OMC (2007)

Gráfico 2. Participación porcentual de los principales importadores mundiales, 2005



Fuente: Cálculos propios con base en OMC (2007)

Por otro lado, el Banco Interamericano de Desarrollo (2005) evalúa las oportunidades y retos que el ascenso chino en el ámbito comercial representa para los países de América Latina y el Caribe, resaltando la posibilidad de alianzas y acuerdos de integración para acercar a estas regiones del mundo en el ámbito de los negocios.

1.2. Producto Interno Bruto - PIB

El desempeño económico de China en los últimos veinte años la ha posicionado entre las principales potencias económicas mundiales y sus perspectivas de crecimiento continúan siendo favorables. El Fondo Monetario Internacional - FMI (2005) en su *World Economic Outlook*, esti-

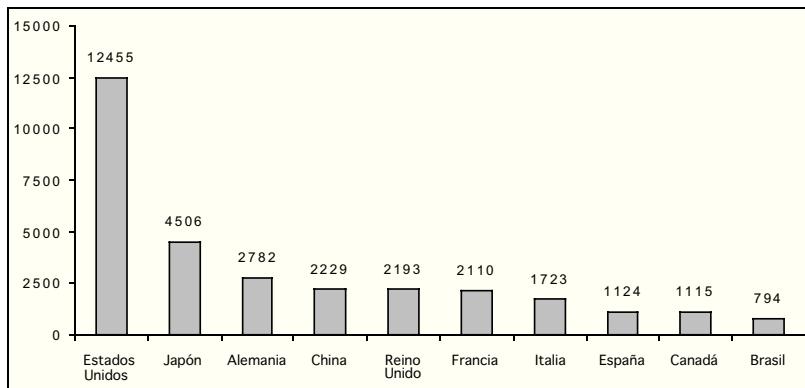
maba que durante el 2006 y 2007 el crecimiento del PIB de China sería de 9,5% y 9,0%, respectivamente; cifras superadas ampliamente en la actualidad. Otros estudios (Mandelbaum y Haber, 2005) pronostican que **hacia el año 2030 estará instalada en China más de la mitad de la industria manufacturera mundial, de forma que este país se habrá convertido en la segunda potencia económica mundial, después de los Estados Unidos.**

No obstante, la materialización de estas proyecciones dependerá de que China no cometiera los mismos errores de su pasado, cuando con su política de indiferencia superior no se mostraba suficientemente receptiva a las innovaciones del extranjero, o no lograba realizar suficientes adaptaciones o innovaciones a los productos que copiaba de Occidente (Landes, 2006).

De hecho, como lo muestra el Gráfico 3, el PIB de la economía china, medido a tasas de cambio de mercado, con un valor de 2.229 billones de dólares (5% del PIB global) la ubica como la cuarta potencia económica mundial, sólo superada por Alemania, Japón y los Estados Unidos en el año 2005. Las más recientes actualizaciones, como las de la revista *The Economist* en su edición *The World in 2008*,² ya ubican a China como la tercera economía mundial, tras superar a Alemania. Basándose en este indicador, China demanda un puesto permanente en el Grupo de los Siete (G-7), aunque su récord en materia de respeto a los derechos humanos y las libertades civiles parece bloquear sus aspiraciones, muy a pesar de que su poderío económico sea cada vez más evidente.

El ascenso económico de China se hace todavía más evidente a escala

Gráfico 3. Principales países según el PIB en millones de dólares, 2005



Fuente: Cálculos propios con base en World Bank (2007)

² Según *The Economist* (2007), en 2008 el PIB de Alemania sería de 3,43 trillones de dólares y el de China de 3,94 trillones de dólares, calculado a partir de proyecciones del tipo de cambio del dólar para 2008

Tabla 1. Economías Asia - Pacífico

Países	PIB (Miles de millones USD)	Participación en PIB mundial (%)
Japón	4506	10,2%
China	2229	5,0%
Corea del Sur	788	1,8%
Indonesia	287	0,6%
Hong Kong	177	0,4%
Tailandia	176	0,4%
Malasia	130	0,3%
Singapur	116	0,3%
Filipinas	98	0,2%
Vietnam	52	0,1%
Macao	51	0,1%
Asia Pacífico	8609	19,4%
Mundo	44380	100%

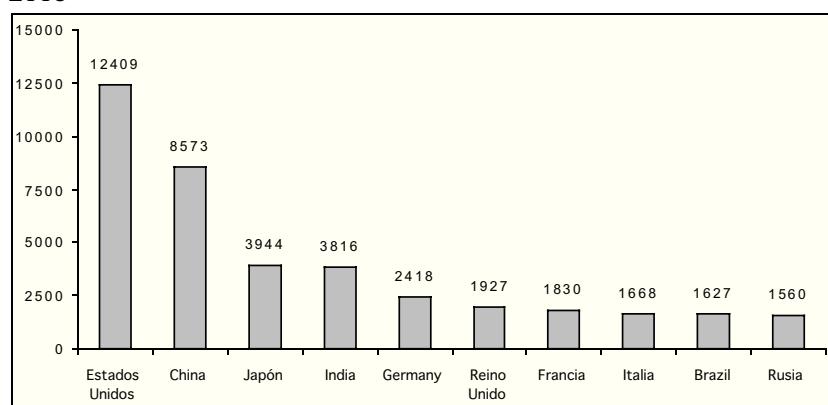
Fuente: Cálculos propios con base en World Bank (2007)

regional. En la Tabla 1 se puede observar que la región de Asia-Pacífico representa cerca del 20% del PIB mundial en el año 2005 y que China se ubica como la segunda economía más grande de la región, representando el 26% de su PIB. Estas cifras permiten comprobar el poderío eco-

nómico de China tanto en lo global como en lo regional.

Ahora bien, el ascenso de China en el escenario mundial es mucho más sorprendente cuando los comparativos del PIB se hacen con tasas de cambio de poder de paridad de compra (PPP por sus siglas en inglés, *Purchasing Power Parity*), como se puede observar en el Gráfico 4. Según este indicador, la economía china es la segunda del mundo con 8.573 billones de dólares, apenas por debajo de Estados Unidos que produce al año 12.409 billones, superando a economías como las de Japón y Alemania.

Los precios expresados en poder de paridad de compra suponen que los niveles de precios deben ser iguales en cada país (ley del precio único) cuando se emiten en términos de la misma moneda, con lo cual el PIB de los países menos desarrollados tiende a elevarse, mientras los de los países desarrollados tiende a reducirse (Krugman y Obstfeld, 2006). Esta teoría explicaría el segundo lugar que ocupa China en este ranking.

Gráfico 4. Principales países según el PIB en millones de dólares PPP, 2005

Fuente: Cálculos propios con base en World Bank (2007)

1.3. Población

Además del peso económico anteriormente mencionado, tal vez el aspecto más destacado por los diferentes analistas para resaltar la importancia de China en el escenario económico mundial, es el **impresionante potencial de ventas en el mercado del país más poblado del mundo, con 1.304 millones de habitantes en 2005, equivalentes al 21% de la población mundial**.

Los siguientes dos países más poblados del mundo son en su orden: India (1.094 millones de habitantes) y Estados Unidos (296 millones de habitantes) (Gráfico 5).

Considerando el éxito económico de China en los últimos veinte años y previendo que este dinamismo continúe, China resulta claramente más atractivo como centro de comercio e inversión que prácticamente cualquier otro país al cuadruplicar la población de Estados Unidos; más aún si se espera que la población china siga aumentando hasta alcanzar los

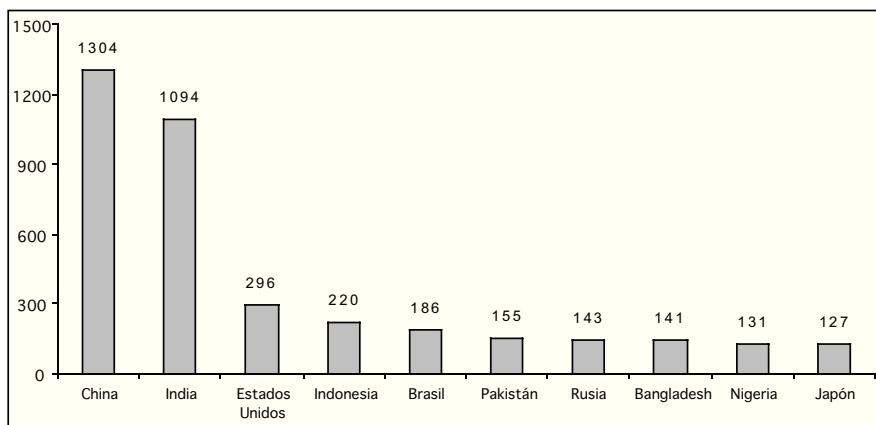
1.500 millones de habitantes en el año 2050 (Martínez y Vidal, 2003).

Evidentemente, Colombia no es un país que sobresalga por el tamaño de su mercado al tener apenas 41 millones de habitantes, lo que le ubica en la posición 27 de los países con mayor población. No obstante, esto no impide que pueda sacar provecho del tamaño potencial del mercado chino.

1.4. Producto Interno Bruto Per Cápita

No todos los indicadores son alentadores para considerar las oportunidades de negocios con China. Pese a que es el mercado más grande del mundo por su población y a sus imparables tasas de crecimiento y su poderío comercial, su producto interno bruto per cápita, un indicador asociado con el poder de compra promedio de su población y con su calidad de vida, medido a tasas de cambio de poder de paridad de compra, es incluso menor al de países como Brasil y Colombia.

Gráfico 5. Población en millones de habitantes, 2005



Fuente: Cálculos propios con base en World Bank (2007)

Aunque, como se puede ver en la Tabla 2, el crecimiento promedio anual del PIB per cápita de China ha sido bastante superior al de ambas naciones (Brasil y Colombia), tanto si se toma el período 1975-2005 con una tasa de crecimiento de 8,4%, como si se toma el período 1990-2005 donde aumenta a una tasa del 8,8%. Estos resultados arrojan evidencia sobre la importancia que ha tenido el aumento de la capacidad media de compra de sus habitantes en el crecimiento de China en las últimas décadas.

1.5. Inversión Extranjera Directa

Como se puede apreciar en la Tabla 3, en el año 2003 la economía china tuvo el honor de ser el principal receptor de inversión extranjera directa en el mundo, superando a Estados Unidos y Reino Unido. Si bien en los años posteriores este puesto de liderazgo retornó a sus ocupantes usuales, es muy importante destacar que **durante el período 2003-2006, China fue el tercer país del mundo que más inversión extranjera acumuló**,

Tabla 2. PIB per capita de cinco países seleccionados

	PIB per cápita (dólares PPP)			Crecimiento promedio (%)	
	1975	1990	2005	1975-2005	1990-2005
Estados Unidos	23.126	30.671	41.890	2,0%	2,1%
Brasil	6.816	7.130	8.402	0,7%	1,1%
Colombia	4.813	6.677	7.304	1,4%	0,6%
China	601	1.907	6.757	8,4%	8,8%
India	1.266	1.862	3.452	3,4%	4,2%

Fuente: Cálculos propios a partir del Human Development Report (UNDP, 2008)

Tabla 3. Flujos de entrada de inversión extranjera directa en millones de dólares de diez países seleccionados

Países	2003	2004	2005	2006	Acumulado 2003/2006
Estados Unidos	53.146	135.826	101.025	175.394	465.391
Reino Unido	16.778	55.963	193.693	139.543	405.977
China	53.505	60.630	72.406	69.468	256.009
Francia	42.498	32.560	81.063	81.076	237.197
Bélgica	33.476	43.558	33.918	71.997	182.949
México	15.340	22.396	19.736	19.037	76.509
Brasil	10.144	18.146	15.066	18.782	62.138
India	4.323	5.771	6.676	16.881	33.651
Corea del Sur	4.384	8.980	7.050	4.950	25.364
Colombia	1.758	3.084	10.225*	6.295	11.137

* Esta cifra, históricamente alta, se debió al efecto de la compra de Bavaria por la compañía SABMiller

Fuente: UNCTAD (2007)

mejorando el desempeño de todas las economías del G-7, nuevamente con la excepción de Estados Unidos y el Reino Unido.

De esta manera, China se consolida como uno de los destinos globales preferidos de los inversionistas extranjeros, muy por encima de otras grandes economías en desarrollo como México, Brasil, Corea del Sur o India, pero más importante aún, por encima de la mayoría de los países más desarrollados del mundo que generalmente ofrecen las mejores condiciones para los negocios (Conferencia de las Naciones Unidas para el Desarrollo - UNCTAD, 2007).

El sobresaliente desempeño de China como polo de atracción de la actividad manufacturera mundial, es una muestra más de la confianza de los inversionistas extranjeros en el sistema económico chino, así como de la respuesta a las inversiones en infraestructura y los esfuerzos por garantizar la estabilidad macroeconómica y política del país, al tiempo que se adapta a las tecnologías modernas y realiza su propia cuota de innovación.

1.6. Aspectos geopolíticos

La importancia económica de China se refuerza por varios factores geopolíticos que la favorecen. En primer lugar, su posición estratégica en el medio de la región de Asia-Pacífico, la tercera más importante en términos económicos después de Europa y Norteamérica, y el gran tamaño de su población, la perfilan como una buena plataforma para conquistar el mercado asiático e incluso el mercado mundial.

Adicional a lo anterior, China es uno de los cinco miembros permanen-

tes del Consejo de Seguridad de la Organización de las Naciones Unidas ONU (China, Estados Unidos, Francia, Reino Unido y Rusia) y una de las siete potencias nucleares del planeta, lo cual le brinda un enorme margen de maniobra en la escena política internacional y la mantiene al margen de la mayor parte de los riesgos de guerra o de intromisión de otros países en sus políticas internas, garantizando una estabilidad política que favorece las inversiones y el crecimiento económico (Margolin, 2003).

China también es miembro de la Organización Mundial de Comercio desde 2001, con lo cual garantiza un marco estable en sus relaciones comerciales con el resto del mundo; además, el IMD en su *World Competitiveness Yearbook* (2007) destaca como fortalezas de este país, el crecimiento de su PIB per cápita, así como el porcentaje de la población empleada, donde ocupa el segundo puesto global. Asimismo, en los aspectos de eficiencia del gobierno, ocupa el **primer puesto en reservas internacionales, tasa de contribución de empleadores, empleados a la seguridad social y tasa efectiva de impuesto a la renta personal**.

No obstante los atributos antes mencionados, China está en deuda con la comunidad internacional en cuanto al avance en materia de protección de los derechos humanos, la igualdad de género, la eliminación del trabajo infantil y lo concerniente a garantizar las libertades civiles de sus ciudadanos, que experimentan limitaciones a su libertad de expresión y movilidad a lo largo del territorio nacional, entre otros muchos problemas (Higueras, 2003).

Tras analizar los puntos anteriores, se hace evidente la creciente influencia global político-económica de China y se puede comprender mejor el interés de los distintos países por comenzar a estudiar sus relaciones internacionales con este país, con el fin de promover los intercambios económicos que contribuyan al mejoramiento del bienestar de sus pueblos. El surgimiento de China no sólo entraña oportunidades para los países en vía de desarrollo a través de sus impactos directos e indirectos, “en los negocios, el florecimiento de la China cuestionará supuestos básicos sobre la naturaleza de la competitividad nacional y de las empresas, el valor de la proximidad geográfica y el costo de entrar y salir del mercado” (Shenkar, 2005, p. 157).

2. FACTORES QUE INCIDEN EN LAS RELACIONES BILATERALES

Las relaciones comerciales entre Colombia y China responden a una serie de factores de tipo económico, político, cultural, legal e institucional, que contribuyen a su mayor o menor dinámica. Algunos de estos factores, al ser de carácter general, son comunes a las relaciones comerciales entre cualquier grupo de países del mundo; otros, al ser de carácter específico, corresponden al ámbito exclusivo de las relaciones bilaterales entre Colombia y China. En este apartado se explorará de manera analítica cuáles son las expresiones más concretas de esos factores determinantes de las relaciones comerciales entre Colombia y China, realizando un recorrido por los factores políticos, económicos, institucionales y culturales que sustentan las relaciones bilaterales.

2.1. Factores Políticos

2.1.1. Diferencias en los sistemas políticos

Las diferencias entre los sistemas políticos de Colombia y China podrían estar en el centro de los factores que dificultan el comercio con el gigante asiático, aunque esta condición no parece afectar demasiado las relaciones comerciales de China con otros países como Estados Unidos.

Con la revolución comunista, el gran salto hacia delante y la revolución cultural impulsadas por Mao Zedong, la República Popular China se apartó de las corrientes comerciales y financieras internacionales (Higueras, 2003). Las reformas de liberalización económica iniciadas en 1978 por Deng Xiaoping, comenzaron a mostrar sus resultados con el surgimiento internacional de la anteriormente estancada economía china. Aunque los pasos hacia la transformación económica de China, que condujeron a la contracción de la participación del Estado en la economía, estaban dados, el Partido Comunista sigue siendo el único poder político de la nación. En el 2001 el Partido Comunista declaró una doctrina de *triple representación*, según la cual “el partido debe representar a los capitalistas, además de los trabajadores y los campesinos” (Sull y Wang, 2005, p. 29). No obstante, China presenta hoy:

Una renovación de su liderazgo político, que ha supuesto la irrupción de una nueva generación de dirigentes con una orientación más tecnocrática. Una generación que, apoyada por la dinámica del crecimiento económico y la integración internacional, será probablemente más liberal y

moderna e impulsará el proceso de apertura y liberalización política (Higueras, 2003, p. 16).

La sabiduría popular atribuye el progreso inicial de China a su ruptura con el comunismo y su transición hacia una economía de mercado. Pero esa explicación no basta [...] la de China no puede ser descrita, ni siquiera ahora, como una economía de mercado plenamente desarrollada (Toffler y Toffler, 2006, p. 434).

Si bien es cierto que la economía de mercado ha avanzado a pasos agigantados, esta nación reserva una gran cantidad de actividades productivas a manos del Estado y éste participa en la financiación y dirección de muchas empresas de carácter mixto. Esta situación podría explicar la fuerte oposición del empresariado colombiano a la eliminación de las barreras comerciales con China. Dado que el tejido empresarial colombiano no está tan sujeto a este tipo de apoyo directo del Estado, la liberalización del comercio bilateral podría considerarse desventajosa para las empresas colombianas que deben competir sólo con recursos propios.

Aunque China ha avanzado bastante en su liberación económica, en el campo de las libertades civiles y la defensa de los derechos humanos continúa soportando fuertes críticas globales, en especial en lo concerniente con sus políticas de libertad de expresión, libertad religiosa, defensa de los derechos laborales y estándares ambientales (Naim, 2007).

2.1.2. *Diplomacia*

La afinidad política es clave para establecer un diálogo fluido entre gobier-

nos. Los acercamientos diplomáticos entre éstos permiten superar las diferencias y contradicciones ideológicas, económicas y culturales y crear vínculos comunes a partir de los intereses políticos y comerciales, facilitando el inicio de las discusiones tendientes a la firma de convenios de cooperación socioeconómicos y las negociaciones de liberalización comercial.

El inicio de relaciones comerciales sólidas generalmente comienza con iniciativas diplomáticas que buscan fortalecer los lazos de cooperación y poner en contacto a los empresarios e inversionistas para explorar oportunidades de negocio. Es así como, **a pesar de que Colombia hubiera establecido relaciones diplomáticas con China desde hace más de 25 años, sólo hasta abril de 2005 se firmaron los primeros acuerdos de cooperación entre ambas naciones**, tras la visita del presidente Álvaro Uribe Vélez y su equipo de gobierno a ese país. No obstante, los contactos diplomáticos continúan siendo poco notorios.

2.2. Factores Económicos

2.2.1. *Política comercial*

La firma de acuerdos comerciales entre las naciones constituye uno de los más poderosos mecanismos para fortalecer los lazos comerciales y potencializar el comercio. En este sentido, la ausencia de un acuerdo comercial entre Colombia y China podría considerarse como un elemento que limita el comercio con este país, al tiempo que la firma de un TLC con Estados Unidos o con Mercosur, se presenta como un elemento que influiría positivamente en las relaciones comerciales.

2.2.2. Competitividad microeconómica

La competitividad microeconómica de China,³ reflejada en los bajos precios de sus productos, se presenta como uno de los elementos dinamizadores de sus relaciones comerciales, ya que los importadores colombianos estarían inclinados a buscar sus productos para sustituir producción nacional u otras fuentes de importación menos competitivas. Este podría ser el caso de los computadores, que inicialmente se importaban desde Estados Unidos y que ahora son importados directamente desde China.

2.2.3. Competitividad cambiaria

En los últimos años, el gobierno chino ha estado sometido a fuertes presiones por parte de las principales potencias mundiales para reevaluar el valor de su moneda, el yuan, la cual parece estar fuertemente subvaluada debido a que a pesar del alto crecimiento de la economía, el yuan no ha reflejado el mayor poder económico del país al per-

manecer prácticamente fijo durante los últimos años (*The Economist*, 2005).

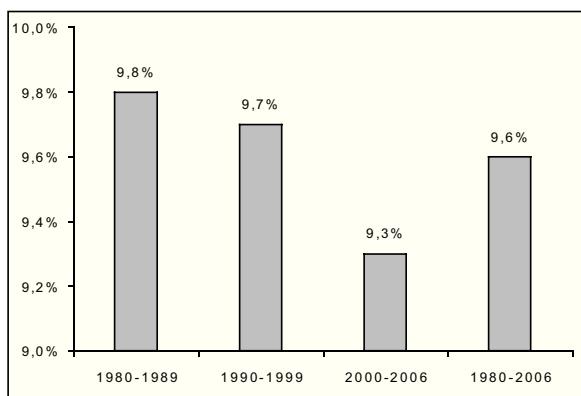
Una moneda subvaluada implica que los compradores externos reciben una mayor cantidad de la moneda del país exportador de la que recibirían bajo el libre juego de la oferta y la demanda de divisas. De esta forma, los productos del país, en este caso de China, estarían vendiéndose más *baratos* de lo normal, ganando competitividad frente a los demás países gracias a su política cambiaria dirigida a mantener una moneda débil.

2.2.4. Crecimiento económico

Según la teoría, el crecimiento económico del resto del mundo constituye un fuerte incentivo para las exportaciones de un país debido a que la propensión marginal a importar con respecto al ingreso es mayor que cero (Appleyard y Field, 2003).

Como se mencionó anteriormente, la economía china viene creciendo a un ritmo de más de 9% en promedio durante los últimos 27 años (Gráfico 6).

Gráfico 6. Crecimiento porcentual del PIB real de China



Fuente: Cálculos propios, con base en estadísticas del National Bureau of Statistics (2007)

³ La competitividad microeconómica de China se debe principalmente a sus bajos costos laborales, un fuerte apoyo del sector público, a una mano de obra capacitada y a la facilidad para reproducir los adelantos tecnológicos de todo el mundo.

De esta manera, sus importaciones, tanto de materias primas como de bienes terminados, han experimentado un auge paralelo, convirtiendo a China no sólo en un mercado estratégico para la compra de sus productos sino también para la venta de insumos o productos terminados. No obstante, autores como Ravaillon y Chaudhuri (2006) muestran que este crecimiento no ha sido homogéneo al interior de las regiones de China, de forma que provincias como Shandong y Guandong, y ciudades como Shangai, Beijín y Tianjín, ubicadas sobre la costa del mar de China, muestran un atractivo y un dinamismo mucho mayor que las provincias del interior del país. So (2003) identifica diferencias sustanciales de ingreso entre los habitantes de China, las cuales también deben ser tomadas en cuenta, pues de ellas se deriva una segmentación del mercado por clases sociales.

En Colombia, por su parte, después de la recesión de 1999, el crecimiento económico ha mostrado una clara recuperación, ganando un mayor

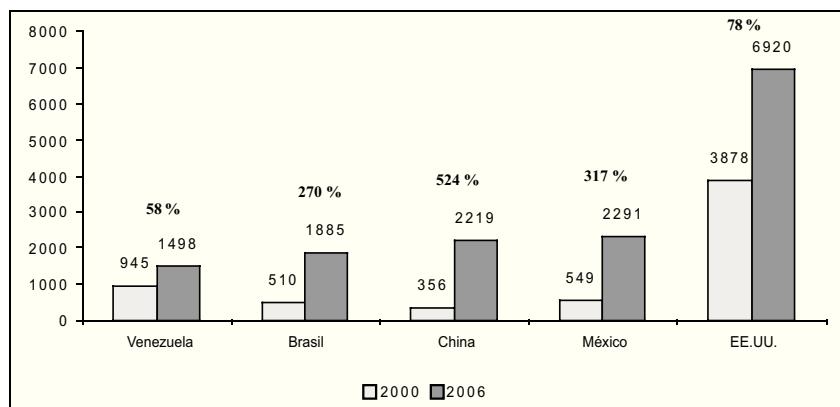
vigor a partir de finales de 2002 y presentando un crecimiento superior al 5% desde el año 2005. Esta recuperación ha coincidido, como lo plantea la teoría, con un aumento de las importaciones, en especial para bienes intermedios y de capital.

Según el Departamento Nacional de Estadística (DANE), las importaciones colombianas desde China crecieron un 524% entre 2000 y 2006, pasando de 356 a 2.219 millones de dólares, cifra equivalente a un promedio de crecimiento anual de 39% durante el período, tasa mucho mayor que la presentada por las importaciones procedentes de otros importantes proveedores de mercancías como México, Brasil, Estados Unidos y Venezuela (Gráfico 7).

2.2.5. Estructura productiva y del sector externo

La estructura productiva y del sector externo de una nación se encuentra relacionada con el principio de las ventajas comparativas y con los modelos que, basados en la ventaja compara-

Gráfico 7. Importaciones CIF de Colombia en millones de dólares y crecimiento porcentual, 2000 y 2006



Fuente: Cálculos propios con base en estadísticas del DANE

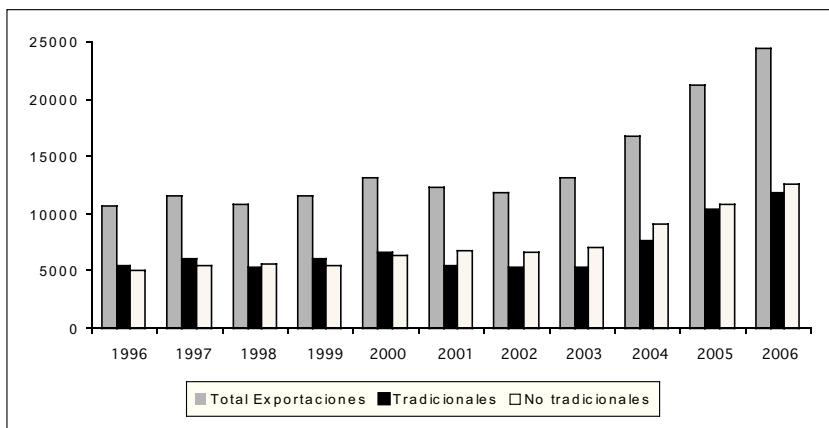
tiva, enfatizan el papel de la dotación de los recursos en los patrones de producción y comercio, como lo planteado por el modelo Hecksher-Ohlin (Pugel, 2004; Samuelson, 1971).

En tal sentido, el comercio internacional surge de la especialización y la división del trabajo en aquellos bienes en cuya producción se utiliza intensivamente el factor que se posee en abundancia. Así, el patrón de comercio estaría marcado por la complementariedad de las estructuras productivas y exportadoras y no sólo por la ventaja absoluta de Smith (1776) y la ventaja comparativa de Ricardo (1823). Tanto la economía colombiana como la china podrían ser consideradas como economías *trabajo-abundantes*, en términos relativos a sus dotaciones de otros factores como recursos naturales, tierra, capital, capital humano o tecnología de punta, con lo cual sus estructuras productivas y exportadoras serían poco complementarias.

Si bien es cierto que la oferta exportable china se encuentra enfocada en la producción de aparatos electrónicos, juguetes, bicicletas y otros bienes manufacturados (Fishman, 2006); la economía colombiana todavía depende de sus exportaciones tradicionales, aunque sus exportaciones no tradicionales vienen creciendo (Gráfico 8). Por otro lado, existen ciertos productos como los textiles y confecciones, el calzado y los repuestos automotores, en los que los productos chinos compiten de forma directa con los colombianos. A pesar de estos sectores, autores como Posada (2006) tras un análisis de la estructura de los perfiles productivos de ambas economías, las califican como **economías complementarias, susceptibles de derivar beneficios mutuos a partir de la liberalización de su comercio**.

Por el lado de la estructura importadora, China se ha convertido en uno de los principales consumidores mundiales de materias primas.

Gráfico 8. Colombia: exportaciones totales, tradicionales y no tradicionales, en millones de dólares FOB



Fuente: Cálculos propios con base en estadísticas del Banco de la República de Colombia (2007)

En 2003 China absorbió el 7% del petróleo mundial, el 25% del aluminio, 27% del acero, 30% del hierro, 31% de carbón y 40% del cemento [...] China debe comprar cinco millones de barriles diarios, es decir, cerca del 6% del consumo mundial y ¼ del consumo americano (...) Aunque es el principal productor mundial de cobre, cada mes aumenta sus importaciones para cubrir sus necesidades. Finalizado el 2004, sus compras de cobre aumentaron 48% para llegar a las 114.000 toneladas (Leser, Philip y Service Enterprises, 2005).

2.2.6. Infraestructura de transporte

Aunque las teorías del comercio suponen generalmente, por conveniencia, que los costos de transacción son nulos, en el mundo real los costos de transporte juegan un papel clave en la formación de los precios finales de los bienes. Si el costo de transporte de una mercancía es muy alto, el precio final del bien se eleva y la demanda por el mismo se reduce o incluso desaparece. El peso de la mercancía, la rapidez del viaje, la disponibilidad de rutas marítimas, aéreas y el estado de las infraestructuras asociadas al transporte multimodal, son algunos de los factores que inciden en la determinación del precio final.

Así, las mejoras en la infraestructura portuaria y de transporte, tanto en Colombia como en China, podrían reducir los costos de transporte entre estas economías, favoreciendo el comercio bilateral; de hecho, la modernización de los puertos chinos y el uso intensivo de súper buques de contenedores, capaces de transportar vo-

lúmenes de mercancías nunca antes vistos, ha marchado en contraste con la lenta puesta a punto de los puertos colombianos y del Canal de Panamá para recibirlas y despacharlos.

El rezago en infraestructura de ambos países se confirma con los datos suministrados por World Economic Forum (2008) donde, en el pilar de infraestructura, China ocupa el puesto 52 y Colombia el puesto 86 entre 131 países.

Colombia no solo se encuentra rezagada en infraestructura portuaria, sino también en otros indicadores relacionados con la infraestructura vial como son el stock de carreteras pavimentadas y el porcentaje de kilómetros de dobles calzadas. En este último indicador, Colombia con un 2,2% de kilómetros de dobles calzadas, presenta un notable rezago frente a otros países de la región como Chile con el 13,1% o Venezuela con el 13,3% (Consejo Privado de Competitividad, 2007, p. 77). La situación de China en este indicador, con el 2,6% de kilómetros de doble calzada según la CIA (2008), aunque ligeramente mejor que Colombia, no deja de ser preocupante.

2.3. Factores Institucionales

2.3.1. Reglas de juego y confianza

El marco legal también juega un papel importante en las relaciones entre los países. La transparencia, eficiencia y estabilidad de las leyes garantizan la existencia de reglas de juego claras que salvaguardan los derechos de propiedad de los agentes que participan en las relaciones económicas, brindando la confianza

necesaria para la materialización de las transacciones financieras y comerciales (North, 1995).

Varios ejemplos de reglas de juego que entorpecen la actividad económica y cotidiana en China son citados por Clissold (2006) en su libro titulado *Mr. China*, quien reconoce que un número muy importante de *normas internas* que se aplican de forma generalizada deben ser cumplidas por los extranjeros, sin que las mismas sean divulgadas con antelación a estos, con la excusa de que no deben ser conocidas en el exterior. Es claro que si los extranjeros no conocen de antemano la totalidad de las normas encontrarán dificultades para su cumplimiento.

Pese a lo anterior, China también cuenta con aspectos institucionales a su favor, como son el ser una sociedad de baja criminalidad en términos relativos, donde la ausencia de amenazas a la integridad física incentiva la actividad económica. Además, si bien existe corrupción, esta es combatida drásticamente y sus niveles son más bajos que en otros países como India, Indonesia o Filipinas (Keidel, 2006).

2.3.2. Institucionalidad comercial internacional

Una de las características más destacables de la globalización comercial de las últimas décadas ha sido la búsqueda de la construcción de un sistema de reglas de juego claras, que faciliten la realización de las transacciones comerciales internacionales.

Así, la regulación del comercio internacional se ha venido forjando a partir de la coordinación de un conjunto de instituciones internacionales como la OMC, instituciones re-

gionales como la Comunidad Andina de Naciones (CAN) y la Asociación de Naciones del Sudeste Asiático (ASEAN); e instituciones gubernamentales como los Ministerios de Comercio Exterior, que se encargan de generar las condiciones de confianza y acceso a los mercados, al tiempo que velan por el cumplimiento de las reglas de juego comúnmente aceptadas que eviten el fraude y la competencia desleal (García y Durán, 2005; Cuenca, 2004; Rambal, González y Ortega, 2003).

El sistema legal en China ha estado constantemente sometido a la crítica de los Estados Unidos y de los países occidentales, quienes han presionado al país a modernizarlo y darle transparencia, induciéndolo a ingresar a la OMC en 2001; asegurando así que “los exportadores chinos operarán de acuerdo con las reglas del sistema multilateral. No obstante, algunos investigadores afirmaban que el régimen comercial de China, muy regulado por el gobierno central, no es compatible con el sistema multilateral” (Carbaugh, 2004, p. 260).

Además, la institucionalidad internacional del comercio y las finanzas ha estado sometida en los últimos años a fuertes críticas con respecto a sus verdaderos intereses y a la transparencia con la que es manejada, lo cual puede desalentar a los propios chinos a seguir de cerca sus políticas (Stiglitz, 2002).

En tal sentido, como se desprende de Rumbaugh y Blancher (2004), para que China realmente se adapte a las reglas internacionales del comercio se requieren enormes cambios en las leyes, las instituciones y la política de ese país.

Sin embargo, al menos en Occidente, los países acostumbrados a fomentar su comercio exterior por la vía de los subsidios, los incentivos tributarios, las zonas francas o especiales y otros mecanismos discriminatorios o que podrían asimilarse a prácticas de comercio desleal, han encontrado que el mecanismo más compatible con la institucionalidad internacional vigente, es la promoción de las exportaciones, la implementación de políticas comerciales más agresivas enfocadas a la negociación y la firma de Tratados de Libre Comercio con la mayor cantidad posible de países, a través de un conjunto de instituciones enfocadas en la promoción del comercio, por ejemplo, Proexport, en el caso colombiano.

De hecho, la firma de un TLC con China podría constituirse en un valioso marco regulatorio que brinde la transparencia y la confianza necesarias para facilitar las relaciones comerciales con el gigante asiático, aunque debe tomarse en cuenta la recomendación de Stiglitz (2006) de que estos acuerdos sean negociados con supremo cuidado para no comprometer los intereses nacionales.

2.4. Factores Culturales

Los factores culturales que afectan las relaciones comerciales internacionales incluyen elementos como el idioma, el sistema de escritura, la religión, las costumbres y las discrepancias de género.

Los costos de comunicación, cuya superación es imprescindible para poder cerrar un acuerdo comercial, están asociados con las dificultades que tienen los países para comunicarse. Estos no sólo involucran el valor de las llamadas telefónicas, el acceso

a Internet o de los aparatos necesarios para completarla (computadores, teléfonos, fax, etc.), sino también las barreras relacionadas con la capacidad de manejar un mismo idioma o de poderse comunicar en un tercer idioma neutral como el inglés. Son precisamente estos aspectos los más inquietantes cuando se trata de establecer contactos de negocios con un país como China.

En el caso particular de China, los costos de comunicación podrían considerarse más altos que los que se tienen, por ejemplo, para comunicarse con otros países como Brasil o Francia, debido a que se enfrentan dos sistemas de escritura diferentes, además de reconocer que ni siquiera al interior de China se maneja un lenguaje unificado. Al respecto, Davis (2005, p. 36) comenta: “Lo que pensé que era el mismo idioma no se podía entender debido al dialecto. Me di cuenta de que aunque dos personas estuvieran hablando en mandarín, era posible que no se entendieran entre sí, ya que el dialecto es muy fuerte en cada provincia”.

En la medida en que China es, al menos oficialmente, un país ateo, las diferencias religiosas no parecen plantear un obstáculo muy marcado para el comercio, aunque las creencias y formas de relacionarse con la naturaleza y el entorno se encuentran fuertemente influenciadas por el taoísmo y el budismo, lo cual debe ser tenido en cuenta por el hombre de negocios extranjero que visita el país. Adicionalmente, existe una población cercana al 3,5% de cristianos y al 1,5% de musulmanes.

En cuanto a las cuestiones de género, la mujer china acepta las formas

occidentales de feminismo caracterizadas por independencia y autosuficiencia, pero no las expresiones explícitas sobre la sexualidad en los medios; en su lugar, prefieren resaltar valores como la belleza interior y otros relativos a la moral colectiva (la suavidad, la castidad y el trabajo duro), que difieren de los valores que los medios publicitan sobre la mujer occidental moderna (Belk, Hung y Li, 2007).

3. EL COMERCIO ENTRE COLOMBIA Y CHINA

En este apartado se analizará la evolución de las exportaciones e importaciones totales colombianas, los países de destino y origen de sus exportaciones e importaciones, los sectores económicos que realizan las exportaciones y las importaciones nacionales de acuerdo con la clasificación CIIU (Clasificación Internacional Industrial Uniforme),⁴ así como las exportaciones e importaciones entre Colombia y China y el balance comercial de la economía colombiana.

3.1. Exportaciones colombianas

3.1.1. Evolución de las exportaciones totales de Colombia

Como se pudo observar en el Gráfico 8, las exportaciones totales colombianas muestran una tendencia creciente desde principios de la década de los noventa, multiplicándose 2,3 veces, al pasar de 10.653 millones de dólares en 1996, a 24.391 millones en el 2006, con lo cual las exportaciones

alcanzan en 2006 una participación equivalente al 19% del PIB de este último año. La tendencia creciente de las exportaciones colombianas solo se frenó en 1998, cuando los precios del petróleo alcanzaron sus mínimos y el tipo de cambio real se encontraba sobrevaluado. En el 2001 también se presentó una caída de esta tendencia cuando coincidieron los ciclos recesivos de las principales potencias económicas mundiales.

El Gráfico 8 permite apreciar que la tendencia al alza se presenta tanto para las exportaciones tradicionales (petróleo, carbón, café, ferroníquel y oro) como para las no tradicionales, estas últimas presentan un mayor dinamismo a partir de comienzos del presente siglo y representan un poco más del 50% del total a lo largo de los últimos años. No obstante el buen comportamiento de las exportaciones no tradicionales, el perfil exportador colombiano continúa dependiendo de un grupo muy reducido de productos de exportación, lo que se apreciará más adelante.

3.1.2. Exportaciones de Colombia por país de destino

Como se puede observar en la Tabla 4, las exportaciones colombianas se encuentran poco diversificadas en cuanto a sus destinos geográficos se refiere. Tan solo seis países concentran el 65% del total exportado. Los Estados Unidos por sí mismos representan dos quintas partes de las exportaciones totales del país, en tanto que la Unión Europea represen-

⁴ La Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) es una clasificación que agrupa todas las actividades económicas similares por categorías, y facilita el manejo de la información para el análisis estadístico y económico del sector empresarial.

Tabla 4. Colombia: exportaciones por país de destino en millones de dólares FOB y en participación porcentual, 2000-2006

Destinos	2000		2001		2002		2003		2004		2005		2006	
	USD	%												
Estados Unidos	6524,1	49,6%	5255,0	42,6%	5163,7	43,1%	5779,4	44,0%	6611,1	39,4%	8479,7	40,0%	9650,3	39,6%
Unión Europea -27	1820,4	13,8%	1754,9	14,2%	1648,3	13,8%	1914,5	14,6%	2355,3	14,0%	2818,6	13,3%	3334,6	13,7%
Venezuela	1307,6	9,9%	1742,0	14,1%	1127,2	9,4%	696,2	5,3%	1627,1	9,7%	2097,6	9,9%	2701,7	11,1%
Ecuador	466,8	3,5%	709,9	5,8%	825,0	6,9%	779,8	5,9%	1015,5	6,0%	1324,4	6,3%	1237,1	5,1%
Perú	372,5	2,8%	277,0	2,2%	352,6	2,9%	396,0	3,0%	548,3	3,3%	710,1	3,4%	692,0	2,8%
México	230,5	1,8%	262,1	2,1%	311,5	2,6%	360,0	2,7%	525,7	3,1%	610,9	2,9%	581,6	2,4%
R. Dominicana	101,0	0,8%	103,0	0,8%	165,0	1,4%	343,0	2,6%	437,0	2,6%	583,0	2,8%	584,0	2,4%
Suiza	12,0	0,1%	51,0	0,4%	165,0	1,4%	129,0	1,0%	152,0	0,9%	140,0	0,7%	560,0	2,3%
China	29,0	0,2%	19,0	0,2%	28,0	0,2%	83,0	0,6%	138,0	0,8%	236,0	1,1%	452,0	1,9%
Japón	230,4	1,8%	164,7	1,3%	194,2	1,6%	201,9	1,5%	263,1	1,6%	330,2	1,6%	323,8	1,3%
Canadá	143,0	1,1%	143,0	1,2%	164,0	1,4%	177,0	1,3%	156,0	0,9%	298,0	1,4%	275,0	1,1%
Mercosur	351,7	2,7%	219,4	1,8%	130,6	1,1%	118,3	0,9%	187,3	1,1%	197,4	0,9%	249,9	1,0%
Otros	1569,0	11,9%	1629,0	13,2%	1700,0	14,2%	2151,0	16,4%	2772,0	16,5%	3365,0	15,9%	3749,0	15,4%
Total	13158,4	100,0%	12329,9	100,0%	11975,4	100,0%	13128,5	100,0%	16788,3	100,0%	21190,4	100,0%	24391,0	100,0%

Fuente: Elaboración propia con datos de DIAN y DANE (2007)

ta alrededor del 13% de las mismas, siendo Alemania el principal socio comercial del país en esa región. De los países vecinos, Venezuela es el tercer destino de las exportaciones colombianas, representando el 11% de las exportaciones totales; Ecuador se perfila como otro destino destacable, con una participación que suele superar el 5% de las exportaciones totales, en tanto que Perú todavía no supera la barrera de los mil millones de dólares en importaciones procedentes de Colombia. Al analizar la evolución de las exportaciones colombianas por destino, se puede observar entre los años 2000 y 2006, que Estados Unidos experimenta una marcada pérdida de participación porcentual al pasar de representar el 49,6% del total exportado, a representar el 39,6%; aunque continúa siendo el destino de exportación más importante para el país. Mercosur, Japón y la Unión Europea experimentaron igualmente retrocesos en sus participaciones porcentuales durante el período. En contraste, mercados como los de Venezuela, Ecuador, México, República Dominicana y Suiza, experimentaron incrementos en sus participaciones porcentuales.

En cuanto a China, en el año 2000 Colombia realizó exportaciones a este destino por valor de 29 millones de dólares, equivalentes al 0,2% de sus exportaciones totales. Esta proporción se elevó hasta alcanzar el 1,9% en el año 2006, cifra que continúa siendo baja, si se considera el peso económico de China en el mundo y el dinamismo de este mercado.

Las autoridades responsables de realizar la política exterior colombiana deberían esforzarse por diversificar

los destinos de las exportaciones y aprovechar el potencial que le ofrecen mercados poco explorados hasta ahora como el de China y los demás países de Asia-Pacífico.

3.1.3. Exportaciones de Colombia por producto

El principal producto de exportación de Colombia es el petróleo, el cual ha mantenido una participación dentro de las exportaciones totales relativamente constante durante la última década. Entre 1996 y 2006, según estadísticas de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) y el DANE, el valor de las exportaciones de petróleo pasó de 2.895 millones de dólares a 6.328 millones, aunque su participación en el total exportado se redujo marginalmente al caer de 27,5% a 26,4%. El carbón, por su parte, ocupa el segundo puesto, su participación en el total exportado entre 1996 y 2006 aumentó del 8,1% al 12,2%; lo que contrasta con el comportamiento del café que pasó de representar el 15% en 1996 al 6,1% en 2006, representando una caída en el valor exportado de alrededor de 100 millones de dólares. En 2006, tras un proceso de crecimiento sostenido durante la última década, el ferroníquel se consolidó como el cuarto producto exportable del país, con exportaciones por valor de 1.107 millones de dólares equivalentes al 4,6% del total exportado.

Estos cuatro productos han sido clasificados con el nombre de exportaciones tradicionales, ya que han formado parte importante de la estructura exportadora del país durante los últimos treinta años. Su participación durante la última década ha girado

en torno al 50% de las exportaciones totales, y refleja una de las características estructurales más importantes de las exportaciones colombianas, a saber, su elevada concentración en un grupo reducido de productos.

Como se puede apreciar en la Tabla 5, el sector industrial gana participación al pasar de representar el 58,5% de las exportaciones al 60,4%; mientras las exportaciones del sector agropecuario y minero pierden algunos puntos de participación. La otra mitad de las exportaciones colombianas está clasificada con el título de exportaciones no tradicionales; de éstas, según la clasificación CIIU por sectores, las más importantes a 2006 son las relacionadas con el sector de productos alimenticios y bebidas, las cuales representan el

12,3% del total; la fabricación de productos metalúrgicos básicos con el 11,1%; productos de la refinación del petróleo 7,8%; sustancias y productos químicos 7,4%; prendas de vestir 3,3%; vehículos 3,1%, productos de caucho y plástico 2,3%; productos textiles 2,1%; minerales no metálicos 2,1% y papel y cartón y sus productos con el 1,6%. El resto de sectores exportadores no realiza exportaciones superiores al 1,5%.

Aunque el valor absoluto de las exportaciones de aproximadamente todos los sectores aumenta entre 1996 y 2006, se aprecian cambios importantes en la participación porcentual de estas exportaciones, en especial para el sector de productos alimenticios y bebidas, cuya participación cae del 21,8% al 12,3% y para el sector

Tabla 5. Colombia: exportaciones totales código CIIU Rev. 3 en millones de dólares y participación porcentual, 1996 y 2006

Sector	1996		2006	
	USD	%	USD	%
Sector Industrial	6231,9	58,5%	14966,0	61,4%
Sector minero	3346,0	31,4%	7415,0	30,4%
Sector agropecuario, ganadería, caza y silvicultura	1061,6	10,0%	1861,5	7,6%
Productos alimenticios y bebidas	2320,5	21,8%	3002,3	12,3%
Fabricación de productos metalúrgicos básicos	450,5	4,2%	2714,0	11,1%
Fabricación de productos de la refinación del petróleo	463,7	4,4%	1895,7	7,8%
Fabricación de sustancias y productos químicos	908,8	8,5%	1805,9	7,4%
Fabricación de prendas de vestir	429,7	4,0%	814,7	3,3%
Fabricación de vehículos	109,7	1,0%	750,6	3,1%
Fabricación de productos de caucho y plástico	161,6	1,5%	568,6	2,3%
Fabricación de productos textiles	287,7	2,7%	502,5	2,1%
Otros productos minerales no metálicos	151,7	1,4%	519,1	2,1%
Papel, cartón y sus productos	99,9	0,9%	393,7	1,6%
Total Exportaciones	10647,6	100,0%	24391,0	100,0%

Fuente: Elaboración propia con datos de DIAN y DANE (2007)

de productos metalúrgicos básicos, cuya participación aumenta del 4,2% al 11,1%. El sector de productos de la refinación del petróleo, el de las sustancias y productos químicos y los vehículos, también experimentan avances destacables.

3.1.4. Exportaciones colombianas a China

Como se puede apreciar en la Tabla 6, las exportaciones colombianas hacia China en 2006, por clasificación CIIU, se concentraron en unos pocos sectores. En especial, el de metálicas básicas de hierro y acero con 48%, el de comercio al por mayor con 46%, el de cuero con 2%, y el de maquinaria eléctrica y químicos industriales con 1%, en ambos casos. Los demás sectores económicos prácticamente no realizan exportaciones hacia China, o lo hacen por valores poco significativos.

Según datos de la DIAN, la evolución del perfil exportador sectorial hacia

China en la presente década muestra un avance de las metálicas básicas de hierro y acero y del comercio al por mayor, que juntos pasaron de representar el 24% del total de las exportaciones en el año 2000, a representar el 94% del total en el 2006. Una tendencia opuesta muestra el sector de cueros y derivados, que representaba el 17% en el 2000 pero que en el 2006 caía hasta el 2%. Los sectores de maquinaria eléctrica y químicos industriales presentaron una tendencia volátil durante el período, sin alcanzar a consolidarse como sectores con una participación realmente importante en las exportaciones hacia el mercado chino.

De hecho, según los datos de Proexport (2006) sobre exportaciones por macrosector productivo, durante el primer semestre de 2007 se realizaron 520 millones de dólares en exportaciones a China, de las cuales el 68,3% correspondió a ferroníquel y el 26,8% al sector de metalmecánica,

Tabla 6. Colombia: exportaciones hacia China por sectores código CIIU, en millones de dólares FOB y en participación porcentual, 2000-2006

Cod. CIIU	Descripción	2000		2001		2002		2003		2004		2005		2006	
		USD	%	USD	%	USD	%	USD	%	USD	%	USD	%	USD	%
371	Metálicas básicas de hierro y acero	0	0%	1	5%	6	21%	38	46%	79	57%	146	62%	215	48%
610	Comercio al por mayor	7	24%	9	47%	10	36%	24	29%	33	24%	69	29%	209	46%
323	Cuero y sus derivados	5	17%	3	16%	2	7%	4	5%	6	4%	8	3%	10	2%
383	Maquinaria eléctrica	0,6	2%	0,4	2%	0,1	0%	0,7	1%	1	1%	1	0%	6	1%
351	Químicos industriales	2	7%	1	5%	3	11%	9	11%	5	4%	8	3%	5	1%
Total		29	100%	19	100%	28	100%	82	100%	138	100%	237	100%	452	100%

Fuente: DIAN

el restante 5% lo realizaron los demás sectores (Tabla 7).

Tabla 7. Colombia: exportaciones totales hacia China, en millones de dólares y en participación porcentual, primer semestre 2007

MACROSECTOR - SECTOR	USD\$	%
TRADICIONAL	355.230.362	68,3%
Café	758.383	0,1%
Ferroníquel	354.471.980	68,1%
NO TRADICIONAL	165.111.828	31,7%
AGROINDUSTRIA	349.615	0,1%
MANUFACTURAS	149.605.223	28,8%
Metalmecánica	139.288.431	26,8%
Químico	3.956.843	0,8%
Demás manufacturas	6.359.949	1,2%
PRENDAS DE VESTIR	15.054.792	2,9%
Cueros	14.677.518	2,8%
Demás prendas de vestir	377.275	0,1%
OTROS	102.198	0,0%
TOTAL EXPORTACIONES	520.342.190	100,0%

Fuente: Proexport Colombia (2007)

Estas estadísticas muestran que las exportaciones colombianas a China por macrosector están bastante concentradas, lo cual constituye una de las principales características del patrón de comercio bilateral.

A pesar de las limitaciones de la oferta exportable colombiana al mercado chino, Proexport, tras un arduo trabajo de identificación, estableció nuevas oportunidades comerciales en torno a cinco productos: lácteos, piel y carne de babilla, uchuva, pitahaya y cálculos biliares (“Las dos Chinas conquistadas”, 2007).

En tal sentido, el sector de la agroindustria que prácticamente no realiza exportaciones a China en la actualidad, podría perfilarse como

un sector a promover en el mercado chino por parte de los empresarios e instituciones del sector exportador colombiano.

3.2. Importaciones colombianas

3.2.1. Evolución de las importaciones totales de Colombia

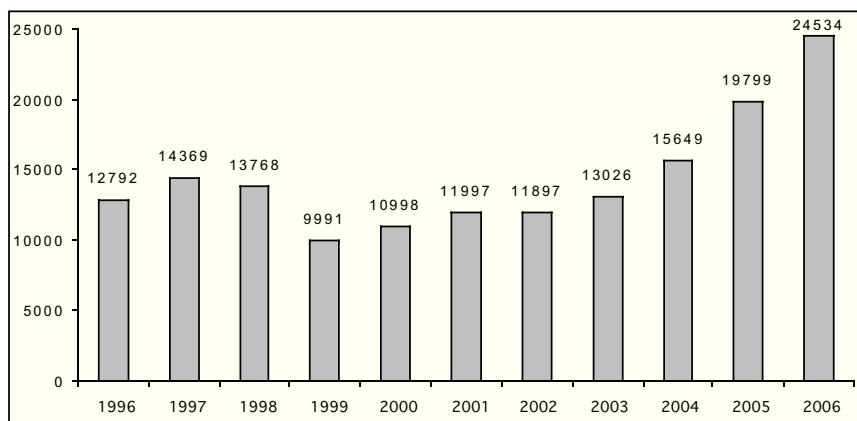
Las importaciones totales colombianas en valor FOB representaron el 19% del PIB del país en 2006, con una tendencia creciente durante casi todo el período comprendido entre 1996- 2006. No obstante, la crisis económica de finales de los noventa golpeó fuertemente al sector importador que apenas recuperó los niveles de 1997 (14.369 millones de dólares) hasta el año 2004 (15.649 millones de dólares). El desempeño de las importaciones colombianas durante los años 2005 y 2006 fue bastante destacable, con crecimientos superiores al 20% en ambos años, hasta alcanzar los 23.976 millones en el año 2006, como se puede apreciar en el Gráfico 9.

3.2.2. Importaciones de Colombia por país de origen

Como se puede apreciar en la Tabla 8, en el año 2006 Colombia realizó importaciones desde un grupo bastante amplio de países, entre los cuales el principal proveedor de mercancías sigue siendo Estados Unidos con el 26,4% del total importado. Le siguieron en su orden, la Unión Europea con el 13,3%, México con 8,8%, China con 8,5%, Brasil con 7,2% y Venezuela con 5,7%.

Es de destacar que China se encuentra claramente entre los principales proveedores de mercancías de Colombia, con importaciones que en 2006

Gráfico 9. Colombia: exportaciones totales, en millones de dólares FOB, 1996-2006



Fuente: Cálculos propios con base en estadísticas del Banco de la República de Colombia (2007)

alcanzaron los 2.219 millones de dólares. También es importante señalar que las importaciones procedentes de este país han presentado un avance sustancial durante los últimos años, pasando de representar el 3,0% del total en el año 2000, a representar el 8,5% en 2006. Otros países que ganaron terreno en el periodo 2000-2006 dentro de las importaciones totales de Colombia fueron México, pasando del 4,7% al 8,8%; Brasil del 4,3% al 7,2%; Corea del Sur del 1,9% al 2,7% y Perú del 1,2% al 1,8%.

Entretanto, mercados como los de Estados Unidos, la Unión Europea, Venezuela, Japón, Chile y Canadá perdieron participación entre los años 2000 y 2006. En el caso de Estados Unidos, aunque en términos absolutos el comercio se incrementó al pasar de 3.878 a 6.920 millones de dólares, la participación porcentual de este país en las importaciones totales se reduce, pasando de representar el

33,0% del total importado, al 26,4% del total importado en este periodo.

En cuanto a la concentración de las fuentes de importación, en el año 2000 los cinco principales países proveedores de mercancías, Estados Unidos, Unión Europea, Venezuela, México y Japón, ingresaban al país el 65,8% de las importaciones totales. En 2006, los cinco principales proveedores de mercancías fueron Estados Unidos, la Unión Europea, México, China y Brasil, concentrando el 64,2% del total importado, una proporción un poco menor a las de comienzos de la década.

3.2.3. Importaciones de Colombia por producto

La composición de las importaciones colombianas por sectores según la clasificación CIIU se mantuvo relativamente estable durante el período comprendido entre 1996 y 2006. En 1996 ya el sector industrial realizaba

Tabla 8. Colombia: exportaciones por país de destino en millones de dólares FOB y en participación porcentual, 2000-2006

Destinos	2000		2001		2002		2003		2004		2005		2006	
	USD	%												
Estados Unidos	3878,1	33,0%	4155,0	32,4%	4000,0	31,5%	4229,5	30,5%	5085,0	30,3%	6005,6	28,3%	6919,7	26,4%
Unión Europea -27	1823,8	15,5%	1766,0	13,8%	1654,3	13,0%	1898,4	13,7%	2328,4	13,9%	2928,4	13,8%	3469,0	13,3%
México	549,0	4,7%	588,9	4,6%	676,6	5,3%	747,7	5,4%	1044,5	6,2%	1757,1	8,3%	2290,6	8,8%
China	355,8	3,0%	474,0	3,7%	532,2	4,2%	686,0	4,9%	1054,9	6,3%	1616,8	7,6%	2219,3	8,5%
Brasil	509,7	4,3%	580,4	4,5%	640,8	5,0%	768,4	5,5%	973,1	5,8%	1383,4	6,5%	1884,9	7,2%
Venezuela	944,9	8,0%	789,9	6,2%	785,3	6,2%	727,9	5,2%	1081,9	6,5%	1219,1	5,7%	1497,6	5,7%
Japón	542,8	4,6%	542,4	4,2%	613,8	4,8%	644,6	4,6%	649,4	3,9%	705,3	3,3%	944,6	3,6%
Corea del Sur	224,0	1,9%	266,0	2,1%	310,0	2,4%	338,0	2,4%	453,0	2,7%	548,0	2,6%	700,0	2,7%
Ecuador	316,8	2,7%	318,0	2,5%	365,5	2,9%	410,3	3,0%	412,5	2,5%	529,0	2,5%	696,9	2,7%
Perú	143,0	1,2%	159,0	1,2%	160,0	1,3%	193,0	1,4%	261,0	1,6%	350,0	1,7%	477,0	1,8%
Chile	255,0	2,2%	262,0	2,0%	281,0	2,2%	300,0	2,2%	359,0	2,1%	377,0	1,8%	468,0	1,8%
Canadá	294,0	2,5%	344,0	2,7%	274,0	2,2%	313,0	2,3%	385,0	2,3%	389,0	1,8%	450,0	1,7%
Otros	1920,0	16,3%	2575,0	20,1%	2402,0	18,9%	2625,0	18,9%	2676,0	16,0%	3395,0	16,0%	4145,0	15,8%
Total	11757,0	100,0%	12820,7	100,0%	12695,5	100,0%	13881,7	100,0%	16764,2	100,0%	21204,2	100,0%	26162,4	100,0%

Fuente: elaboración propia con datos de DIAN y DANE (2007)

Tabla 9. Colombia: importaciones totales código CIIU Rev. 3 en millones de dólares y participación porcentual, 1996 y 2006

Sector	1996		2006	
	USD	%	USD	%
Sector Industrial	12566,9	91,9%	24621,6	94,1%
Sector minero	72,0	0,5%	272,4	1,0%
Sector agropecuario, ganadería, caza y silvicultura	1016,3	7,4%	1241,3	4,7%
Fabricación de sustancias y productos químicos	2653,5	19,4%	5280,4	20,2%
Fabricación de maquinaria y equipo	2028,6	14,8%	2929,5	11,2%
Fabricación de vehículos	1161,3	8,5%	2794,2	10,7%
Fabricación de equipos de telecomunicaciones	838,8	6,1%	2256,2	8,6%
Fabricación de productos metalúrgicos básicos	888,0	6,5%	2006,9	7,7%
Productos alimenticios y bebidas	814,4	6,0%	1237,0	4,7%
Total Importaciones	13680,0	100,0%	24390,0	100,0%

Fuente: Elaboración propia con datos de DIAN y DANE (2007)

el 91,8% de las importaciones totales, porcentaje que aumentó en promedio en 2,5% durante la década, para alcanzar el 94,1% del total importado en 2006. El avance del sector industrial vino acompañado por un ligero retroceso de las importaciones agrícolas en porcentaje. Cabe resaltar que el valor absoluto de las importaciones en casi todos los sectores, aumentó entre los años analizados.

Los principales sectores que realizan importaciones en Colombia son aquellos que provienen de la fabricación de sustancias y productos químicos que en 2006 representaron el 20,2% del total; le siguen los asociados con la fabricación de maquinaria y equipo con el 11,2%; vehículos con el 10,7%; equipos de telecomunicaciones con el 8,6%; productos metalúrgicos básicos con el 7,7%; y alimentos y bebidas con el 4,7%.

De estos sectores, los de vehículos, equipos de telecomunicaciones y productos metalúrgicos ganaron algunos puntos de participación entre 1996 y 2006, en tanto que los sectores de sustancias y productos químicos, maquinaria y equipo, y, alimentos y bebidas, registraron una caída en su participación porcentual, siendo especialmente notable la caída del sector de maquinaria y equipo, que, aunque continúa siendo el segundo sector que más importaciones realiza, pasó de importar el 14,8% en 1996, a importar el 11,2% en 2006.

3.2.4. Importaciones colombianas desde China

Como se puede apreciar en la Tabla 10, durante el año 2006, según datos suministrados por la DIAN, Colombia realizó importaciones desde China por un valor CIF de 2.291 millones

Tabla 10. Colombia: importaciones desde China por sectores código CIIU, en millones de dólares CIF y en participación porcentual, 2000-2006

Cod. CIIU	Descripción	2000		2001		2002		2003		2004		2005		2006	
		USD	%	USD	%	USD	%	USD	%	USD	%	USD	%	USD	%
383	Maquinaria eléctrica	64	18%	89	19%	101	19%	160	23%	290	27%	486	30%	514	22%
382	Maquinaria excluida la eléctrica	42	12%	57	12%	69	13%	103	15%	156	15%	236	15%	327	14%
351	Químicos industriales	34	10%	42	9%	45	8%	66	10%	104	10%	127	8%	160	7%
384	Material de transporte	15	4%	12	3%	19	4%	23	3%	39	4%	87	5%	157	7%
321	Textiles	24	7%	34	7%	51	10%	68	10%	114	11%	117	7%	114	5%
390	Otras industrias manufactureras	39	11%	51	11%	56	11%	53	8%	64	6%	93	6%	107	5%
381	Metalmecánica excluida maquinaria	13	4%	20	4%	24	5%	28	4%	43	4%	73	5%	102	4%
356	Plásticos	20	6%	37	8%	32	6%	38	6%	55	5%	83	5%	101	4%
Total		354	100%	475	100%	532	100%	689	100%	1067	100%	1616	100%	2291	100%

Fuente: DIAN

de dólares. Los sectores con más importaciones fueron el de maquinaria eléctrica con 22,4%; el de maquinaria, excluida la eléctrica, con el 14,3%; el de químicos industriales con el 7,0%; el de material de transporte con 6,9% y los textiles con 5,0%. Otros sectores con participaciones importantes fueron las otras industrias manufactureras, la metalmecánica, excluida maquinaria, y los plásticos, aunque ninguno de estos sectores llega a representar más de 5,5% de las importaciones totales.

Según datos de la DIAN contenidos en la Tabla 10, la evolución del perfil sectorial importador de Colombia hacia China en la presente década muestra que, durante el período 2000-2006, algunos sectores como los de maquinaria eléctrica y maquinaria, excluida la eléctrica, que partici-

paban al principio de la década con el 30% de las importaciones totales, han venido aumentando su participación hasta representar un 45% en el 2005 y un 36% en el 2006. Otro sector que aumentó su participación fue el de transporte, al pasar de 4% en 2000 al 7% en el 2006. Entretanto, un comportamiento opuesto muestran los sectores textiles y otras industrias manufactureras, el primero pasando de representar el 7% en el año 2000 al 11% en 2004 y cayendo hasta el 5% en 2006; y el segundo con una caída aún mayor al pasar de representar el 11% de las importaciones totales en el 2000 a representar un 5% en 2006.

3.3. Balance comercial de Colombia

El déficit comercial colombiano durante el último decenio muestra un

primer período caracterizado por un fuerte déficit que giró en torno a los 3.500 millones de dólares entre 1996 y 1998, año a partir del cual comienza su recuperación como producto de la fuerte caída en las importaciones inducida por la recesión económica de 1999 y la devaluación del tipo de cambio. En el año 2000, se alcanzó el mayor superávit comercial en la historia del país por un monto de 2.160 millones de dólares FOB. Este superávit comercial se fue deteriorando paulatinamente como resultado de la recuperación en las importaciones, impulsadas por el mayor crecimiento económico y posteriormente debido al proceso de apreciación del tipo de cambio que se comenzó a generar desde el año 2003.

A partir de 2001, como se observa en el Gráfico 10, se inicia un período de

relativo equilibrio comercial, resultado del buen desempeño de las exportaciones, que crecieron prácticamente al mismo ritmo de las importaciones gracias a los altos precios internacionales de los bienes básicos, el buen momento económico de Venezuela y el aprovechamiento de la Ley de Preferencias Arancelarias Andinas y de Erradicación de Drogas (ATPDEA) que ofrece acceso preferencial al mercado de los Estados Unidos.

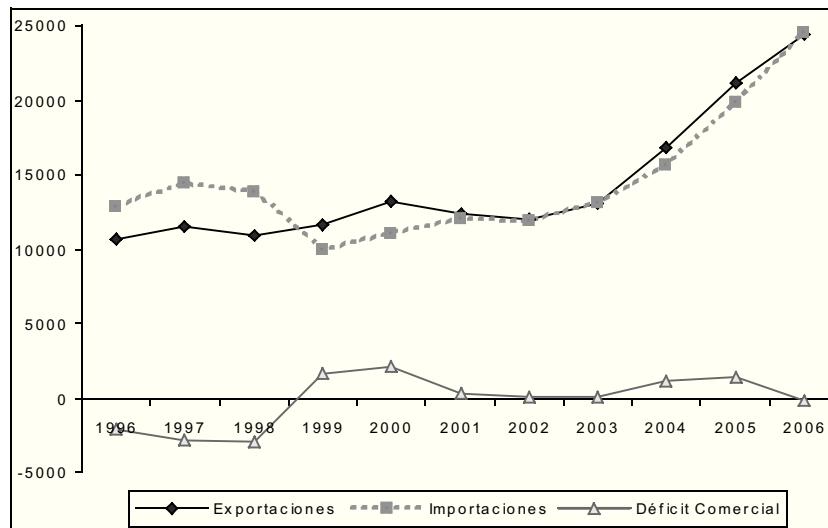
4. COMERCIO EXTERIOR DE CHINA

4.1. Exportaciones de China

4.1.1. Evolución de las exportaciones totales de China

En tan solo once años, China ha multiplicado por seis el monto de sus exportaciones al pasar de

Gráfico 10. Colombia: exportaciones, importaciones y déficit comercial con China, en millones de dólares FOB, 1996-2006



Fuente: Cálculos propios con base en estadísticas del DANE (2008)

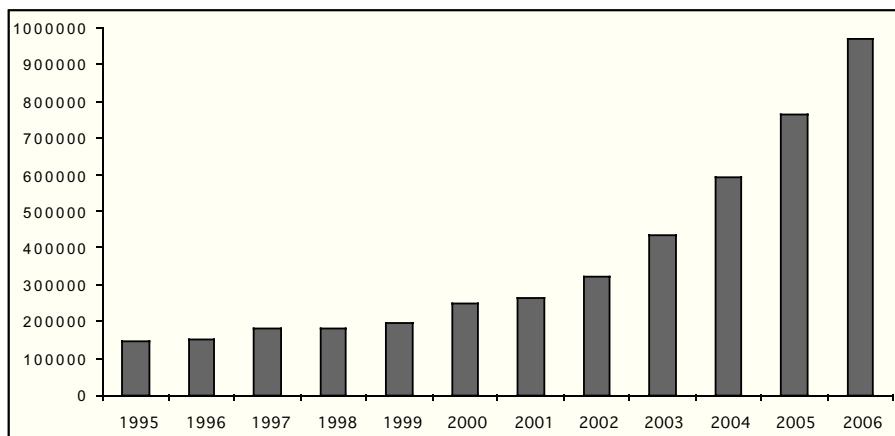
148.000 millones de dólares en 1995 a 969.000 millones en 2006, según datos de la Organización Mundial del Comercio presentados en el Gráfico 11.

A partir de los años setenta, la evolución de la participación de las exportaciones chinas dentro de las exportaciones totales mundiales no ha mostrado el menor síntoma de estancamiento o volatilidad (Tabla

11), presentándose como un proceso endógeno del modelo de crecimiento chino enfocado a la colocación en los mercados internacionales de productos altamente competitivos dados sus bajos precios, resultado de su abundante y económica mano de obra.

A medida que sus exportaciones siguen escalando, la cadena de valor agregado china se podría convertir en una amenaza para los países que

Gráfico 11. China: exportaciones FOB en millones de dólares, 1995-2006



Fuente: OMC (2007)

Tabla 11. Evolución de las exportaciones de mercancías de las economías asiáticas en el total mundial, en miles de millones de dólares y participación porcentual

	1948	1953	1963	1973	1983	1993	2003	2006
MUNDO (USD)	59	84	157	579	1938	3675	7371	11783
As ia	14%	13%	13%	15%	19%	26%	26%	28%
China	1%	1%	1%	1%	1%	3%	6%	8%
Japón	0%	2%	4%	6%	8%	10%	6%	6%
India	2%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%
Australia y Nueva Zelanda	4%	3%	2%	2%	1%	2%	1%	1%
Otras de Asia Oriental	3%	3%	2%	3%	6%	10%	10%	10%
MUNDO (%)	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Elaboración propia utilizando información de la OMC (2007)

se especializan en exportar productos que insumen gran cantidad de mano de obra no calificada, que tendrán que hacer ajustes a su estructura productiva para enfrentar la competencia de China (Prasad y Rumbaugh, 2003, p. 49).

El crecimiento promedio de las exportaciones chinas durante el periodo 1995-2006 fue de 19,3%. El año de menor desempeño para el sector exportador fue 1998 con un crecimiento casi nulo, al tiempo que el año 2004 se presentó como el de mayor dinamismo exportador, con un crecimiento de 35% con respecto al año anterior.

4.1.2. Exportaciones de China por país de destino

Como se puede observar en la Tabla 12, el perfil exportador chino en

cuanto a su composición geográfica, se encuentra concentrado en cuatro mercados, siendo Estados Unidos su principal socio comprador a lo largo del periodo 2000-2006. Le siguen en importancia Hong Kong, Japón y Corea del Sur, mostrando a su vez una concentración en el continente asiático. No obstante, es importante destacar que estas economías han venido perdiendo participación durante el periodo analizado. Colombia, por su parte, en el 2006 representó menos del 0,5% del total de las exportaciones chinas (OMC, 2007).

4.1.3. Exportaciones de China por producto

Los principales productos de exportación de China, detallados en la Tabla 13, son maquinaria eléctrica y equipo,

Tabla 12. China: exportaciones totales por países de destino, participaciones porcentuales, 2002-2006

	2002	2003	2004	2005	2006
Estados Unidos	21,5%	21,1%	21,1%	21,4%	21,0%
Hong Kong	18,0%	17,4%	17,0%	16,3%	16,0%
Japón	14,9%	13,6%	12,4%	11,0%	9,5%
Corea del Sur	4,8%	4,6%	4,7%	4,6%	4,6%
Otros	40,8%	43,3%	44,8%	46,7%	48,9%

Fuente: Economist Intelligence Unit (2008)

Tabla 13. China: principales productos exportados en millones de dólares FOB y por participación porcentual, 2002-2006

	2002		2003		2004		2005		2006	
	USD	%								
Maquinaria eléctrica y equipos	31897	9,8%	42356	9,7%	59503	10,0%	77514	10,2%	101683	10,5%
Ropa y prendas de vestir	41306	12,7%	52066	11,9%	61857	10,4%	74166	9,7%	95392	9,8%
Hilos y textiles	20565	6,3%	26901	6,1%	33432	5,6%	41051	5,4%	48687	5,0%
Petróleo y sus derivados	3991	1,2%	5824	1,3%	5892	1,0%	10033	1,3%	11013	1,1%
Total exportado (incluyendo otros)	325595	100,0%	438229	100,0%	593326	100,0%	761953	100,0%	968935	100,0%

Fuente: Economist Intelligence Unit (2008)

ropa y prendas de vestir, hilos y textiles y petróleo y sus derivados.

Durante el período 2002-2006 se puede observar que maquinaria eléctrica y equipos ganó participación en el total de las exportaciones, mientras que los demás productos destacados perdieron participación, en especial, ropa y prendas de vestir, que pasó de representar un 12,7% en 2002 a representar el 9,8% en 2006.

4.2. Importaciones de China

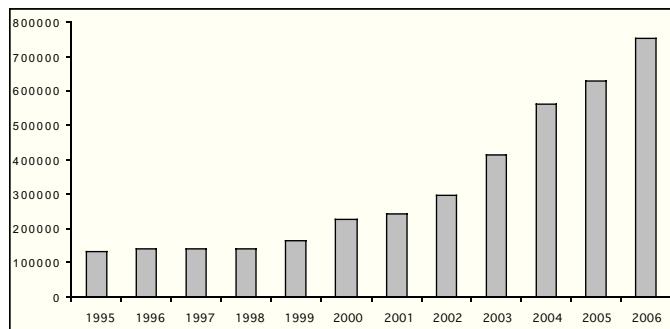
4.2.1. Evolución de las importaciones totales de China

El proceso de expansión exportador de China ha venido acompañado por

un proceso paralelo de incremento de sus importaciones. Como se puede observar en el Gráfico 12, las importaciones del país asiático se multiplicaron por cinco durante el período 1995 – 2006 al pasar de los 132.000 millones de dólares a 762.000 millones. A partir del año 1999, las importaciones de China han crecido a un ritmo mayor que el de sus exportaciones, con las excepciones de los años 2002, 2005 y 2006. No obstante, la dinámica importadora de China es bastante fuerte, con un crecimiento promedio de las importaciones entre 1995 y 2006 de alrededor del 17,9%.

Asimismo, en la Tabla 14 se puede apreciar que la evolución de las im-

Gráfico 12. China: importaciones CIF en millones de dólares, 1995-2006



Fuente: OMC (2007)

Tabla 14. Evolución de las importaciones de mercancías de las economías asiáticas en el total mundial, en miles de millones de dólares y participación porcentual

	1948	1953	1963	1973	1983	1993	2003	2006
MUNDO (USD)	62	85	164	594	1882	3770	7650	12113
Asia	13,9%	15,1%	14,1%	14,9%	18,5%	23,3%	23,1%	25,0%
China	0,6%	1,6%	1,9%	0,9%	1,1%	2,8%	5,4%	6,5%
Japón	1,1%	2,8%	4,1%	6,5%	6,7%	6,4%	5,0%	4,8%
India	2,3%	1,4%	1,5%	0,5%	0,7%	0,6%	0,9%	1,4%
Australia y Nueva Zelanda	2,9%	2,3%	2,2%	1,6%	1,4%	1,5%	1,4%	1,4%
Otras de Asia Oriental	3,5%	3,7%	3,1%	3,7%	6,1%	9,9%	8,2%	8,6%
MUNDO (%)	100%							

Fuente: OMC (2007)

portaciones chinas dentro del total mundial ha sido creciente desde los años setenta, pasando de representar el 0,9% de las importaciones mundiales en 1973, a representar el 6,5% en el año 2006. Esta tendencia ha sido paralela a la mostrada por el continente asiático.

4.2.2. Importaciones de China por país de origen

Las importaciones de China se encuentran más diversificadas en cuanto a mercados que sus exportaciones, ya que a lo largo del período 2002-2006 cerca del 60% de las exportaciones se concentraron en Estados Unidos, Hong Kong, Japón y Corea del Sur, mientras que las importaciones, dirigidas a sus cuatro principales proveedores de mercancías: Japón, Corea del Sur, Taiwán y Estados

Unidos, representaron alrededor del 50% del total importado durante el mismo período.

Corea del Sur aumentó su participación en las importaciones del mercado chino, pasando de representar el 9,7% en 2002 a representar el 11,3% en 2006. Por su parte, Japón perdió participación, pasando de 18,1% al 14,6% durante el mismo período. Estados Unidos y Taiwán mostraron comportamientos similares como se puede apreciar en la Tabla 15.

4.2.3. Importaciones de China por producto

Los principales productos importados desde China incluyen maquinaria eléctrica, petróleo y sus derivados, maquinaria industrial y textiles. Como se puede apreciar en la Tabla 16, entre 2002 y 2006, maquinaria

Tabla 15. China: importaciones totales por países de destino, participaciones porcentuales, 2002-2006

	2002	2003	2004	2005	2006
Japón	18,1%	18,0%	16,8%	15,2%	14,6%
Corea del Sur	9,7%	10,5%	11,1%	11,6%	11,3%
Taiwán	12,9%	12,0%	11,5%	11,3%	11,0%
Estados Unidos	9,2%	8,2%	8,0%	7,4%	7,5%
Otros	50,1%	51,3%	52,6%	54,5%	55,6%

Fuente: Economist Intelligence Unit (2008)

Tabla 16. China: principales productos importados en millones de dólares CIF y por participación porcentual, 2002-2006

	2002		2003		2004		2005		2006	
	USD	%								
Maquinaria eléctrica	55386	18,8%	79799	19,3%	110477	19,7%	137667	20,9%	174799	22,1%
Petróleo y sus derivados	17226	5,8%	26704	6,5%	44510	7,9%	59472	9,0%	84068	10,6%
Maquinaria industrial	15646	5,3%	21006	5,1%	26312	4,7%	24267	3,7%	27430	3,5%
Textiles	13061	4,4%	14218	3,4%	15305	2,7%	15502	2,3%	16359	2,1%
Total importado (incluyendo otros)	295170	100,0%	412760	100,0%	561228	100,0%	659953	100,0%	791461	100,0%

Fuente: Economist Intelligence Unit (2008)

eléctrica pasó de representar el 18,8% a representar el 22,1%. La participación porcentual de petróleo y sus derivados casi se duplicó, pasando del 5,8% en 2002 al 10,6% en 2006. Por su parte, las importaciones de maquinaria industrial y de textiles mostraron una reducción en su participación porcentual durante el período.

Según la International Energy Agency (2008), China se ha consolidado como el tercer importador mundial de petróleo crudo y productos del petróleo, sólo superado por los Estados Unidos y Japón. China es también un importante importador de cemento, hierro, acero, aluminio, cobre y otras materias primas.

4.3. Balance Comercial de China

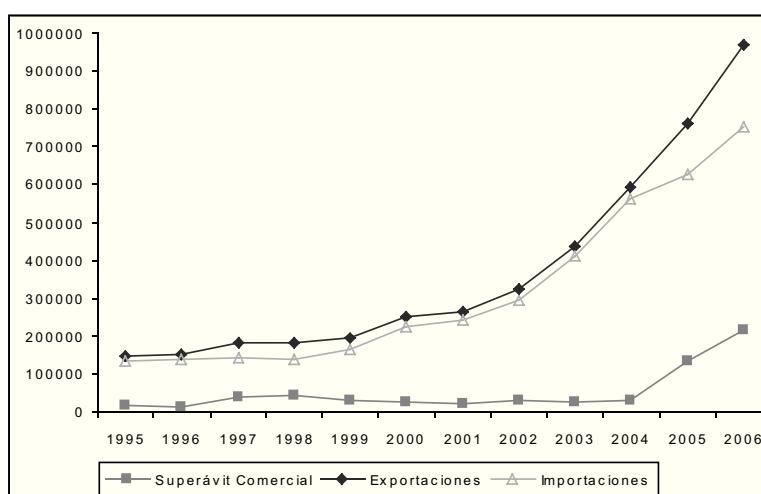
Como se puede apreciar en el Gráfico 13, tanto las exportaciones como las importaciones de China han presentado una tendencia positiva durante

el período de análisis, pero sin que las importaciones hayan logrado superar el valor de las exportaciones, lo cual implica que China ha podido mantener un superávit comercial a lo largo de todo el período, en especial, gracias a la fortaleza de sus exportaciones hacia mercados como el de Estados Unidos y Hong Kong. En el año 2006, el superávit comercial chino alcanzó los 217.726 millones de dólares, una suma equivalente a 1,5 veces el valor del PIB generado por Colombia durante el mismo año. El superávit comercial de China en 2006 es el mayor presentado desde el máximo histórico alcanzado en 1998, cuando llegó a los 43.000 millones de dólares.

4.3.1. Balance comercial entre Colombia y China

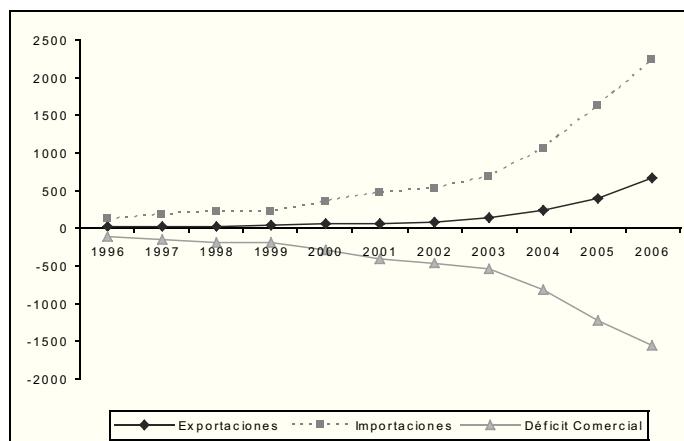
Entre los años 1996 y 2006, la relación comercial entre Colombia y China fue deficitaria para Colombia.

Gráfico 13. China: balanza comercial en millones de dólares, 1995-2006



Fuente: OMC (2007)

Gráfico 14. Colombia: déficit comercial con China en millones de dólares FOB, 1996-2006



Fuente: Cálculos propios con base en estadísticas de la DIAN y DANE

Sin embargo, vale la pena resaltar que es a partir del ingreso de China a la OMC, a comienzos de la presente década, que el saldo de la balanza comercial entre Colombia y China se ha multiplicado exponencialmente, llegando a alcanzar en 2006 la preocupante cifra de -1.558 millones de dólares FOB, equivalente al 1,3% del PIB colombiano. **Tanto las exportaciones colombianas a China como sus importaciones desde este país, han presentado una clara tendencia a incrementarse pero, desde el año 2000, el dinamismo de las importaciones ha sido bastante mayor que el de las exportaciones, lo que amplía sistemáticamente la brecha comercial entre ambas** (Gráfico 14).

4. CONCLUSIONES

La importancia económica de China es cada vez más visible, no sólo por ser el país más poblado del mundo con una quinta parte de los habitantes

totales del planeta y ser la tercera potencia económica mundial (medido su PIB a tasas de cambio nominales), sino por su rápido y sostenido crecimiento, sus buenas perspectivas de crecimiento hacia el futuro y por ser la tercera potencia comercial del mundo con una participación en el comercio mundial superior al 7%. Igualmente, China es el cuarto país más visitado del mundo y se encuentra posicionada como el país en desarrollo líder en atracción de inversión extranjera directa.

El lugar de privilegio que ocupa actualmente China en el mundo, se puede apreciar aún más si a los anteriores logros económicos, se añade su renovada posición de liderazgo en las relaciones políticas internacionales, su poderío militar y su fortalecida influencia cultural.

Las relaciones comerciales entre Colombia y China son altamente deficitarias, representando un balance

comercial para Colombia de -1.767 millones de dólares, cerca del 1,3% del PIB para el año 2006. Aunque las importaciones colombianas procedentes de China vienen en franco ascenso y son consistentes con el poderío comercial del país asiático, el nivel de exportaciones colombiano a este país se encuentra muy lejos de lo que le correspondería, dado que China importa más del 6% de las mercancías del mundo y que Colombia sólo vende a este país el 1% de sus exportaciones.

Mientras los productos importados de China son enormemente variados e incluyen desde juguetes hasta electrodomésticos, las exportaciones colombianas hacia China son poco diversificadas, concentrándose en los sectores del níquel y las manufacturas relacionadas con la metalmeccánica, con lo cual se evidencia que el mercado chino se encuentra poco explorado por parte de los exportadores colombianos.

En tal sentido, este trabajo ha identificado un conjunto de factores políticos, económicos, institucionales y culturales, que afectan las relaciones comerciales bilaterales, frente a las cuales se pueden proponer acciones de política comercial que permitan acercar las dos economías a un intercambio comercial más justo.

Para Colombia, es de especial importancia encontrar los mecanismos que le permitan incrementar las relaciones comerciales con China e iniciar un dinamismo exportador hacia esta región para aprovechar el potencial importador del mercado chino, de tal manera que es pertinente el pronto inicio de negociaciones de libre comercio con este país.

Dado que las relaciones políticas y diplomáticas entre los países se encuentran poco desarrolladas, es recomendable que los ministerios de Comercio y de Relaciones Exteriores, en coordinación con las respectivas embajadas de Colombia y China, intensifiquen sus acercamientos y faciliten el contacto de los empresarios colombianos con los empresarios chinos.

El acompañamiento en el proceso de exploración de los empresarios colombianos al mercado chino, por parte de un equipo bien capacitado de agencias de promoción del comercio como Proexport, se presenta como un punto crucial dado el marcado desconocimiento por parte de los empresarios colombianos acerca de la cultura asiática, su lengua, escritura, hábitos alimenticios y costumbres en la negociación y las relaciones personales.

Asimismo, una mejora en la infraestructura vial y portuaria del país; un tipo de cambio más competitivo del peso frente al dólar que atenúa el efecto de la subvaluación del yuan frente al dólar y el fomento del estudio de la cultura china en los centros de educación superior del país, serían algunos estímulos adicionales que se podrían aplicar para fomentar unas relaciones comerciales más balanceadas entre ambos países.

BIBLIOGRAFÍA

- Appleyard, D. y Field, A. (2003). *Economía Internacional* (4ta ed.). Bogotá, Colombia: McGraw-Hill.
- Banco de la República. (2007). *Series Estadísticas*. Recuperado en Diciembre 5, 2007, de http://www.banrep.gov.co/series-estadisticas/see_s_externo.htm#pagos

- Banco Interamericano de Desarrollo: Integration and Regional Program Department. (2005). *The Emergence of China: Opportunities and Challenges for Latin America and the Caribbean*. Recuperado en Octubre 3, 2006, de <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=447111>
- Belk, R., Hung, K., y Li, S. (2007). Glocal understandings: female reader's perceptions of the new woman in Chinese advertising. *Journal of International Business Studies*, 6 (38), 1034 – 1051.
- Carbaugh, R. (2004). *Economía Internacional* (9na ed.). México: Thomson.
- Central Intelligence Agency - CIA. (2008). *World Factbook*. Recuperado Julio 24, 2008, de <http://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/index.html>
- Clissold, T. (2006). *Mr. China*. Bogotá, Colombia: Aguilar.
- Conferencia de las Naciones Unidas para el Desarrollo – UNCTAD. (2007). *Foreign Direct Investment database 2007* [Base de datos]. Disponible en <http://www.unctad.org/Templates/Page.asp?intItemID=3198&lang=1>
- Consejo Privado de Competitividad. (2007). *Informe Nacional de Competitividad 2007*. Bogotá, Colombia: Punto y Línea Impresores.
- Cuenca, E. (2004). *Organización Económica Internacional*. Madrid, España: Pearson Prentice Hall.
- Davis, I. (2005). *Negociando en Asia: desafíos y perspectivas*. Nueva York, NY: Global One Productions.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas – DANE (2007). *Comercio Exterior*. Recuperado en Noviembre 14, 2007, de http://www.dane.gov.co/index.php?option=com_content&task=category§ionid=15&id=49&Itemid=231
- Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales - DIAN. (n.d). *Sistema Estadístico de Comercio Exterior*. Recuperado en Diciembre 18, 2007, de <http://websiex.dian.gov.co/>
- Economist Intelligence Unit (2008) Recuperado julio 23, 2008 de http://www.viewswire.com/index.asp?layout=VWChannelVW3&country_id=1800000180&channel_id=190004019
- Fishman, T. (2006) *China S.A.* Bogotá, Colombia: Random House Mondadori.
- Fondo Monetario Internacional - FMI. (2005). Economic Prospect and Policy Issues. En *World Economic Outlook, WEO* (chap. 1). Recuperado en Mayo 29, 2007, de <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2005/02/esl/weo0905s.pdf>
- García, J. y Durán, G. (2005). *Sistema Económico Mundial*. Bogotá, Colombia: Thomson.
- Higueras, G. (2003). *China la venganza del dragón*. Barcelona, España: Península.
- IMD international. (2007). *World Competitiveness Yearbook*. Lausanne, Suiza: Autor.
- International Energy Agency. (2008). *Key World Energy Statistics 2007*. Recuperado en Enero 28, 2008, de http://www.iea.org/Textbase/publications/free_new_Desc.asp?PUBS_ID=1199
- Keidel, A. (2006). Why China won't show down. *Foreign Policy*, 154, 68-69.
- Krugman, P. y Obstfeld, M. (2006). *Economía Internacional* (7ma ed.). Madrid, España: Pearson.

- Las dos Chinas conquistadas por la Babilla colombiana. (2007, marzo 13). *Diario El País*. Recuperado Marzo 12, 2007, de <http://www.elpais.com.co/paisononline/notas/Marzo122007/babilla.html>
- Landes, D. (2006). Why Europe and the West? Why not China? *The Journal of Economic Perspectives*, 24 (20), 3-23.
- Leser, E., Philip, B. y Service Enterprises. (2005, Abril 26). L'émergence de la Chine perturbe les équilibres mondiaux. *Le Monde*. Recuperado abril 27, 2005, de http://www.lemonde.fr/cgi-bin/ACHATS/acheter.cgi?offre=ARCHIVES&type_item=ART_ARCH_30J&objet_id=898245
- Mandelbaum, J. y Haber, D. (2005). *China La Trampa de la Globalización*. Barcelona, España: Urano.
- Margolin, J. (2003). "La Chine" en *Atlas des Relations Internationales*. Boniface, Pascal. Paris, Francia: Hatier.
- Martínez, J. y Vidal, J. (2003). *Economía Mundial* (2da ed.). Madrid, España: McGraw-Hill.
- Naím, M. (2007). The Battle of Beijing. *Foreign Policy*, 163, 95-96.
- National Bureau of Statistics. (2007). *China Statistical Yearbook 2006*. Recuperado en Julio 23, 2007, de <http://www.stats.gov.cn/tjsj/ndsj/2006/indexeh.htm>
- North, D. (1995). *Instituciones, cambio institucional y desempeño económico* (1ra ed.) Chile: Fondo de Cultura Económica.
- Organización Mundial del Comercio – OMC. (2007). *International Trade Statistics 2007*. Suiza: Autor. Disponible en: http://www.wto.org/spanish/res_s/statis_s/statis_s.htm
- Organización Mundial del Turismo. - OMT. (2007). Recuperado octubre 14, 2007 de: <http://www.unwto.org/facts/menu.html>
- Posada, E. (2006). *Inserción de Colombia en el Mercado de China: Hacia un tratado de libre comercio Colombia – China*. Bogotá, Colombia: Observatorio Virtual Asia Pacífico. Recuperado noviembre 10, 2007, de: http://avalon.utadeo.edu.co/comunidades/grupos/asia-pacifico/uploads/tlc_china_colombia.pdf
- Prasad, E. y Rumbaugh, T. (2003). Más allá de la gran muralla. *Revista Finanzas y Desarrollo*, 4 (40), 46 –49.
- Proexport. (2006). *Guía para exportar a China*. Recuperado en Abril 2, 2007, de <http://www.proexport.com.co/VBeContent/NewsDetail.asp?ID=4073&IDCompany=16>
- Proexport. (2007). *Inteligencia de mercado: estadísticas de exportaciones de Colombia de Enero julio de 2007*. Disponible en: http://www.proexport.com.co/VBeContent/newsdetail.asp?id=315&idcompa ny=16&ItemMenu=5_251
- Pugel, T. (2004). *Economía Internacional* (12va ed.). Madrid, España: McGraw-Hill.
- Rambal, N., González, C. y Ortega, P. (2003). *El Entorno Económico Actual*. Bogotá, Colombia: Thomson.
- Ravaillon, M. y Chaudhuri, S. (2006). Partially Awakened Giants: Uneven Growth in China and India. En L.A. Winters y S. Yusuf (Eds.), *Dancing with Giants: China, India and the Global Economy* (chap. 6). Washington, DC: World Bank. Disponible en: http://works.bepress.com/martin_ravallion/3

- Ricardo, D. (1823). *Principios de economía política y tributación*. Madrid, España: Sarpe.
- Rumbaugh, T. y Blancher, N. (2004). *China: International Trade and the WTO Accession* (IMF Working Paper No.04-36). Recuperado en Junio 29, 2007, de <http://www.imf.org/external/pubs/ft/wp/2004/wp0436.pdf>
- Samuelson, P. (1971). Ohlin was right. *Swedish Journal of Economics*, 73, 375-374.
- Shenkar, O. (2005). *El siglo de China*. Bogotá, Colombia: Norma.
- Smith, A. (1776). *Investigación sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones*. México: Fondo de Cultura Económica.
- So, A. (2003). The Changing Pattern of classes and class conflict in China. *Journal of Contemporary Asia*, 3 (33), 363-376.
- Stiglitz, J. (2002). *El malestar en la Globalización*. Madrid, España: Taurus Pensamiento.
- Stiglitz, J. (2006). *¿Cómo hacer que funcione la globalización?*. Bogotá, Colombia: Taurus Pensamiento.
- Sull, D. y Wang, Y. (2006). *Made In China*. Bogotá, Colombia: Norma.
- The Economist. (2007). *The World in 2008* (22va ed.) Londres, Gran Bretaña: Autor.
- How China runs the world economy: from t-shirt to T-bonds. (2005). *The Economist*, 8437(376), 11, 61-63.
- Toffler, A. y Toffler, H. (2006). *La revolución de la riqueza*. Bogotá, Colombia: Random House.
- United Nations Development Program – UNDP. (2008). *Human Development Report 2008*. Recuperado en Marzo 20, 2008, de <http://hdr.undp.org/en/statistics/data/>
- World Bank. (2007). *World Development Indicators database 2007*. Recuperado en Septiembre 20, 2007, de <http://web.worldbank.org/wbsite/external/datastatistics/,,contentMDK: 20535285~menuPK: 1390200~pagePK:64133150~piPK: 64133175~theSitePK: 239419,00.html>
- World Economic Forum. (2008). *The Global Competitiveness Report 2007-2008*. Recuperado en Julio 25, 2008, de <http://www.gcr.weforum.org/>