



Colegio de Estudios  
Superiores de Administración

Desarrollo económico chino y su impacto en el empresariado colombiano

Paola Andrea Rojas Escobar

Colegio de Estudios Superiores- CESA

Administración de empresas

Bogotá, Colombia

2019

Desarrollo económico chino y su impacto en el empresariado colombiano

Paola Andrea Rojas Escobar

Director:

Víctor Mayorga

Colegio de Estudios Superiores- CESA

Administración de empresas

Bogotá, Colombia

2019

## Tabla de contenido

Resumen.....	6
Introducción .....	7
1. Marco teórico .....	13
<i>Contexto histórico- Desarrollo económico chino: ¿Cómo China logro pasar de ser una economía rezagada a ser la segunda mejor economía del mundo?.....</i>	13
2. Metodología .....	23
3. Relaciones comerciales entre Colombia y China .....	25
4. Principales cambios en el mercado colombiano.....	28
5. Contribuciones positivas de las relaciones colombo-chinas .....	40
5.1 Innovación:.....	40
5.3 Crecimiento de empresas: .....	44
5.4 Bajos costos - mayor capital.....	48
5.5 Valor agregado:.....	49
5.6 Ventaja comparativa:.....	51
5.7 Oportunidades de exportación:.....	54
6. Afectaciones negativas de las relaciones Colombo-Chinas en las empresas Colombianas .....	55
6.1 Bajos costos:.....	56
6.2 Escasa innovación tecnológica industrial local .....	57
7. Conclusiones .....	58
8. Recomendaciones.....	60
9. Referencias.....	61

**Tabla de Ilustraciones**

Tabla 1 - Comparativo PIB, PIB per cápita y población - China y Europa Occidental .....	14
Tabla 2: Grandes cifras chinas (PIB en millones de “1990 dólares Internacionales Geary-Kheamis”) .....	19

## Índice de gráficas

Gráfica 4-1 Tasa de Crecimiento del PIB entre 1990 a 2007 (% anual) .....	31
Gráfica 4-2 Comercio entre China y Colombia (1992-2017).....	34
Gráfica 4-3 Importaciones y exportaciones totales de China-Colombia de 1990-2017 .....	37
Gráfica 4-4 Principales productos importados desde China hacía Colombia .....	38
Gráfica 4-5 Principales productos exportados a China desde Colombia .....	39
Gráfica 5-5-1 Creación de empresas en Colombia (2013-2018).....	45
Gráfica 5-5-5-2 – Índice de desempleo (2001 – 2018) .....	47

## TESIS DESARROLLO ECONÓMICO DE LA CHINA Y SU IMPACTO EN COLOMBIA

### **Resumen**

El papel protagónico que ha venido adquiriendo China en el comercio mundial ha tenido grandes repercusiones en la economía global y, de igual manera, también en las economías de los países de América Latina.

La fábrica del planeta o, como muchos otros lo llaman, el gigante asiático, ha venido adquiriendo el papel protagónico en el comercio mundial, por ser un país que crece a tasas significativamente elevadas, logrando permear con su influencia todos los rincones del mundo; es el segundo proveedor más importante del mercado colombiano, pero su llegada no ha sido bien recibida por todos los sectores económicos en el país, generando, bien sea descontentos u oportunidades en los diferentes sectores empresariales. Por esta razón, a partir de una amplia investigación con empresarios colombianos de diferentes grupos económicos y teniendo presente, de igual manera, la teoría económica, este documento profundiza desde su propia realidad cómo se han visto afectados los distintos sectores de la economía del país con la llegada del país asiático, los impactos que ha tenido la economía en su conjunto y las estrategias que han adoptado las empresas para hacerle frente a este cambio que la China ha producido sobre los mercados del país.

### **Palabras Clave**

Desarrollo Económico, Globalización, China, Impacto económico China, Empresarios Colombianos, Impacto de los empresarios Colombianos Comercio exterior, Impacto de China en Colombia, importación, exportación.

## **Introducción**

### **Tema**

Impacto del desarrollo económico chino en las PYMES colombianas.

### **Problema**

Basado en su creciente poderío económico y considerando su particular modelo político que es el esqueleto de una potencia en ascenso compuesta por de más de 1.300 millones de personas, China se ha convertido en la potencia económica mundial del siglo XXI; cada paso que ha dado, cada política que ha adoptado, cada reforma y cada avance que ha experimentado, han generado un espiral de crecimiento vertiginoso, continuando expandiendo su influencia alrededor del mundo. Históricamente, China se ha destacado por diferentes aspectos, entre ellos, los más relevantes, su cultura, su escenario e influencia política, entre otros. Pero en los últimos años se ha sido testigo del gran crecimiento económico y de su influencia cada vez más creciente del mercado mundial, a tal punto de que desde 2008 ha sido considerada como la segunda potencia económica mundial, según los niveles de producto interno bruto (PIB) anual, siendo solo superada por Estados Unidos.

De otro lado, es importante mencionar que las relaciones colombo chinas tiene su inicio a finales de los 70s cuando el gobierno colombiano de Julio César Turbay emprende una serie de acercamientos en busca de un aliado comercial y económico en el continente asiático, que se llevaron a cabo mediante conversaciones y acercamientos que en ese

momento tenían como finalidad estrechar los lazos diplomáticos entre las dos naciones y que, con el paso de los años, se han transformado en una relación de comercial sólida, la cual ha convertido al gigante asiático en un socio estratégico para Colombia. Es así como hoy, 38 años después, se puede observar la evolución que ha tenido dicha relación, que actualmente sitúan a China como el tercer destino de las exportaciones colombianas al exterior y el segundo en cuanto a la importación de mercancías y servicios, estando solo por detrás de los Estados Unidos, el socio histórico tradicional del país.

Sin embargo, esta relación económica y comercial establecida entre Colombia y China, ha presentado a lo largo de los años de relación varios problemas, siendo por muchos considerado uno de los más relevantes el impacto negativo para la industria nacional asociado a la importación y posterior venta de productos chinos en el mercado colombiano. Lo anterior obedece a que los productos manufacturados en China tienen, en muchos casos, costos inferiores en un 60% comparado con productos fabricados en Colombia, según cifras de la Federación Nacional de Comerciantes, (FENALCO, 2016).

De otro lado, para otros, como se pudo inferir de las entrevistas realizadas con empresarios colombianos, las relaciones con China y su entrada en los mercados colombianos se ha constituido en una gran oportunidad para muchos de los empresarios que han visto, por ejemplo, la importación de insumos a menores costos, para exportar o producir para los mercados internos productos de mayor valor agregado y mayores márgenes de utilidades. Otros se han visto forzados a hacer más eficientes sus procesos productivos, mejorando competitividad y abriendo nuevos mercados de mayor tamaño en otros países y aun teniendo como referencia un mercado del alcance y la escala como el chino.



No obstante, para entender tanto la problemática como las oportunidades que representa China para los empresarios colombianos, deben ellos observarse desde dos momentos históricos en la vida económica del país y su relación con la China. El primero inicia con la apertura económica colombiana de 1990, momento desde el cual el país da paso a un libre mercado en busca de promover el fortalecimiento de la industria nacional, dejando de lado y restringiendo en gran medida el proteccionismo del estado en materia comercial; en ese momento las importaciones eran bajas y de poca variedad y alcance; solo se reducían a un grupo menor de empresarios que incursionaban en dicho mercado, los cuales debían enfrentar los problemas de orden nacional que vivió Colombia durante la década de los 90 y principios de la década del 2000, en ese lapso de tiempo, las importaciones y el comercio bilateral tuvieron un crecimiento moderado, poco perceptible para los ojos tanto de los comerciantes como de los consumidores.

El segundo momento histórico al que se deberá hacer referencia tiene su inicio en el año 2008, año en el cual la crisis económica que sacudió al mundo, pero en mayor medida a los Estados Unidos, cambia abruptamente el panorama económico, no solo de Colombia sino del continente americano, esto a causa de la imposibilidad de la gran mayoría de compañías americanas de cumplir con las importaciones de distintos productos y materias primas que eran requeridas en Colombia. Estas compañías, que desde el inicio de la apertura económica eran asiduas proveedoras de empresas y multinacionales con sede en Colombia, al observar en muchos casos una disminución en la producción y, en los casos más extremos, un cese a la producción se ven obligados a buscar a China como el aliado estratégico para ellos.

Este país ubicado en el continente asiático se convertiría en poco menos de dos años en un aliado estratégico para nuestra nación, con la capacidad de recibir las exportaciones que a causa de la crisis económica en los Estados Unidos era incapaz de aceptar y, de igual forma, cumplir de una manera eficiente con las demandas de mercancías provenientes de grandes compañías y conglomerados económicos de Colombia. No en vano en el año 2003 las exportaciones totales de Colombia a China eran de alrededor de USD \$700 millones de dólares, cifra que para el año 2009 sería de USD \$950 millones de, mientras que las importaciones de China a Colombia ascendieron a USD \$3.700 millones de para el año 2009 y de USD \$5.915 millones solo un año después, según datos presentados por directora ejecutiva del Centro China en Colombia, Diana Andrea Gómez.

Estos dos momentos históricos, permiten entender la problemática que desde el año 2010 sacude a Colombia, ya que la irrupción de un mercado totalmente distinto al estadounidense, menos costoso, más accesible para pequeñas y medianas empresas, un mercado que tiene como principal característica la venta al por mayor y no al detal, deja a la industria nacional sin posibilidades de competir en bases de equidad con los productos provenientes de la china que invadieron los mercados colombianos.

Ahora bien, se debe entender que de esta gran problemática planteada anteriormente surgen una serie de nuevos problemas que permean el escenario nacional, ya que no solo la competencia desigual y el daño las industrias productoras de mercancías fueron los afectados con la incursión del mercado chino. Cabe resaltar que no todo es una desventaja para el mercado colombiano, puesto que desde el año 2008 miles de empresarios colombianos tomaron rumbo hacia el país asiático en búsqueda de nuevas oportunidades de negocio y allí las encontraron, ya que en el empresariado chino pudieron hallar innovadores

productos y servicios que empezaron a importar y replicar en Colombia, creando así grandes empresas que generan empleo cada vez mayor en el país.

Sin embargo, desde el año 2011 una gran cantidad de ciudadanos chinos han visto en Colombia un escenario propicio para crear empresa y expandir sus negocios. En este sentido, alrededor de 28.000 ciudadanos chinos viven en Colombia, de los cuales se estima un poco más del 40% importan mercancías desde su país natal. Este hecho ha provocado que comerciantes de sectores populares como San Victorino y San Andresito se opongan al inminente crecimiento del comercio chino en nuestro país, planteando que un crecimiento desmesurado traería consigo una fuerte competencia, que terminaría acabando con muchas de estas empresas importadoras por falta de garantías que aseguren una igualdad de condiciones para todos y, consigo, problemas colaterales como el contrabando, la evasión y el lavado de activos.

Dentro de este entorno nace entonces la pregunta central de la presente tesis de grado, relacionada con cuál ha sido la contribución de las relaciones colombo chinas en el desarrollo económico de las PYMES colombianas en la última década. Con la respuesta a dicho interrogante, se plantea a continuación la hipótesis relacionada con el impacto del desarrollo económico chino en la generación de valor en las pequeñas y medianas empresas como consecuencia de la creación de nuevas compañías que han permitido entrar al mercado productos de consumo a precios competitivos, provocando una dinamización del mercado y un aumento de la competitividad del país, generando consigo empleo y, a su vez, introduciendo desarrollo en la industria local al dinamizar las industrias para que estén a la vanguardia del mercado y generen productos de innovación con valor agregado que se diferencien de los productos importados.

De otro lado, se busca, de igual manera, entender cuáles han sido los efectos negativos de la entrada de las exportaciones chinas al país y, en especial, su impacto negativo sobre las empresas colombianas, su estabilidad económica y financiera y la imposibilidad de algunas de ellas de competir con los productos provenientes de la China y el grado de viabilidad financiera de mediano y largo plazo.

Con el objetivo de establecer la manera como el desarrollo económico chino ha logrado permear el mercado colombiano y el tipo de afectaciones positivas y negativas que dicho economía ha traído para los empresarios de las PYMES del país, se desarrollarán los siguientes puntos en el trabajo de tesis:

1. Entender y contextualizar al lector la manera como China ha logrado obtener su poderío económico hasta consolidarse en la potencia que es en la actualidad.
2. Contextualizar como ha sido el desarrollo de las relaciones colombo-chinas a lo largo de la historia colombiana.
3. Indagar los principales cambios sobre la productividad en los mercados colombianos desde la introducción de productos chinos, investigando cuál ha sido el valor agregado (si lo hay) que ha generado en la economía colombiana la introducción de productos chinos.
4. Definir las contribuciones (positivas y negativas) de las relaciones colombo- chinas que ha generado en los empresarios colombianos.
5. Definir las estrategias que han tomado los empresarios para hacer frente a la llegada de los productos chinos.

6. Identificar los mayores riesgos y oportunidades que existen en el momento y a futuro, que puedan afectar a las compañías colombianas en el mediano y largo plazo.

## **1. Marco teórico**

Durante la primera parte de última década, mientras que las economías más poderosas del mundo luchaban en un ambiente de crisis económica profunda, aparece China, como un nuevo jugador en el entorno económico mundial, que crecía a tasas rápidas, mostrando una economía fuerte y tasas de crecimiento que permean a la totalidad de mercados a nivel internacional. En pocos años el mercado colombiano empezaba a llenarse de productos importados y se inicia una carrera de empresarios que buscan la manera de innovar en sus mercados con nuevas empresas sostenidas en productos “Made in China”.

### *Contexto histórico- Desarrollo económico chino: ¿Cómo China logro pasar de ser una economía rezagada a ser la segunda mejor economía del mundo?*

A lo largo de la historia, China ha sido un referente económico, político y cultural para el resto de las naciones, desde su surgimiento alrededor del año 2100 A.C con la dinastía Xia hasta el día de hoy, China se ha caracterizado por ser una potencia a nivel continental como lo fue en la era antigua y en la etapa imperial de esta nación, hasta ser considerada como una potencia emergente y una potencia mundial en los últimos 70 años.

Sin embargo, el camino hacia el cambio de paradigma y el crecimiento a que ha vivido China en las últimas décadas no ocurre de manera fortuita. Obedece a una serie de factores en la que sobresalen su cultura, su ubicación geográfica, su pueblo y la gran

historia económica de su nación. China es la segunda potencia económica del mundo, solo superada por Estados Unidos. Sin embargo, para llegar a su actual poderío económico, ha tenido que pasar por una historia económica compleja y fascinante, que se puede dividir en cuatro grandes periodos, tal como lo menciona (Shenkar, 2006): (i) la época imperial, (ii) del período comprendido entre finales del siglo XIX y comienzos del siglo XX, (iii) los años de gobierno comunista, que van de 1949 a 1978 y (iv) finalmente, la china actual, con el impactante crecimiento de las últimas décadas hasta la fecha.

En la época imperial China realizó sus mayores logros, cuando llegó a ser no sólo una potencia regional, sino también la civilización más avanzada del mundo, consolidándose como la primera potencia económica en términos de PIB, PIB per cápita y población (Lebrón Veiga, 2008). A este respecto, el siguiente cuadro refleja en cifras el comparativo entre la hegemonía china sobre la gran potencia emergente de aquel periodo: Europa Occidental.

*Tabla 1 - Comparativo PIB, PIB per cápita y población - China y Europa Occidental*

	<b>CHINA</b>	<b>EUROPA OCCIDENTAL</b>
<b>PIB</b>	26550 GK\$	10165 GK\$
<b>PIB p/c</b>	450 GK\$	400 GK\$
<b>Población</b>	59 Millones	25,4 Millones

p/c: Per cápita.

Fuente: MADDISON, Angus. The World Economy: A Millennial Perspective. Development Centre Studies OECD (Organization for Economic Cooperation and Development), 2001. Table 1-8a (página 42), Table B-18 (página 261) y Table B-21 (página 264).

Durante la época imperial se desarrolló el primer sistema de oposiciones, en el que los mejores puestos eran ocupados por los que más méritos lograban. A pesar de la falta de

transporte y comunicaciones, el emperador controlaba sus vastos territorios, gracias a un sofisticado sistema burocrático compuesto por múltiples ministerios que operaban a escala central, provincial y local y, por otro, a la burocracia profesional. El representante imperial más poderoso era el funcionario del distrito, autoridad administrativa suprema que en su jurisdicción hacía las veces de juez, policía y guardián de la ley, lo cual explica en parte por qué China carece en la actualidad de un poder judicial independiente. En el plano cultural, la época imperial vio el nacimiento de inventos que cambiaron el curso de la humanidad, como la pólvora, el papel o la imprenta. (Shenkar, 2006).

Para la segunda época, desde finales del siglo XIX y principios del siglo XX, China se encontraba en una situación bastante desfavorable, con grandes conflictos, como las guerras del opio, la desmembración del estado, la invasión japonesa y una guerra civil larvada en años y que no finalizaría hasta 1949 (Lebrón Veiga, 2008), “entre 1840 y 1950, la economía china colapsó, el PIB per cápita en 1950 era tres cuartas partes del nivel de 1820. El crecimiento de la población se vio interrumpido por grandes conflictos militares. En 1950, el PIB de China era menos de una doceava parte de los niveles de Europa Occidental”. (Maddison, 2003).

China no podía estar en peores condiciones, para ajustar el déficit comercial contraído con los chinos, los ingleses comenzaron a introducir en China el opio que cultivaban en la India, pero el emperador rápidamente prohibió ese comercio, no sólo por sus nocivos efectos sobre el pueblo, sino porque revertía la balanza comercial, ahora a favor de los británicos, y envió a Cantón al comisionado Lin dispuesto a asegurarse que se cumplían sus órdenes. La destrucción de un cargamento de opio inglés en el puerto de Cantón sirvió de pretexto a los ingleses para atacar la ciudad. Es la que se llamó la I Guerra

del Opio, en la que los atacantes, tras una fácil victoria, impusieron a los chinos el Tratado de Nanking (el primero de los llamados Tratados Desiguales) por el que el gobierno chino indemnizaba a los ingleses por el opio destruido y gastos de la guerra, cedía la isla de Hong Kong, y abría otros cinco puertos al comercio exterior, entre ellos Shanghai. (Santiago, 2008).

“De todo ello China extrajo varias lecciones. Ante todo, aprendió a desconfiar de las intenciones de las naciones extranjeras e intentó no depender del exterior. La importancia de la tecnología para lograr este propósito explica, no sólo la fijación actual del gobierno chino por conseguir transferencias de tecnología, sino también la asociación de tecnología y seguridad nacional.” (Shenkar, 2006)

En medio del caos se funda el partido comunista chino el 23 de julio de 1921 el cual toma fuerza y logra vencer al ejército de la República de China, cuyos principales oficiales y seguidores del Kuomintang, liderados por Chiang Kai-shek se exilian en Taiwán. Es en este momento en que empieza el tercer periodo; el 1 de octubre de 1949 frente a la puerta de Tian'anmen, en Beijing, Mao Zedong proclama la fundación de la República Popular China. Sin embargo, esto del todo no fueron tan buenas noticias, así como lo menciona Frank Dikötter en su libro Mao's Great Famine:

“Entre 1958 y 1962 China descendió al infierno. Mao Zedong, presidente del Partido Comunista de China, sumió el país entero en la locura con el “Gran Salto Adelante”, un intento de alcanzar a Gran Bretaña y de superarla en un período de menos de quince años. Mao creyó que la movilización del principal recurso de China—una mano de obra integrada por cientos de millones de seres humanos—



catapultaría al país a una posición superior a la de sus competidores.” (Dikötter, 2010).

Mao instauró una serie de medidas llamadas en su conjunto como el Gran Salto Adelante, adoptadas durante la década de 1950 para aprovechar el gigantesco caudal humano y aumentar la producción agrícola, fomentando la industrialización del país, sin importar maquinaria, sino mediante el trabajo en masa. La política se dio a partir de la creación de comunas como entes económicos autosuficientes e igualitarios que incorporaba a la industria junto a proyectos de construcción de infraestructura. Para este efecto, se movilizó a las masas de campesinos con el objetivo de transformar a un mismo tiempo la agricultura y la industria, y convertir a una economía subdesarrollada de los años 50s en una moderna sociedad comunista, en la que la población en su totalidad viviría en la abundancia.

En el intento de alcanzar este paraíso utópico, la totalidad de las actividades económicas se colectivizaron. Los campesinos se vieron privados de su trabajo, sus hogares, sus tierras, sus pertenencias y sus medios de vida. La comida se distribuía con el cucharón en las cantinas colectivas de acuerdo con los méritos de cada uno, y se transformó en un arma que obligaba a los individuos a seguir todos y cada uno de los dictados del Partido. Tal como lo expresa John King Fairbank,

“Decenas de millones de personas en los campos y pequeñas ciudades fueron movilizadas para producir un único producto, símbolo de la industrialización, el acero. Se crearon aproximadamente 25.000 comunas en 1958, con alrededor de 5.000 familias en cada una de ellas. El efecto más notorio fue la

campaña de creación de pequeños hornos en los patios de la casa para la fundición de acero que se construyeron en las comunas.” (King Fairbank, 1997)

Así, en octubre de 1958 se habían creado alrededor de un millón de éstos hornos. Incluso en fábricas, escuelas, hospitales, la población y los trabajadores abandonaban su trabajo para destinar la mayoría de su tiempo a producir acero. Igualmente, los campesinos eran sujetos a una colectivización forzosa similar a la impuesta en la Unión Soviética en 1934.

El acero que producían estos hornos artesanales era en gran parte inservible pues era una mezcla de diferentes metales, como lo relata (MacFarquhar, Fairbank, & Twitchett, 1991): “Tomamos todos los objetos de metal que teníamos en casa y nuestros vecinos hicieron lo mismo. Lo pusimos todo en un gran fuego y mezclamos todo el metal. Zhang Rongmei (profesor de geometría en la zona rural de Shanghái).” Debido a que las autoridades no capacitaron a los campesinos para realizar las tareas básicas de la fundición, además que para hacer un acero de buena calidad se necesitaba de plantas siderúrgicas dotadas de adecuada tecnología.

Aparte de la fabricación de acero, también se implantó una colectivización que forzó a los campesinos chinos a trabajos agrícolas y a la ejecución de obras ordenadas por el gobierno, causando todo ello la pérdida de la mayoría de las pertenencias privadas debido a los deseos del gobierno de eliminar todo acto contrarrevolucionario; las exigencias del gobierno de aumentar la producción de acero, infraestructura y productos agrícolas cada vez aumentaba, por lo que se vio una gran explotación laboral a la población de las comunas, impidiendo la preservación de su cultura milenaria y perdiendo diversos rasgos fundamentales de la misma.

Por lo tanto, tener que cumplir tantas obligaciones y al haber llegado a la máxima producción posible, acabó en un trágico resultado, las comunas campesinas que ahora debían entregar cuotas de producción y cantidades mayores de alimentos se quedaron sin cosechas para su propia subsistencia. La hambruna debido a la falta de alimentos y a las catástrofes naturales provocaron, como lo menciona (Dikötter, 2010), lo que se llamó la “Gran Hambruna China” que, según estimaciones provocó la muerte de entre 18 y 36 millones de personas.

Sin embargo, junto a las nefastas consecuencias sociales que se produjeron durante el periodo Maoísta, China logró aprender lecciones vitales que han formado parte importante del desarrollo económico y político del país Asiático, puesto que volvió a crecer de forma sostenida durante el periodo 1949-1978 (Veiga Lebrón, 2014) y su historia dio paso al surgimiento y desarrollo del país que es en la actualidad y cuyas macro cifras se presentan en la Tabla 2.

*Tabla 2: Grandes cifras chinas (PIB en millones de “1990 dólares Internacionales Geary-Kheamis”)*

	1820	1949	1820-1949 (%)	1950	1978	1950-1978 (%)
<b>Población</b>	381000000	543941000	42,00%	546815000	956165000	75,00%
<b>PIB</b>	228600	239903 <sup>8</sup>	5,00%	239903	935884	290,00%
<b>PIB p/c</b>	600	441	-16,50%	438	978	123,00%

Fuente: MADDISON, Angus. The World Economy: Historical Statistics. Development Centre Studies OECD (Organization for Economic Cooperation and Development), 2001.

“La acumulación de capital, la industrialización y el crecimiento acelerado durante el periodo Maoísta, de acuerdo con los autores, si bien se llevó a cabo a costa del crecimiento del consumo de la población y habiendo cometido errores en

política económica con graves consecuencias sociales, produjeron las condiciones necesarias para lograr el despegue y la modernización a gran escala de la economía china.” (Romer, 2008)

Mao, para ratificarse en el poder, convoca en 1969 al Partido Comunista, adoptándose el maoísmo como la ideología oficial del partido y del estado. En 1976, Mao muere y su sucesor Hua Guofeng, consciente de que una lucha por el poder era inevitable ordenó algunas medidas como el arresto de Jiang Qing, esposa de Mao Zedong y sus colaboradores más cercanos, como prevención a una revolución catastrófica para el país, sin que logre consolidar el poder, que acabó en manos de Deng Xiaoping.

Bajo su liderazgo, la República Popular China entabló las reformas económicas de liberalización de la economía socialista y apertura comercial al resto del mundo permitiendo alcanzar unos impresionantes índices de crecimiento económico, en búsqueda de un nuevo esquema de socialismo, pero con apertura hacia el mercado, direccionándose hacia una economía mixta. Frente a estos éxitos en la economía, Deng Xiaoping ejerció un poder de marcado carácter autoritario, siendo su papel fue decisivo en la represión violenta de las protestas de la Plaza de Tian'anmen en 1989 donde la represión política se manifestó trágicamente. (Ebrey, 2009)

Las reformas económicas implantadas por Deng iniciaron en 1978 y se dividieron en dos grandes fases. La primera fase se dio a finales de los 70 y principios de los 80 e involucró la des colectivización de la agricultura, la apertura del país a la inversión extranjera y el permiso a emprendedores de iniciar empresas. Sin embargo, la mayoría de la

industria permaneció estatizada e ineficiente, generando un obstáculo al crecimiento económico.

La segunda fase de la reforma se dio a finales de los 80 y durante la década de los 90, involucrando la privatización y contratación de la mayor parte de la industria estatizada y el levantamiento del control de precios por parte del gobierno, las políticas proteccionistas y las regulaciones, aunque los monopolios públicos en sectores como la banca y el petróleo permanecieron inmodificados. Esto provocó que el sector privado creciera notablemente, reflejando un crecimiento extraordinario, tal que para 2005 representara casi el 70% del PIB de China. Gracias a estas reformas, desde 1978 se ha generado un crecimiento sin precedentes, con crecimientos observados en la economía de más del 9,5% anual. (Ebrey, 2009)

Deng busca resumir las experiencias de la reforma y la apertura, y expone las 12 grandes relaciones del desarrollo económico y social de China y señala que se debe mantener un equilibrio adecuado entre ellas, trazando una serie de orientaciones importantes para un avance en toda la línea de la construcción de un socialismo con peculiaridades chinas en camino hacia el próximo siglo. El 19 de febrero de 1997 Deng Xiaoping muere y su secretario general, Jiang Zemin, toma el poder, manteniendo en alto la teoría de reforma de Deng y continuando con la labor de apertura de la economía China, continuando avanzando sin cesar el proceso de modernización.

Jiang también se centró en desarrollar la civilización socialista en lo espiritual para fortalecer y mejorar el liderazgo del Partido con el fin de llevar adelante el proceso de modernización en un país con una población de 1.200 millones de habitantes, con el propósito fundamental de contar con estabilidad social. Por ello, da especial importancia a

la necesidad de equilibrar la reforma, el desarrollo y la estabilidad, así mismo formula el principio básico de "(...) aprovechar la oportunidad actual para profundizarlas, reformarlas y abrir China más hacia el mundo exterior, promover el desarrollo y mantener la estabilidad". (Cesarin & Moneta, 2005)

Jiang, entre los años 2002 y 2003, cedió sucesivamente los cargos de presidente de la República Popular, a Hu Jintao, con lo cual muchos analistas pensaron que Jiang pretendía conservar el poder desde la sombra, tal como lo habían hecho anteriormente, sin la necesidad de tener un cargo formal. Sin embargo, no fue así pues entregó todos los cargos políticos y militares que se le habían asignado.

Hu Jintao fue de vital importancia en el manejo de las relaciones exteriores en 2008, ya que después de haber celebrado los juegos olímpicos que pusieron al gigante asiático en un pedestal por el papel que desempeñaron, a nivel internacional se dio inicio a una crisis económica que puso en jaque al sistema financiero occidental, pero sin que ello haya generado mayor impacto en China. Por el contrario, fue de gran ayuda para que todos fijaran la mirada hacia oriente y la República expandiera su poder en el escenario internacional.

“En Pekín, la crisis pasó como un suspiro, gracias a un sistema financiero intervenido, que evitó el contagio y a un gobierno que reaccionó rápidamente para esquivar la recesión. Y no solo eso: mientras el mundo se derrumbaba a su alrededor, el coloso asiático, con su creciente demanda e infinitas reservas de divisas, emergía como tabla de salvación de los desaguizados occidentales, comprando deuda aquí y allá, concediendo préstamos por doquier. En poco más de un año, el prestigio y encaje de China en el exterior dio un vuelco de 180 grados. De péfida dictadura a redentora de la economía mundial.” (Cardenal & Araújo, 2012)

Así, Hu Jintao, después de haber logrado un prestigio mundial, decidió lanzar una red de arrastre donde logró, según (Cardenal & Araújo, 2012) “millonarias inversiones, contratos por suministros a largo plazo de materias primas y adquisiciones de activos por todo el planeta”, que permitieron el crecimiento sostenido del país y la ratificación de la conquista de los mercados del mundo, además de una creciente influencia en el mundo en desarrollo, donde su avance es libre y expedito.

## **2. Metodología**

Teniendo en cuenta esta recopilación histórica de la evolución de la República China, y como se mencionó anteriormente en la sección introductoria del documento, la presente investigación buscó identificar los impactos positivos y negativos que ha traído consigo la llegada del mercado de origen chino a Colombia y, más específicamente, a las PYMES colombianas, para lo cual se requiere evaluar la situación actual de las empresas estudiadas en el campo de las relaciones colombo-chinas y evaluar el impacto que en ellas ha tenido el aumento de las importaciones provenientes del país asiático.

Teniendo en cuenta lo anterior y para el logro del objetivo mencionado, la investigación se llevará a cabo, en un principio, por medio del análisis de referencias tanto primarias como secundarias con la finalidad de abarcar los diferentes puntos de vista, para lo cual se acudirá a fuentes como entrevistas, conferencias, artículos de revista, libros y documentos académicos que presenten las diferentes posiciones y permitan analizar el contexto en su totalidad.

Posteriormente, se usó investigación cualitativa para analizar el punto de vista de los empresarios para lo cual se seleccionó una muestra de firmas definida basada en un muestreo que, desde diferentes perspectivas, se consideró que han podido ser afectadas bien sea positiva como negativamente por este fenómeno.

A este respecto, se entrevistó de manera presencial o telefónica a los empresarios seleccionados con una base de preguntas abiertas, que permitieron conocer sus diferentes puntos de vista y la manera en que les ha impactado tanto a ellos como a sus competidores en el mercado. A continuación, se exponen los sujetos entrevistados:

<b>Entrevistado</b>	<b>Rol</b>	<b>Descripción</b>
Jairo Zambrano	Importador	Importador Colombiano que empezó su negocio comercializando producto local y posteriormente cambió a importar productos desde china
Mirtab Sanchez	Importador	Importador colombiano de productos de tecnología y accesorios para celulares, entre otros productos varios.
Diego Cerón	Comercializador	Comercializador colombiano del sector textil del sector de San Andresito que se dedica a vender productos de origen nacional e importado.
Amparo Cortés	Comercializador/ productor	Empresaria colombiana de textiles que tuvo su fábrica nacional pero que ha migrado a vender productos provenientes de China.
Francisco	Transportador	Empresario colombiano dedicado al transporte, legalización y fletes de productos para exportación / importación desde y hacia Colombia
Edgar Vieira Posada	Autor	Conocedor del tema de la globalización con especial interés en el caso chino, co-autor y editor del libro "Desarrollo económico Chino y su impacto en Colombia"
Natali Niño	Productor	Productora nacional del sector textil.



<b>Entrevistado</b>	<b>Rol</b>	<b>Descripción</b>
Evelin Garzón	Productor	Productora nacional del sector textil
Eduardo XX	Productor	Productor nacional del sector textil, particularmente de jeans.
Ada Mahecha	Productor	Productora nacional del sector textil
Julian Ramirez	Comercializador	Comercializador nacional del sector textil
Guillermo Rodriguez	Productor	Productor nacional del sector textil
Victoria Escobar	Productor / Importador	Productora nacional de productos de metalmecánica, alambre, tubo y madera que complementa su producción local con accesorios de origen Chino.
Alberto Barrios	Productor	Productor nacional de ropa interior
Andres Valencia	Productor	Productor nacional de muebles y accesorios
Pidió no revelar su nombre	Comercializador	Comercializadora africana que distribuye zapatos colombianos en Lagos, Nigeria

### **3. Relaciones comerciales entre Colombia y China**

Las relaciones Colombo-Chinas tienen su comienzo hace casi 40 años con la creación de la “Asociación de la amistad Colombo-China”, una asociación que se encargó de afianzar las relaciones de los países, generando lazos en materia cultural, política y económica. Desde el establecimiento de los lazos diplomáticos, se han llevado a cabo encuentros de alto nivel y se ha fortalecido la relación de amistad en diversas áreas como en lo multilateral, en la cooperación técnica, educativa, cultural, militar, económica y

comercial, entre otras. ( Vélez, 2010)

Durante los últimos años cuatro presidentes colombianos han visitado la gran nación china. Lo hicieron Ernesto Samper en 1996, Andrés Pastrana en 1999, Álvaro Uribe en 2005 y, más recientemente, Juan Manuel Santos en 2012. Colombia, por su parte, acogió la visita del primer ministro Li Keqiang, durante la gira que realizó en el 2015 por cuatro países de la región latinoamericana y las que, en 2014, efectuaron el presidente del Comité Permanente de la Asamblea Nacional Popular, Zhang Dejiang, y el ministro de Educación, Yuan Guiren (Gómez D. A., 2010) . Este intercambio diplomático y económico multilateral ha permitido la cooperación para la elaboración de convenios bilaterales que han beneficiado a ambos países, tales como, donaciones, ayudas humanitarias y en el 2012 la firma del acuerdo para la Promoción y Protección Recíproca de Inversiones, el cual tiene como principal objetivo la “promoción de la inversión a través de la creación de un ambiente estable y previsible que proteja al inversionista, su inversión y los flujos relacionados, sin crear obstáculos innecesarios a las inversiones provenientes” (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia, 2012).

El desarrollo de unas excelentes relaciones bilaterales, acompañado del crecimiento de la economía China, han provocado que miles de personas hayan buscado en los últimos años, nuevas oportunidades de negocios en el país asiático como lo plantea el embajador de China en Colombia (Xiaoyuan, 2015): “Se nota un interés creciente de acercamiento y conocimiento recíprocos. En el 2014, nuestra Embajada en Colombia tramitó 14.000 visas de entrada a China, cifra que va en aumento cada año.” Lo anterior ha provocado en materia económica el crecimiento del comercio entre ambos países durante los últimos años. Mientras en 2003 la balanza comercial colombiana era de 700 millones de dólares, en 2009 Colombia exportó a China USD \$950 millones y China a Colombia USD \$3.700

millones. Para 2010, el volumen comercial entre los dos países llegó a los USD \$5.915 millones, con un aumento del 77,5% en comparación con el año anterior. Sin embargo, el mayor salto se dio en el 2014 cuando el valor del intercambio comercial entre los dos países aumentó a los USD \$17.500 millones, convirtiendo a China en el segundo socio comercial de Colombia.

Según datos de la Embajada colombiana, en 2011 la balanza comercial ascendió a USD 7.000 millones. Además, en el 2012, después del acuerdo de Promoción y Protección de Inversiones entre China y Colombia la inversión extranjera directa (IED) de China en Colombia superó los USD \$1.200 millones, mientras que la colombiana en China fue del orden de los 17 millones de dólares.

Algunas de las empresas chinas inversionistas en Colombia son Sinopec, ZTE, Huawei, Foton, Honghua e Hydrochina; esta última, con un convenio firmado en mayo de 2011 para financiar el 85% del proyecto que busca descontaminar y restablecer la navegabilidad del río Magdalena, el principal río del país latinoamericano. (Gómez D. A., 2010)

El rápido crecimiento que ha tenido el país ha posibilitado que China se fije cada vez más en Colombia como un destino para invertir, para lo cual, desde 2010 se han planteado ambiciosos planes para hacer ascender en el año 2020 según la CEPAL el valor del intercambio comercial a los 500.000 millones de dólares norteamericanos y la totalidad de inversiones chinas en la región a los 250.000 millones. Con este objetivo en mente, la posición estratégica de Colombia juega un importante papel para la entrada de productos chinos a diferentes países de la zona. (Cárdenas, 2010), teniendo en cuenta que la inversión proporciona, además de ingresos, conocimientos y transferencia de tecnología, los cuales son puntos esenciales para que Colombia tenga niveles de desarrollo y tecnificación más

altos. Lo mismo sucede en sentido contrario. El inversionista foráneo necesita del conocimiento, la experiencia y el recurso humano local para que su inversión sea exitosa. El empresariado colombiano cuenta con todas las condiciones para convertirse en esa contraparte para muchas empresas chinas que cada vez más tienen a Colombia dentro de su mapa de oportunidades.

#### **4. Principales cambios en el mercado colombiano**

##### 4.1. Crecimiento chino a la luz de la teoría económica

Para entender la importancia que ha tenido la República Popular de China en el comercio colombiano junto las especulaciones hechas por los países latinoamericanos (al considerar que sus exportaciones podrían disminuir debido a la oferta con la que estos salen al mercado), es importante observar que modelo económico ha venido adoptando los últimos treinta años la industria China, el cual se centró en dinamizar el comercio mundial y aprovechar los efectos de la globalización, con el fin de aumentar su calidad de vida al mejorar la renta de sus habitantes –aunque algunos critican que este hecho pudo haberse dado por medio de gobiernos autoritarios– para mostrar unos resultados positivos en el producto interno bruto –PIB– y lograr un crecimiento económico con un comportamiento por encima de los 6 puntos porcentuales, principalmente por la masificación de la producción industrial, cuyo fin era el impulso de todo tipo de productos, ya sea de primera necesidad como son las materias primas o de productos transformados que tienen un mayor valor agregado.

Hay teorías que explicarían el crecimiento de la economía de China, a través de la igualación de precios en los factores productivos, como lo planteaba Paul Samuelson como

la posibilidad de equilibrar tanto los precios de los productos como el precio de los factores entre dos países y eliminar así –o, por lo menos, limitar– prácticas monopolistas que busquen limitar la entrada de competidores y obtener todas las rentas de los mercados tanto internos como externo; o la teoría de Heckscher - Ohlin, en donde Bertil Ohlin en 1933 afirmó como un país debe exportar la mercancía que utiliza con relativa intensidad para poder lograr un funcionamiento en los flujos del comercio, y así ser eficientes con su factor de producción. Posteriormente, se encarga de importar aquellos bienes que utiliza con relativa intensidad en los factores de su producción en los que posea una relativa escasez.

No obstante, el modelo que más se puede acercar a las ideas de la política de China frente a la competencia global es lo que el economista Krugman (Krugman, 2004) en su libro “Economía Internacional” (basado en la teoría de ventaja comparativa y al retomar el concepto de las “economías de escala”) denominó “el nuevo comercio internacional”.

Plantea Krugman que un país como China ha desarrollado un aumento de los volúmenes de producción, al abaratar los costos y, a su vez, facilitar la oferta en diversos productos, con el fin de beneficiar a los consumidores. Al tiempo ha logrado generar mayores utilidades en los diferentes mercados especializándose en la producción a gran escala, generando efectos que tiene sobre los patrones de comercio, además de la localización de la actividad económica y la manera en que China enfoca su estrategia exportadora a diferentes países y como maneja la competencia frente a los controles monopolísticos.

Sin embargo, a pesar de la teoría económica que se tome como referencia, el país asiático ha tenido un sostenido e impresionante crecimiento en los últimos años, logrando acaparar los mercados de todo el mundo y logrando conquistar cada rincón del planeta con

sus productos y servicios, lo que le ha permitido ser un país de referencia para el mercado internacional por superar economías tradicionalmente poderosas como lo son Japón o Alemania y así mismo, posicionarse como la segunda mejor economía del mundo solo superada por Estados Unidos.

#### 4.2 Las economías colombianas y china a la luz de su crecimiento económico.

De modo que, para un país como Colombia, que desde los años 90 comenzó a adoptar una política de apertura económica, gracias al establecimiento de una política neoliberal impulsada por el gobierno de Cesar Gaviria, le fue más difícil competir frente aquellos países asiáticos que experimentaron rápidos crecimientos, siendo para algunas industrias colombianas un mercado insostenible, por el mismo rezago que habían presentado por el mismo proteccionismo que habían recibido en la década de los 80.

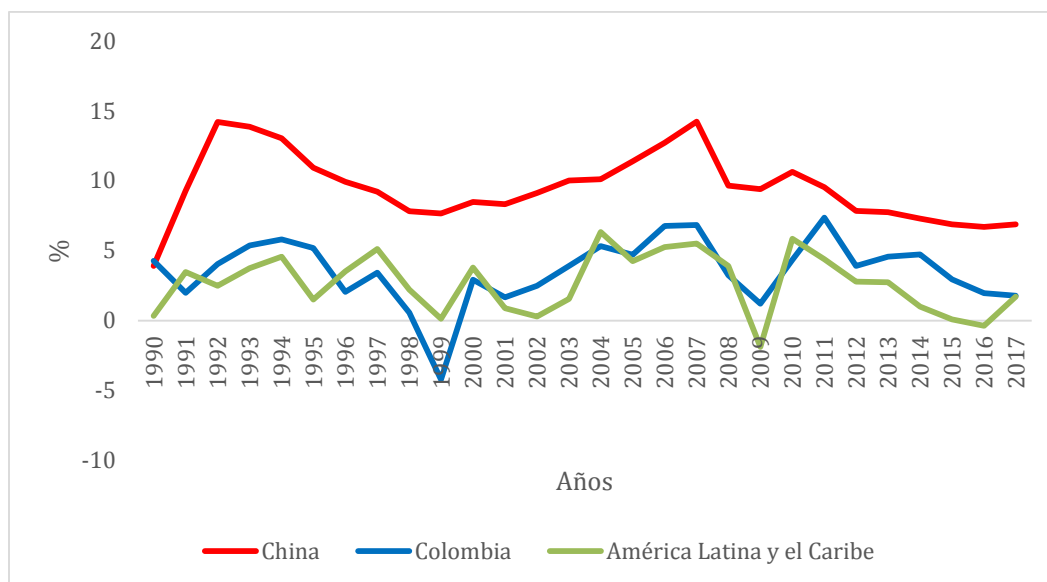
La falta de modernización de los productos, con unos altos costos en términos de materias primas y de mano de obra generó un estancamiento en la producción manufacturera y agrícola del país. No obstante, no solo en Colombia sino en todo Latinoamérica, las políticas de liberalización hacia el comercio mundial generaron un consecuente aumento en las importaciones, a pesar de obtener una mayor participación en el comercio mundial de exportaciones tanto de materias primas, que sigue siendo el que tiene mayor peso porcentual en las balanzas comerciales, como el impulso en el sector servicios (comercio, tecnología, finanzas, cultura, entre otros). Al respecto, el Fondo Monetario Internacional indica que:

“[...] las manufacturas y los servicios se han impuesto sobre los productos básicos tradicionales dentro de las corrientes de exportación, que hoy están integradas en un 80% por manufacturas. Además, el intercambio entre países en

desarrollo ha aumentado con rapidez y representa en la actualidad un 40% de su exportación.” (Fondo Monetario Internacional, 2001)

En la Gráfica 4-1 se observa el comportamiento que ha presentado, en términos porcentuales, el crecimiento económico de China, Colombia y América Latina. A partir de 1991 comienza un crecimiento fuerte de China al llegar a 9,30% frente a Colombia que presentó una caída en su crecimiento, pasando de 4,28% en 1990 al 2% en 1991, mostrando un crecimiento menor al de América Latina que fue del 3,46%. China en cambio, obtuvo las tasas más altas de crecimiento en la década con un crecimiento histórico de 14,26% en 1992, mientras que Colombia presentaba una reacción más lenta a las dinámicas del comercio mundial al lograr un crecimiento de tan solo el 4%.

*Gráfica 4-1 Tasa de Crecimiento del PIB entre 1990 a 2007 (% anual)*



**Fuente: Elaboración propia con datos del Banco Mundial**

Aun así, a pesar de que el crecimiento de China fue a la baja durante el resto de la década, siempre estuvo por encima de los 7 puntos porcentuales, mostrando su menor crecimiento en 1999 cuando la economía creció al 7,66%, mientras que Colombia para ese mismo año presentó un decrecimiento en su PIB traducido en una crisis económica con una producción estancada y con un decrecimiento del -4,20%. Para la década del 2000, más específicamente en 2007, China vuelve a presentar otro pico de crecimiento histórico con una tasa del 14,23%, gracias a la Inversión Extranjera Directa (IED) realizadas en varios países asiáticos y latinoamericanos junto al aumento en la demanda agregada en su PIB. Colombia, aunque también presentó un comportamiento muy positivo para este año, pero logrando solo un aumento porcentual muy cercano a la mitad de los chinos con un 6,84%, impulsado principalmente por IED en productos minero-energéticos.

No obstante, para el año 2008 el mercado sufriría otra coyuntura con la crisis financiera que estalla en Estados Unidos y que se expande a lo largo de Europa, Asia y América Latina para los años 2009 y 2010. Esta crisis hizo que Estados Unidos y Europa presentaran una contracción en los productos que exportaba de la industria China y a su vez esto desencadenó en una reducción en las importaciones que estos hacían al mercado latinoamericano. Como se ve en la gráfica 4-1, a pesar de que China y Colombia, presentaron caídas fuertes, mantuvieron una tasa de crecimiento positivas, solventando así la crisis, en cambio, América Latina como conjunto presentó un receso para 2009 de -1.86%.

Finalmente, en la última década China continúa con la normalización en su crecimiento acelerado, llegando solo a un poco más de la mitad del crecimiento logrado en años anteriores con un promedio de 7,9%, el cual, si bien es muy bueno para la economía



de este país, representó una reducción fuerte para Colombia y Latinoamérica en su exportación de materias primas.

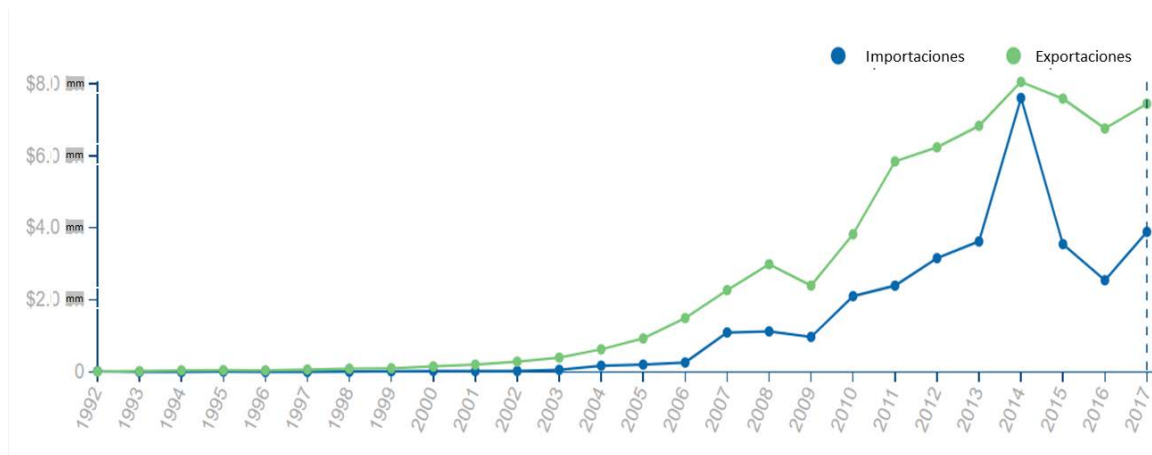
De modo que, (Balaguera, Santamaria, & Medina, 2017) muestra como la industria China en los últimos veinte años ha buscado aumentar su influencia y consolidar su expansión en diferentes países de Latinoamérica, ante la rentabilidad del comercio con estos países y, además, poder adquirir materias primas a un menor precio. Con Colombia, particularmente, ha buscado aumentar el comercio gracias a la relación de cooperación amistosa que existe desde 1980, a pesar de no haber logrado un acuerdo comercial al nivel de un Tratado de Libre Comercio –TLC. Adicionalmente, China ha aumentado su Inversión Extranjera Directa –IED– en el país, para dar una mayor relevancia en el mercado interno a las transnacionales chinas, ejecutando inversiones por más de USD \$10.000 millones.

Aun así, las relaciones comerciales entre China y Colombia se han seguido fortaleciendo en términos comerciales, ya que Colombia ha conseguido aumentar sus exportaciones a China a pesar de los recesos económicos expuestos anteriormente. (Castillo, 2015) indicaba, en un artículo realizado para el Diario La República, que para el año 2014 las exportaciones fueron de US\$5.755 millones, mientras que en el 2013 las exportaciones acumularon cerca de US\$5.103 millones, lo que representa un alza de 12%. Asimismo, Jose Darío Salazar, vicepresidente de la Cámara de Comercio e Integración Colombo-China veía en el 2013 la importancia para Colombia de exportar más productos al mercado chino y cómo aprovechar las características y tamaño de este mercado, con un aproximado de 1.365 millones de habitantes, en donde más de la mitad de estos tiene un poder adquisitivo para consumir los productos colombianos, y en donde:

“[...] el sector agropecuario y los productos procesados, pueden ser un buen nicho de negocio para que los colombianos aprovechen en cuanto a exportaciones. Salazar también aseguró que además de los alimentos con valor agregado, uno de los insumos que más podría exportarse sería la carne porcina, ya que “el consumo es de 38 kilogramos anuales per cápita en China, mientras que en Colombia es de tan solo 8 kilogramos”. (Castillo, 2015)

Si se observa a través de Gráfica 4-2 la manera como desde el año 2005 Colombia comenzó a tener un crecimiento generalizado en las importaciones de productos Chinos y a partir de 2009 comienza a darse un crecimiento significativo que ya supera los USD \$2,0 miles de millones y llegando al año 2014 con un valor en exportaciones total de USD \$7,4 miles de millones, mostrando un crecimiento promedio del 18% en la última década. No obstante, las exportaciones de Colombia al país asiático siguen mostrando un comportamiento deficitario, a pesar del crecimiento de sus exportaciones y de experimentar un crecimiento rápido, pasando de US\$ 1,1 miles de millones en 2007 a USD \$3,9 mil millones en 2017, observando aumentos a tasas promedio del 25% anual.

*Gráfica 4-2 Comercio entre China y Colombia (1992-  
2017)*



**Fuente: Datos a partir de United Nations Comtrade Database**

El Gráfica 4-2 muestra como desde el año 2000 hasta la actualidad China ha tenido un mayor peso en su PIB en la balanza comercial y las relaciones comerciales con los diferentes países del mundo, a diferencia de Colombia que el crecimiento históricamente se ha justificado por la demanda agregada del país. Para los chinos el crecimiento del PIB se ha justificado por el volumen comercializado en el valor de las mercaderías, en la masificación de medios de transporte y la explotación del sector servicios como fuente de recursos, en industrias como las comunicaciones, la construcción, los servicios financieros, los servicios informativos, los empresariales, los personales y los del Gobierno. Esto representó picos históricos en el período 2004-2008, en donde en el 2006 se alcanza el mayor impacto representado en que el 36.03% del PIB fueron las exportaciones.

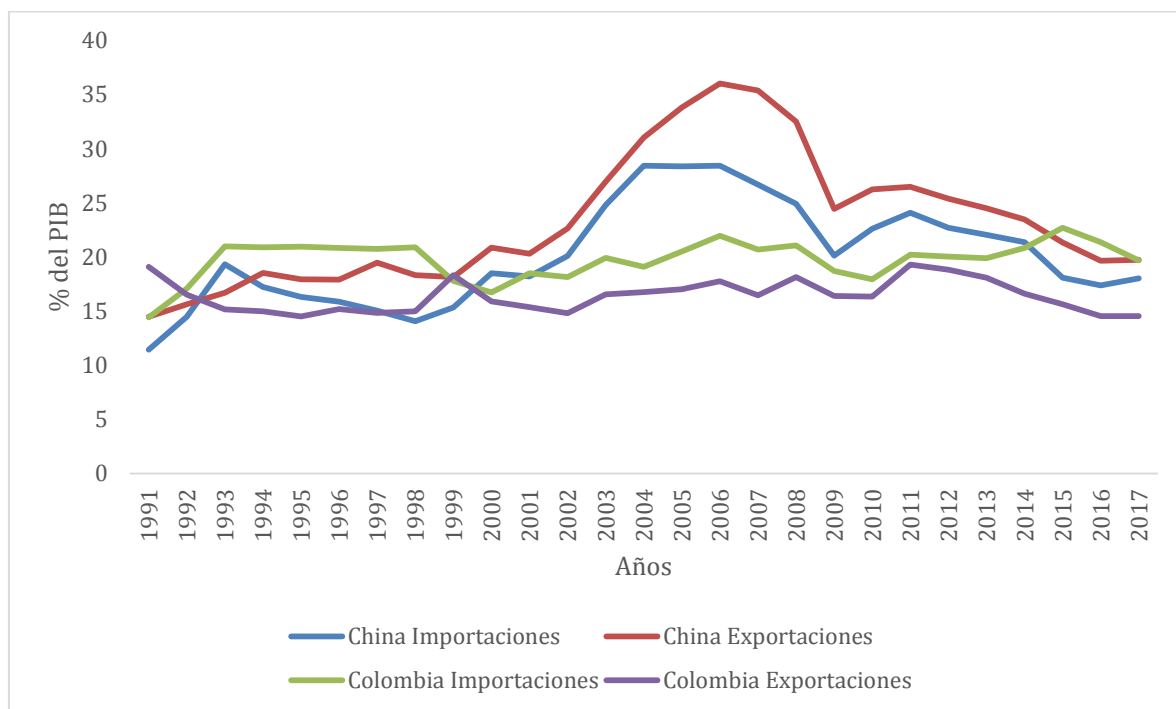
Hay que tener en cuenta que a mediados del período 2013-2014 Colombia vivió un momento de contrastes económicos, en teoría “beneficiosos”, ya que, por un lado, vio el auge minero-energético que representó unas entradas cuantiosa de divisas que llevó a una apreciación del peso expresado en precios de la tasa representativa de mercado de COP \$1.776 por dólar de los Estados Unidos, lo cual significó un aumento de las importaciones,

que llegaron a su pico en 2015 al representar un 22,71% del PIB, (ver gráfico 4-2). No obstante, para 2016-2017 se dio una caída drástica en las exportaciones e importaciones, al representar el 14,56% y 19,71%, respectivamente, gracias a la poca eficiencia de la industria frente a los precios del mercado industrial y con una depreciación del peso de cerca del 83,3%, que llegó a situarse entre los COP \$2.800 y los \$3.200 por \$1 USD, superando así la barrera a la que estaba acostumbrado el consumidor de \$2.200 a \$2.500.

Aun así, Colombia a lo largo del Siglo XXI ha presentado una balanza deficitaria, la cual aumentó su brecha desde el 2013 hasta el 2017, dándole un peso de 5 puntos porcentuales en el PIB a las importaciones sobre las exportaciones, teniendo en cuenta que el país se ha concentrado importar elementos como las compras de maquinaria y equipo de transporte que, según datos del DANE representan entre el 12% al 14% de las importaciones del país, además de otros elementos de importancia como lo son las de productos químicos, con un promedio entre 11% al 13% y artículos manufacturados con un promedio de 15% a 17%; también se destacan compras de productos agropecuarios, alimentos y bebidas con una variación entre el 13% y 15% con valores cercanos a los USD \$6.000 millones.

Así para China, a diferencia de Colombia, ha tenido una balanza comercial superavitaria, pero con el peligro de depender demasiado de otros países por las formas de negociación establecidas en el comercio mundial. Esta dependencia se ha reflejado en la coyuntura actual con los Estados Unidos y con las políticas proteccionistas del presidente Trump, quien ha aumentado considerablemente los aranceles para los productos con origen chino que alcanzan valores de US\$ 200.000 millones, además de la imposición de aranceles del 25% a prácticamente todos los bienes que China exporta a ese país.

*Gráfica 4-3 Importaciones y exportaciones totales de China-Colombia de 1990-2017*



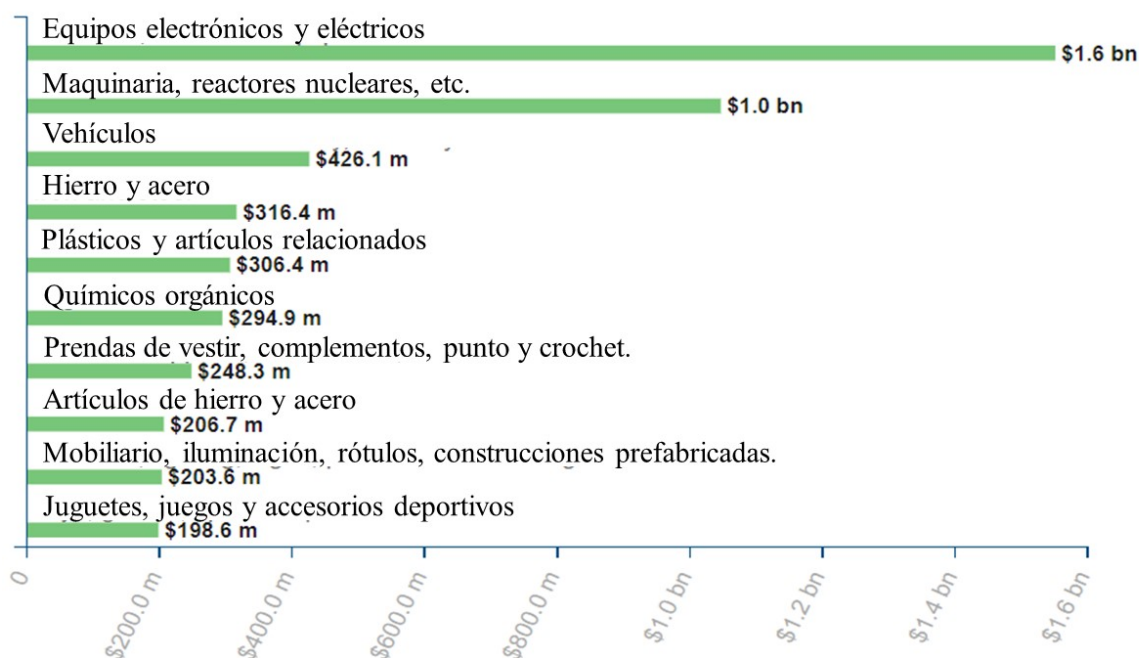
**Fuente: Elaboración propia con datos del Banco Mundial**

Para el 2017, China era el segundo país en el mundo que importa mayor cantidad de productos hacia Colombia con el 15,4% de las importaciones totales del país, solo superado

por Estados Unidos, el aliado comercial histórico de Colombia con el 30% de las importaciones totales del país.

Si se observa el Gráfica 4-4, los productos que más está importando Colombia son bienes de consumo final, como lo son los dispositivos electrónicos con un valor de US\$ 1,6 miles de millones los cuales se componen principalmente de radios y televisores, monitores y proyectores y teléfonos celulares; por otra parte, Colombia importa de la China maquinaria con un valor de US\$ 1,6 miles de millones que se compone principalmente de computadores e instrumentos y aparatos de uso médico y, finalmente, importaciones para la industria automotriz con un valor de US\$ 426,1 millones de dólares.

*Gráfica 4-4 Principales productos importados desde China hacia Colombia*

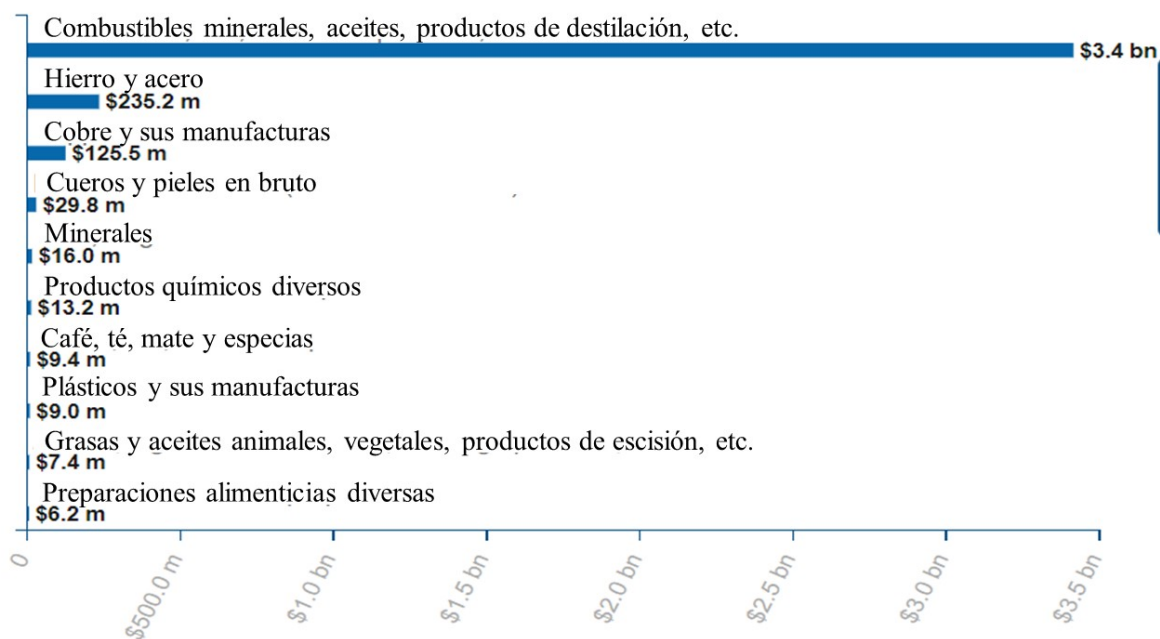


**Fuente: Datos a partir de United Nations Comtrade Database**

En cuanto a las exportaciones colombianas hacia el país asiático representan para el año 2017 el 5,6% de participación total de las exportaciones del país, solo superado por Estados Unidos con el 28,6% de las exportaciones totales y seguido por Centroamérica con el 7%, siendo así la China el tercer socio comercial del país.

El Gráfica 4-5 muestra que los productos más exportados desde Colombia hacia la China son materias primas como minerales, entre los que se encuentra el petróleo crudo y derivados con una participación mayoritaria en la que se concentra un valor de US\$ 3,4 miles de millones, seguido por metales y aluminios y, finalmente, cobre y cuero por un valor de USD \$ 235,2 millones.

*Gráfica 4-5 Principales productos exportados a China desde Colombia*



**Fuente: Datos a partir de United Nations Comtrade Database**

## **5. Contribuciones positivas de las relaciones colombo-chinas**

Para evaluar las contribuciones por parte del mercado chino sobre las empresas colombianas se buscó evaluar el fenómeno desde dos perspectivas: la primera de ellas tienen que ver con en la Sección 5 se describirán y analizarán las contribuciones positivas que han tenido a lo largo del tiempo las relaciones Colombo-Chinas desde la perspectiva empresarial colombiana y, posteriormente, en la Sección 6, evaluar los efectos negativos, enfocándose en los puntos que fueron relevantes en cada uno de los casos.

Para este propósito, metodológicamente el trabajo de tesis de grado se apoyó en múltiples entrevistas que se sostuvieron con empresarios que tenían diferentes roles en el mercado y en sus empresas, provenientes de diversos sectores e industrias en el país.

Con base en lo anterior, después de una exhaustiva investigación, se identificaron los siguientes puntos positivos que ha generado el mercado chino en los empresarios colombianos:

### **5.1 Innovación:**

La innovación es uno de los principales aspectos a tener en cuenta en las empresas actuales ya que juega un papel muy importante en el desarrollo y competitividad de las empresas, “Innovar se refiere a crear nuevas ideas, a crear soluciones, a generar cambios que después arrojen resultados positivos y consoliden el éxito. La innovación en las empresas es sumamente importante si estas quieren seguir avanzando, y esto implica no sólo adaptarse a las nuevas tendencias sino también participar en el movimiento de cambio del mundo.” (Goncalves, 2018)



La innovación se torna en un factor diferenciador cada vez de mayor peso en un entorno globalizado en donde los competidores buscan cada vez más opciones, y donde cada vez hay más competencia que ofrece diferentes alternativas a solucionar una misma necesidad; las empresas están en búsqueda de estar a la vanguardia del mercado deben ofrecer productos y servicios alineados a las necesidades actuales, utilizando diferentes herramientas para ofrecer mejores y diversos productos para cautivar a los clientes y posicionarse en el mercado.

China se ha ubicado entre los primeros 20 puestos de las economías más innovadoras según la clasificación del Índice Global de Innovación 2018, un estudio anual que se publica desde el año 2013 por la universidad de Cornell, el INSEAD y la organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) y que mide, a partir de 80 indicadores la innovación desde una perspectiva amplia, que incluye el entorno político, la educación, la infraestructura y el desarrollo empresarial, lo cual implica un gran avance del gigante asiático en temas de I+D.

Al realizar la presente investigación se evidenció como los empresarios colombianos vieron en los productos chinos una oportunidad de innovación importante. (Gómez J. , 2019) plantea que “antes de 2007 o 2008 nuestro mercado estaba estancado; todos vendíamos los mismos productos, compitiendo por precio, pero vendiendo las mismas funcionalidades y el mismo tipo de productos. Cuando empezamos a viajar a China a traer mercancías encontramos una gran variedad que en Colombia no se había visto; encontramos miles de soluciones a necesidades a las que antes solo había una solución y que ahora le podíamos ofrecer gran variedad al cliente según su necesidad, haciéndonos diferenciar de gran manera de la

competencia que seguía vendiendo los mismos productos de siempre y compitiendo entre ellos por precio. Lo que implicó que innováramos en el mercado y nuestros clientes se fidelizaran con nuestra empresa”

Igualmente lo menciona Mirtab Sanchez, un empresario comercializador de productos electrónicos importados quien menciona que (Sanchez, 2019) “desde que conocí el mercado chino para mí fue una oportunidad de encontrar productos novedosos que no se habían visto en Colombia y que suponían una nueva alternativa para suplir un mercado que con las posibilidades que existían hasta el momento no estaba satisfecho”

Finalmente, el empresario comercializador de muebles y accesorios para el hogar Jairo Zambrano menciona que, “Antes de la llegada de productos chinos peleábamos entre los competidores en lo que se denominaba la guerra del centavo, en quien ofrecía el mismo producto en el mejor precio, no nos diferenciábamos en capacidades, valor agregado, sino simplemente en precio. Después de aparecer el mercado chino en nuestro sector empezamos a diferenciarnos del resto por vender productos más novedosos, con mayores funcionalidades y satisfaciendo de mejor manera las necesidades de nuestros clientes”. (Zambrano, 2019)

Para sintetizar, el mercado chino supone una oportunidad para el mercado colombiano y para sus consumidores, al tener productos novedosos e innovadores que han permeado el país, generando oportunidades de acceso a las personas de adquirir productos mejor ajustados a sus necesidades y a mejores precios, además de promover una oportunidad para las empresas de generar nuevo mercado y mayores utilidades para su crecimiento y desarrollo.

## **5.2 Innovación local:**

Por su parte, la dinamización del mercado ha provocado innovación del mercado local. Antes de la entrada de la China a Colombia, la situación del mercado en muchos sectores se encontraba estancada debido a la falta de innovación de los productos. Con la entrada de productos chinos más novedosos al país, con mejores ventajas y a mejor precio, el mercado se empezó a dinamizar gracias a que las empresas colombianas manufactureras empezaron a generar innovación interna, creando y generando nuevas ideas para desarrollar nuevos productos con el fin de hacer frente a la llegada de los productos asiáticos y no quedarse atrás en el mercado local.

Frente a este tema se hará referencia a la entrevista realizada a la empresaria, productora e importadora Victoria Escobar quien menciona que “(...) Desde que empezamos a ver que los productos chinos eran novedosos y más atractivos para nuestros clientes creamos en nuestra empresa un centro de diseño de productos nuevos, el cual busca únicamente diseñar nuevos productos e incluso, de una u otra manera, copiar los productos chinos y mejorarlos en nuestra fabricación, encontrando los puntos débiles y mejorándolos en nuestra fábrica. Los productos chinos fueron de gran inspiración para crear productos novedosos y mejorados para nuestros clientes”. (Escobar, 2019)

El índice global de innovación evidencia que Colombia ha ido aumentando paulatinamente en este tema, pues pasó de estar en el año 2014 en el puesto 68 del ranking mundial a ocupar en el 2018 el puesto número 63, creciendo 2 puestos con respecto al año inmediatamente anterior. Lo anterior demuestra que, aunque

Colombia tiene un largo camino para llegar al top 20 de los países con los índices más altos de innovación, es un camino que ha empezado a recorrer en los últimos años.

	2014	2015	2016	2017	2018
Rank	68	67	63	65	63

Sin embargo, como anteriormente se hizo referencia, al país aún le faltan varios pasos para alcanzar los niveles de innovación de los países como Corea del Sur, Estados Unidos o China, como lo plantea (Gómez & Mitchell, 2014):

“Colombia, a pesar de registrar en los últimos años una evolución favorable, se encuentra rezagada frente a las economías incluidas en la muestra en cuanto a la masa de investigadores y el enfoque científico de la educación terciaria; la disponibilidad de recursos para investigación y desarrollo y la participación del sector privado en la financiación de los mismos y la generación de conocimiento científico e innovador, reconocido a través de patentes y publicaciones son aún muy limitadas, existiendo gran espacio por atender.

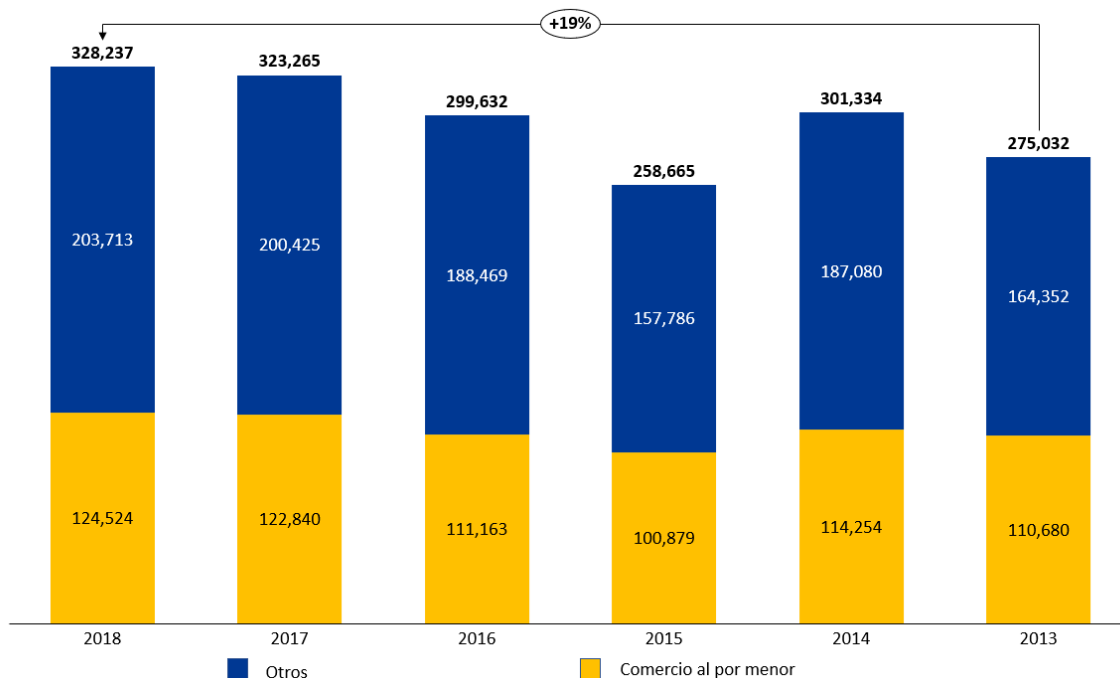
### **5.3 Crecimiento de empresas:**

Desde el año 2006-2007 los empresarios colombianos observaron grandes oportunidades en el mercado chino e iniciaron, con la importación de productos para comercializarlos en el país colombiano, un proceso rápido de crecimiento. Los empresarios eran personas con una empresa ya formalizada o, en otros casos,

creadores de nuevas empresas que aun hoy siguen en el mercado y que han crecido de maneras rápida, generando empleo y desarrollo al país.

Esto se logra evidenciar, analizando el comportamiento de los índices de creación de empresas en Colombia, gracias a los datos suministrados por Confecámaras que miden la dinámica de creación de empresas gracias a la información del Registro Único Empresarial y Social (RUES). En los últimos 6 años la cifra ha crecido el 19% tal como lo muestra la Gráfica -5-1, cuya mayor concentración en todos los años se encuentra en el sector comercio (alrededor del 35%), lo cual implica que las empresas comercializadoras de productos al por mayor y al por menor en el país ha ido en aumento, y un porcentaje de estas comercializadoras se dedican a vender productos importados de origen asiático, por lo que suponen una fuente de crecimiento al país, contribuyendo a la generación desarrollo y empleo.

*Gráfica -5-1 Creación de empresas en Colombia  
(2013-2018)*



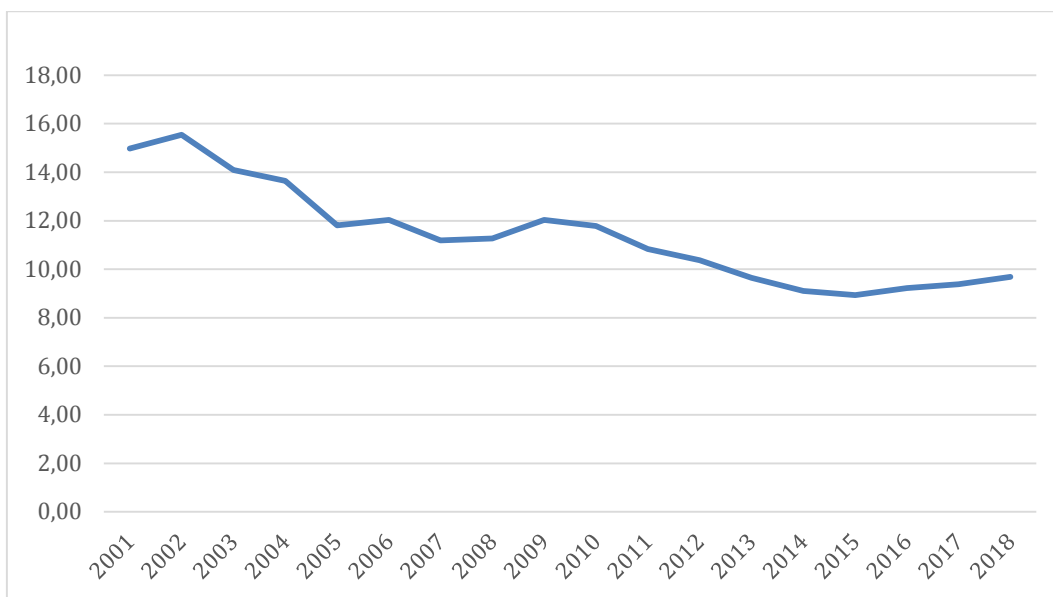
Fuente: Elaboración propia basado en Datos de Confecámaras

Para 2019 el panorama no es diferente, según el estudio “Dinámica de creación de empresas en Colombia” publicado por (Confecámaras , 2019), “(...) En el primer trimestre de 2019 se crearon 96.914 unidades productivas, 9,7% más que en el mismo periodo en el año 2018. De estas unidades productivas 75.410 corresponden a personas naturales y 21.504 son sociedades. De forma desagregada, se encontró que las actividades económicas con mayor dinamismo fueron: (i) comercio al por mayor y al por menor, (ii) alojamiento y servicios de comida, (iii) otras actividades de servicios, (iv) actividades artísticas y de entretenimiento y, (v) industrias manufactureras, que en conjunto explican el 94% de la variación positiva.”

En relación con lo anterior, tal como se muestra en la Gráfica 5-2, las cifras de desempleo del país de los últimos 20 años muestran claramente como el

desempleo ha bajado sus índices en los últimos años, particularmente desde 2009 cuando empieza a mantener un decrecimiento sostenido dentro de los siguientes años.

*Gráfica 5-2 – Índice de desempleo (2001 – 2018)*



**Fuente: Dane.gov.co**

De manera que el país ha logrado disminuir sus cifras de desempleo gracias a distintos factores entre los que sobresalen políticas públicas, los buenos rendimientos del país en los últimos años y la creación de nuevas empresa y el crecimiento de las existentes que generan empleo, en las cuales, la irrupción de nuevos mercados como el chino, han logrado abrir el camino para que empresarios colombianos creen empresas comercializadoras de productos entre los que sobresalen en gran medida los provenientes de china, estos factores anteriormente nombrados condujeron a generar empleo más calificado y, así mismo, disminuir las cifras de desempleo del país. Sin embargo, en los últimos 3 años la tasa de desempleo ha aumentado, esto se ha logrado explicar entre otros factores en el

aumento de la tasa de cambio la cual ha conllevado a un mayor costo de los productos importados y por lo tanto una disminución en las empresas comercializadoras.

#### **5.4 Bajos costos - mayor capital**

Los bajos costos de la manufactura china han provocado que los productos lleguen al país a precios más bajos y sean vendidos en el mercado a precios más atractivos al consumidor, pero, así mismo, con un mayor margen de ganancia para el empresario, logrando así que las empresas obtengan mayores beneficios en sus ventas y generen un mayor capital de inversión, bien sea en sus mismas empresas, en la generación de nuevos proyectos, en mayor desarrollo de productos o en otros sectores económicos del país, lo cual les ha permitido crecer y aumentar el tamaño de sus compañías y generar desarrollo al país.

Así como lo dice la empresaria Victoria Escobar, una empresaria del sector metalmecánico quien tiene su empresa hace más de 25 años, planteo en la entrevista que sostuvo con la suscrita que “(...) desde el momento en que empezamos a importar productos en China empezamos a traer productos innovadores que nos empezaron a diferenciar del mercado a costos muy bajos, que en nuestro caso al ser una empresa productora en donde recibíamos el flujo de caja a largo tiempo, y al tener productos complementarios que nos permitían tener una ganancia inmediata, nos permitió invertir en tecnología y desarrollo en la planta, además de desarrollo de nuevos productos” (Escobar, 2019).

Esta empresaria logró un crecimiento en su empresa en promedio de un 15% anual desde el momento que inició con la importación de productos chinos, gracias



a la inversión de capital en el aumento de tecnología en su planta y desarrollo de procesos de innovación en su compañía.

Igualmente, se trae a colación la entrevista realizada al empresario Jairo Zambrano quien menciona que “(...) yo personalmente le tengo mucho aprecio al mercado chino, pues fue gracias a él que logré sacar adelante mi empresa que llevaba más de 7 años comercializando vitrinas en aluminio, un producto que se estaba quedando fuera del mercado y el cual competía por precio. Llegue a China desesperado, haciendo mi último esfuerzo por no quebrar mi empresa y encontré en el país asiático productos novedosos que empecé a importar y así logre diferenciarme del mercado, con el dinero que vendía pude traer más y más productos, lo cual me permitió crecer mis ventas desde 2012 a tasas hasta del 50% anual.” (Zambrano, 2019)

### **5.5 Valor agregado:**

El valor agregado corresponde a la característica de un producto que se ofrece con el propósito de generar un mayor valor a los consumidores, “(...) Éste término puede ser el factor determinante entre el éxito o el fracaso que una empresa tenga, debido a que se encarga, también, de diferenciarla de la competencia.” (Merca2.0, 2015). En Colombia, los empresarios, en una estrategia para hacer frente a la fuerte competencia que genera los productos chinos, han ingeniado distintas alternativas para diferenciarse del producto importado, bien sea generando un valor agregado en su producto local para, de esta forma, generar diferenciación frente a sus competidores, o incluso, tomando el producto chino como insumo de menor

costo con el objetivo de agregarle valor y venderlo a precios más elevados, para así generar ganancias a sus empresas y beneficios al consumidor.

Es el caso del empresario Alberto Barrios, un productor colombiano de ropa interior femenina muestra como el mercado chino se tornó en una posibilidad de desarrollo y reducción de costos para su compañía: En nuestra entrevista comenta que “(...) Nosotros vimos una oportunidad en el mercado chino y era importar productos que ya tenían algún tipo de transformación, para nosotros usarlos de materia prima para nuestro producto final, empezamos importando las almohadillas de los brassieres, que en China costaban mucho menos dinero y las empezamos a implementar en nuestra producción local, reduciendo los costos en alrededor de un 10%; luego seguimos con las tiras, varillas y accesorios, en nuestra planta local tomamos ese insumo y le ponemos nuestro toque final, agregándole telas de mejor calidad, confeccionándolos con adornos y adaptándonos a las necesidades de nuestras clientas, vendiéndolo a precios más elevados, diferenciándonos de la ropa interior común y generando mayores ganancias a la empresa” (Barrios, 2019) .

También se debe mencionar el caso de Andrés Valencia, un productor colombiano de muebles y accesorios quien en su entrevista comenta lo siguiente: “(...) Conocí el mercado chino hace pocos años, y encontré los insumos que para mí eran muy importantes, como lo es el caso del vidrio, que lo producían en masa y a precios muy económicos; (...) una lámina de vidrio, por ejemplo, en Colombia me cuesta alrededor de los \$280 mil, y en China me cuesta alrededor de \$80 mil, que, junto con los gastos de envío, me seguía siendo mucho más barato importarla; la

lámina llega acá, nosotros la cortamos, la usamos en nuestros productos, y disminuimos el costo final en porcentajes considerables”. (Valencia, 2019)

Igualmente ha sido una oportunidad para la industria local de buscar alternativas para no tener que competir directamente con los bajos precios del producto chino y, por el contrario, diferenciarse de otra manera para sobresalir en sus mercados o entrar a nichos de mercado más exclusivos, los cuales buscan mayores beneficios en el producto, con un mayor valor agregado, un mayor margen de utilidades y logrando que el consumidor siga prefiriendo el producto nacional.

Es el caso de Ada Mahecha, empresaria del sector textil, quien menciona que “(...) el impacto del producto chino en un principio si fue totalmente negativo; sin embargo, lo vimos como una oportunidad de diferenciarnos con productos de excelente calidad y con mejor diseño. Creo que desde que uno tenga su marca acreditada, con sus clientes satisfechos no nos afecta; puedo decir que en este momento el impacto es casi nulo” (Mahecha, 2019)

## **5.6 Ventaja comparativa:**

El modelo de la ventaja comparativa es uno de los conceptos básicos que fundamenta la teoría del comercio internacional y que demuestra que los países tienden a especializarse en la producción y exportación de aquellos bienes que fabrican con un coste relativamente más bajo respecto al resto del mundo, en los que son comparativamente más eficientes que los demás y que tenderán a importar los bienes en los que son más ineficaces y que por tanto producen con unos costes comparativamente más altos que el resto del mundo.

En este caso particular, si la República Popular de China produce un bien a un menor costo que Colombia, conviene a este último comprarlo que producirlo. La conclusión de la teoría de la ventaja comparativa es que dos países tenderán a especializarse en la producción de una determinada industria en la cual son más productivos. Un país puede fabricar todo tipo de productos, pero puede ser más eficiente que se concentre en la fabricación de un producto, venda su excedente en el mercado internacional, y con las ganancias obtenidas compre también en el mercado internacional los otros productos que necesita y no ha fabricado. De esta manera está fabricando estos productos por vía indirecta.

Esta teoría planteada por David Ricardo aplica perfectamente en el caso de las relaciones colombo- chinas: China tiene ventajas comparativas en términos de materias primas, en mano de obra más barata, mayor desarrollo en infraestructura, avances en innovación y tecnología que les permite tener ventajas con respecto a Colombia que no tiene las mismas ventajas en esos frentes, pero tiene ventajas comparativas en producción de materias primas como petróleo y minerales, productos agropecuarios como el café y el aguacate, entre otros. China se ha vuelto competitivo no solo en el ofrecimiento de mano de obra barata, sino que también sus altos ingresos que recibe por el comercio internacional le han permitido apostar por el implemento de tecnologías, no solo limitándose a la copia de distintos productos sino siendo partícipe de un crecimiento en la innovación y posicionamiento de nuevas tecnologías.

Por otra parte, Colombia tiene la ventaja comparativa con respecto a China en producción minera y agrícola, pues goza de tener grandes tierras fértiles que

permiten el crecimiento de diferentes productos agrícolas y alimenticios. Según un estudio del Banco de la República para el año 2016, definen las ventajas comparativas de Colombia en dos tipos, la primera de ellas, entre los productos que tienen ventaja comparativa sostenible en el tiempo, entre los que se encuentra el pescado fresco (vivo o muerto), refrigerado o congelado, el café y sucedáneos del café, y los productos vegetales en bruto (plantas y flores). En este contexto, la política económica colombiana debería enfocarse en contribuir al refuerzo o consolidación de las ventajas comparativas de tales grupos para que estas se sigan reproduciendo en los próximos años.

La segunda categoría se denomina ventajas comparativas potencialmente sostenibles en el tiempo, en esta categoría se encuentran 4 grupos de productos agropecuarios tales como los pescados, crustáceos, moluscos y otros invertebrados acuáticos, preparados o en conserva, las frutas y nueces (excepto nueces oleaginosas, frescas o secas), los azúcares, melaza y miel, y los artículos de confitería preparados con azúcar.

Por lo tanto, en las relaciones comerciales de los dos países es indispensable conocer estas ventajas competitivas y buscar el intercambio basándose en el menor costo de oportunidad, es decir buscando el comercio rentable, de tal manera que las relaciones comerciales de ambos países representen la necesidad del comercio exterior y, por lo tanto, una estrategia de “gana gana” para las dos partes involucradas, pues los dos países pueden tener beneficios mutuos. Es por esto que Colombia tiene en frente una gran oportunidad, conociendo sus ventajas comparativas para exportar productos a China, un mercado tan grande y con gran

potencial para desarrollarlo y explotarlo, permitiendo así revertir la balanza comercial en los próximos años.

### **5.7 Oportunidades de exportación:**

A pesar de que actualmente la balanza comercial colombiana es deficitaria, el país podría eventualmente revertir esa balanza o, por lo menos, equilibrarla, incentivando a las empresas colombianas a que exporten a un mercado tan grande como el chino, la segunda economía más grande del mundo, con más de 1.3000 millones de habitantes y una demanda que crece día a día. Para esto es importante explorar las oportunidades más grandes de exportación al país chino,

Según un estudio de Procolombia el país tiene grandes oportunidades de exportación al país asiático, entre los que se encuentran oportunidades en café especial con denominación de origen colombiano ya que en un país como china el consumo de café ha ido en aumento drásticamente en los últimos años. También existe una oportunidad importante en confitería pues el consumo de dulces en china per cápita es de 0.8 kg lo cual representa un potencial de crecimiento bastante importante en comparación con otros países del mundo, además en las festividades importantes los chinos tienden a regalar y consumir gran cantidad de dulces.

Igualmente existe una oportunidad en la exportación de madera desde Colombia hacia China que en los últimos años ha presentado un crecimiento sin precedentes. Igualmente, la oportunidad con el Propileno, pues China es el principal importador de polipropileno en el mundo y “(...) se prevé un crecimiento anual de la demanda de 5,2% en los próximos dos años gracias a la expansión de los sectores

de automotores, electrodomésticos, cables y autopartes plásticos, entre otros. especiales, los cuales China no está en capacidad de producir.” (Procolombia)

Finalmente, existe una oportunidad creciente en el desarrollo del turismo, pues la clase media China está aumentando y cada vez más quieren salir a conocer el mundo, siendo los destinos de cultura y naturaleza los más atractivos. Al viajero asiático le puede interesar conocer un país como Colombia el cual tiene una mezcla histórica, cultural y natural inigualable a otros países del mundo.

Es importante destacar que Colombia para ser un país competitivo y poder alcanzar el mercado chino debe hacer algunos cambios, pues actualmente es muy difícil suplir las necesidades del gigante asiático, y es debido a esto que muchas de las empresas con oportunidad de exportar han tenido problemas en su intento. Por esta razón es importante que, para lograr soportar demandas tan cuantiosas, se debe incentivar desde las mismas empresas la capacidad de asociación, para lograr unir fuerzas de varias empresas y sectores empresariales con el fin de tener más capacidad productiva para sostener los volúmenes de producción requeridos por el país chino.

## **6. Afectaciones negativas de las relaciones Colombo-Chinas en las empresas colombianas**

Las afectaciones negativas en el empresariado colombiano son las que más tienden a presentarse a la luz pública, y son las que más preocupan al sector empresarial colombiano.

## 6.1 Bajos costos:

Los bajos costos a los que provienen los productos chinos a Colombia han dado mucho de qué hablar, pues son varios los sectores afectados día a día por los productos que llegan de china a precios muy económicos que no pueden competir con el costo del producto nacional, que puede ser en ocasiones hasta 5 veces mayor que el costo del país asiático. Sectores como el textil y el de calzado son dos de los más afectados, que ante productos tan económicos que llegan del país asiático han tendido a quedar por fuera del mercado.

Esa situación la están sufriendo fabricantes de calzado del barrio Restrepo, en el sur de Bogotá, como Mauricio Reyes, quien plantea cómo “(...) A mí personalmente me ha afectado, porque de tener una empresa con una nómina de 15 empleados, ahora no estamos trabajando sino cinco y eso que lo hacemos a un ritmo de un 20%, casi que no hay trabajo ni para los cinco empleados... Imagínese las ventas, de facturar mensualmente \$25 millones en promedio pasamos a facturar tres o cuatro millones”

También lo menciona la empresaria Amparo Cortés, una productora de textiles bogotana del sector comercial conocido como San Andresito quien afirma que “(...) Desafortunadamente los productos chinos nos acabaron” los bajos costos a los que llegan los productos de ese país han provocado que su empresa tuviera que cerrar. La empresa que vendía 100 mil prendas al año y tuvo que cerrar por la baja competitividad que presentaba, pues los productos chinos con sus bajos costos no podían competir frente a ellos, debiendo ahora



tomar como opción vender productos manufacturados en China para no quedarse fuera del mercado.

## **6.2 Escasa innovación tecnológica industrial local**

Una afectación importante que han tenido las empresas que no han podido competir en el mercado chino muestra como la falta de avance y desarrollo tecnológico en la industria nos ha dejado atrás como país al configurarnos como una industria subdesarrollada.

“(…) La principal amenaza que representa China para la industria textil colombiana es la importación de producto final, que se filtra en el mercado popular y termina en muchas ocasiones venciendo industrias colombianas que no pueden competir con los precios de éstos, es así como se encuentra en el comercio camisetas chinas con estampados innovadores y llamativos a mitad de precio que las colombianas, aunque sean de mejor calidad en cuanto a sus insumos de producción, cabe mencionar aquí la escasa innovación tecnológica de la industria local” (Isaza Dávila, 2014)

Tal como lo decía Ada Mahecha, una empresaria del sector de San Victorino en Bogotá, se muestra como el subdesarrollo tecnológico en la industria textil colombiana los hacía incurrir en costos más grandes y con mayor esfuerzo de trabajo. La señora Mahecha, con una camiseta de algodón mostraba las diferencias en tener una máquina desarrollada que hacía las costuras de manera casi perfecta, mientras en la industria nacional los terminados aún se seguían haciendo a mano con máquinas de coser y que le

implica un gran esfuerzo de trabajo a una empleada que le dedicaba más tiempo a la confección de la prenda.

## **7. Conclusiones**

China ha marcado un antes y un después en la historia económica de la actualidad, debido a su rápido y sostenido desarrollo que lo ha posicionado como la segunda potencia económica del mundo, sobrepasando países como Japón y Alemania en muy poco tiempo. Sin embargo, su camino para llegar allí no ha sido fácil, en razón a que el país ha tenido que pasar por guerras, hambrunas y hasta problemas sociales, que, aunque con grandes consecuencias para su población, han hecho lo que es el país asiático en la actualidad. Gracias a sus fuertes políticas y su gran capacidad de planeación y de antelación al futuro el país chino ha podido mantener tasas de crecimiento sostenidas durante los últimos 20 años, manteniéndose a la vanguardia económica mundial.

Las relaciones Colombo-Chinas empezaron en los años 90 con la apertura económica del presidente Gaviria, y es en este punto donde Colombia empieza a tener distintos socios comerciales importantes, como Estados Unidos y países de la región, pero no es sino hasta el año 2007 que China toma parte importante en la balanza comercial colombiana, donde el empresario colombiano empieza a buscar nuevos mercados y a importar y exportar productos. Encuentra Colombia en China un gran mercado, en donde Colombia tiene grandes oportunidades para exportar sus productos y, así mismo, de importar bienes, consolidando unas relaciones más estrechas, buscando generar negociaciones de cooperación comercial y hasta un tratado de firma de TLC que sigue en negociación. Es así como paulatinamente ha crecido la relación económica entre los dos

países, siendo en la actualidad el segundo socio comercial más importante para Colombia, solo superado por Estados Unidos.

Al hacer un balance entre las afectaciones positivas como negativas del desarrollo económico chino en los empresarios de las PYMES colombianas se evidencia como las relaciones entre Colombia y China han tenido un impacto significativo en los últimos años, que, aunque han dinamizado y generado innovación en el mercado local también ha acabado con gran cantidad de empresas de diferentes sectores que no han podido lograr competir con los bajos costos a los que produce la “fabrica del mundo”. Sin embargo, este impacto se debe ver desde el lado positivo, viendo no solo las contribuciones que ha dejado en el mercado local, tal como la innovación en productos, tecnologías y servicios que han puesto a reinventar el pensamiento del consumidor, ofreciéndoles más opciones para satisfacer sus necesidades y, por otro lado, un empuje al empresario local para que no se quedara atrás y buscara nuevas y mejores mecanismos que pudiera diferenciarse del mercado chino generando valor agregado a la economía, sin contar las miles de empresas importadoras que también han generado empleo y desarrollo en el país y que han volcado la mirada hacia el país asiático y su modelo de desarrollo.

Por otro lado, se debe observar con detenimiento la oportunidad tan grande que supone el crecimiento inmenso que ha experimentado la República Popular de la China que le representa una gran oportunidad para Colombia de aprovechar todos los recursos que necesita un país tan grande para desarrollarse hacia afuera y revertir esa balanza comercial negativa actual, observando las necesidades que tienen por satisfacer esos miles de millones de consumidores chinos, con una clase media más fuerte y con mayor capacidad de compra y de adquisición de productos.

## 8. Recomendaciones

Para finalizar, las oportunidades que se están creando en la China pueden ser una gran oportunidad de desarrollo para los empresarios de la PYMES colombianas. Pese a esto, es necesario trabajar en tres aspectos específicos para lograr encontrar la competitividad en un país tan grande como lo es China. La primera de ellas es trabajar en la infraestructura del país, a pesar de la ubicación estratégica en la que se encuentra Colombia y nuestros puertos de salida sobre los dos mares y la cercanía con todos los países de sur, centro y Norteamérica puede ser un gran privilegio para Colombia el desarrollo de sus exportaciones. Sin embargo, el país solo tiene tres puertos poco desarrollados, los cuales se pueden quedar cortos ante un crecimiento en las importaciones y exportaciones. Por otra parte, las carreteras internas que conectan el centro del país, donde se encuentra ubicado la mayor parte de las industrias productoras, se deben mejorar para que el transporte sea más económico y competir con los precios del mercado global.

Por otra parte, para asegurar el adecuado desarrollo de las PYMES colombianas con el fin de poder entrar a un mercado como el chino, se debe buscar un desarrollo con el fin de asegurar el correcto abastecimiento de un mercado tan grande y potencial como lo es el mercado asiático, y para esto una sola empresa no es capaz de abastecer este mercado, por lo que desde el gobierno, las organizaciones privadas y públicas y las instituciones educativas pueden desarrollar una capacidad de asociatividad, a la cual, desafortunadamente, el empresario colombiano es muy reacio. Debe él entender que una correcta asociatividad le puede permitir aumentar su capacidad productiva, aumentar sus economías de escala y poder abarcar más el mercado de su sector, asociándose con sus competidores, hacia atrás y hacia adelante con las mismas empresas colombianas,

“gremios” y también con empresas de la Alianza del Pacífico que puedan aportar valor y generar aumento en nuestra capacidad para poder desenvolverse de mejor manera en el mercado del grande asiático.

Y, finalmente, buscar una alianza con el mercado asiático no debe atemorizar al empresariado, pues los países de nuestra región como Perú y Chile, que tienen un tratado de libre comercio con el país asiático han revertido sus balanzas comerciales, permitiendo desarrollar el mercado regional de gran manera.

## 9. Referencias

- Balaguera, L., Santamaria, D., & Medina, S. (2017). *Inserción de Productos Chinos en Colombia y sus Implicaciones Comerciales durante los dos últimos años.* .  
Obtenido de Universidad De La Salle.:  
<http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/24957/>
- Barrios, A. (7 de mayo de 2019). Entrevista personal al empresario Alberto Barrios. (P. Rojas, Entrevistador)
- Botero, J. (2005). *Economía y Comercio exterior de China y Colombia: Un análisis comparativo.* Oficina de estudios económicos, ministerio de industria y comercio.
- Bustelo, P. (2006). *El área económica China ¿una nueva potencia industrial?* . Madrid-España.
- Cardenal, J. P., & Araújo, H. (2012). *La silenciosa conquista China.* Barcelona: Crítica.
- Cárdenas, A. O. (2010). Colombia y la inversión China. *Colombia y China: treinta años de amistad y cooperación*, 40-46.

- Castillo, A. (2015). La balanza comercial de Colombia con China sigue siendo deficitaria. .  
Obtenido de La República: <https://www.larepublica.co/globoeconomia/la-balanza-comercial-de-colombia-con-china-sigue-siendo-deficitaria-2257251>
- Cesarin, S., & Moneta, C. (2005). *China y América Latina: Nuevos enfoques sobre cooperación y desarrollo. ¿Una segunda ruta de la seda?* Buenos Aires- Argentina: Banco Interamericano de desarrollo.
- Confecámaras . (2019). *Dinámica de creación de empresas: I trimestre 2019*. Bogotá: Confecámaras.
- Dikötter, F. (2010). *Mao's Great Famine. The History of China's Most Devastating Catastrophe, 1958-1962*. Acantilado.
- Ebrey, P. B. (2009). *Historia de China : Cambridge*. Cambridge: La Esfera de los Libros.
- Escobar, V. (30 de marzo de 2019). Entrevista personal a la empresaria Victoria Escobar. (P. Rojas, Entrevistador)
- FENALCO. (2016). *El impacto de China sobre la economía colombiana*. Bogotá: FENALCO. Obtenido de <http://www.fenalco.com.co/ListaSubsite/Gremial/Publicaciones>.
- Fondo Monetario Internacional. (2001). *La liberalización del comercio mundial y los países en desarrollo*. Fondo Monetario Internacional. Obtenido de Recuperado de: <https://www.imf.org/external/np/exr/ib/2001/esl/110801s.htm>
- Gómez, D. A. (2010). *La evolución de las relaciones entre Colombia y China*. Bogotá.
- Gómez, H. J., & Mitchell, D. (2014). *Innovación y Emprendimiento en Colombia: Balance, perspectivas y recomendaciones de política 2014- 2018*. Bogotá: Fedesarrollo.
- Gómez, J. (23 de abril de 2019). Entrevista personal con el Empresario Javier Gómez. (P. Rojas, Entrevistador)
- Goncalves, K. (05 de 10 de 2018). La Importancia de la Innovación en las Empresas. Madrid, España. Obtenido de <http://www.cesma.es/actualidad/blog/la-importancia-de-la-innovacion-en-las-empresas>
- Isaza Dávila, S. (21 de Febrero de 2014). INCIDENCIA DE IMPORTACIONES PROVENIENTES DE CHINA EN LA INDUSTRIA TEXTIL COLOMBIANA A PARTIR DE LA DÉCADA DE LOS 90. Bogotá, Bogotá, Colombia.
- King Fairbank, J. (1997). *China: una nueva historia*. Editorial Andres Bello.
- Krugman, P. (2004). *Economía Internacional*. Editorial Prentice Hall.
- Lebrón Veiga, A. J. (2008). *ECONOMÍA CHINA: PASADO, PRESENTE Y FUTURO*. Pexín, China.

- MacFarquhar, R., Fairbank, J. K., & Twitchett, D. C. (1991). *The Cambridge History of China: Volume 15, The People's Republic, Part 2, Revolutions Within the Chinese Revolution, 1966-1982*. Cambridge University Press.
- Maddison, A. (2003). *The world Economy, A millennial Perspective*. Organisation for economic co-operation and development OECD.
- Mahecha, A. (3 de Mayo de 2019). Entrevista personal a la empresaria Ada Mahecha. (P. Rojas, Entrevistador)
- Merca2.0. (Abril de 2015). *Mercadotecnia, publicidad, Medios Merca2.0*. Obtenido de <https://www.merca20.com/que-es-valor-agregado-y-como-lo-usan-las-empresas/>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia. (2012). *Acuerdo para la Promoción y Protección Recíproca de inversiones APPRI Colombia- China*.
- Montoya, E., & Durán, J. (2011). *Entendiendo a China: cultura, teoría económica y políticas de desarrollo exitosas*.
- Patircia, B. (2009). *Historia de china*. La esfera de los libros.
- Piñero, L., & Moreno, M. (2017). *Política económica y desarrollo competitivo para PyMEs: Colombia y China desde un análisis sistémico*.
- Procolombia. (s.f.). Oportunidades de Negocio en China. Colombia.
- Romer, C. (2008). *China. Radiografía de una potencia en ascenso*. Ciudad de México: Colegio de México.
- Sanchez, M. (12 de abril de 2019). Entrevista personal al empresario Mirtab Sanchez. (P. Rojas, Entrevistador)
- Santiago, O. T. (2008). *Bitácora de un Imperio en Guerra*. Letras de américa.
- Shenkar, O. (2006). *The Chinese Century : The Rising Chinese Economy and Its Impact on the Global Economy, the Balance of Power, and Your Job*. Upper Saddle River, United States: Wharton School Publishing.
- Vélez, G. (2010). Treinta años de amistad con una civilización Milenaria. *Colombia y China: Treinta años de amistad y cooperación*, 10-18.
- Valencia, A. (28 de abril de 2019). Entrevista personal al empresario Andres Valencia. (P. Rojas, Entrevistador)
- Veiga Lebrón, A. (2014). *ECONOMÍA CHINA: PASADO, PRESENTE Y FUTURO*. Pekin.
- Xiaoqui, Q. (05 de January de 2017). Tiene China avances importantes en ciencia y tecnología. *Revista Enfasis*.
- Xiaoyuan, W. (2015). HAN ENTRADO EN MI CORAZÓN Y ESTARÁN ALLÍ PARA SIEMPRE. *China y Colombia: 35 años de travesía diplomática*.

Zambrano, J. (3 de mayo de 2019). Entrevista personal al empresario Jairo Zambrano. (P. Rojas, Entrevistador)



