

Perspectivas del doceavo plan quinquenal chino para el Ecuador

Por Vicente Servigón Caballero

Resumen

El doceavo plan quinquenal pretende modificar la calidad del crecimiento económico en China, del basado en inversiones y exportaciones a uno sustentado en innovación, y que además consiga reducir las inequidades sociales y proteger el medio ambiente. La visión es desarrollar el mercado doméstico a fin de aliviar la dependencia en externalidades, como la demanda del mercado internacional. Este nuevo enfoque presenta oportunidades y desafíos para la economía ecuatoriana. Creemos que el incremento del consumo interno en China puede resultar atractivo para muchas industrias nacionales.

1. Introducción

El mundo entero esta dirigiendo su atención hacia China debido a su sorprendente desarrollo económico y a su creciente influencia en el escenario global. En los últimos 30 años, China ha logrado una tasa de crecimiento anual promedio del PIB en 9,5% , y del comercio internacional en 18%. En el último lustro, ha desplazado a Japón como la segunda economía del mundo y ha superado a Alemania como el mayor exportador mundial de bienes. China se ha consolidado como un actor principal de la economía mundial, y por ende, día a día vemos una amplia cobertura mediática -en periódicos, noticieros o revistas especializadas- sobre la diversidad de sus sucesos.

En el Ecuador, respectivamente, la apertura del Instituto Confucio en Quito, el ambicioso proyecto energético Coca-Codo Sinclair, los millonarios créditos del Banco de Desarrollo de China y del Eximbank, son solo algunos titulares de prensa del año pasado, que evidencian una creciente integración sino-ecuatoriana de intereses mutuos y beneficios compartidos.

Y a su vez, dentro del ‘País Central’¹ , uno de los temas que suscita mayor interés es el Doceavo Plan Quinquenal de Desarrollo Económico y Social para el período

¹ En su lengua vernácula , la palabra China está formada a partir de los términos centro ‘zhōng’ (中) y país ‘guó’ (國) , traduciéndose como el “país del centro”. Antiguamente, los chinos pensaban que China era el centro del mundo, y lo restante eran pueblos bárbaros.

2011-2015 (en adelante “el Plan”), el cual, por sus repercusiones económicas, ha generado amplia discusión y análisis por la academia y sectores empresariales.

En un período relativamente corto, China se ha transformado en un socio comercial de mucho peso para el Ecuador. Por tal virtud, escribimos este ensayo con el objeto de ofrecer una mirada a los sectores empresariales, gubernamentales y académicos sobre el Plan y sus incidencias en el Ecuador. Las proyecciones de organismos internacionales sugieren que China aumentará de forma notoria su posición relativa como destino de las exportaciones latinoamericanas, y el Ecuador no será una excepción. Además, la continua y creciente interdependencia entre las naciones del mundo, conocida como globalización, da muestra de la importancia de estudiar como dos economías tan distantes, como son la china y ecuatoriana, pueden verse afectadas por determinadas políticas públicas.

2. Doceavo Plan Quinquenal

a. Antecedentes

Desde 1949 el Gobierno comunista ha puesto en práctica una serie de consecutivos planes quinquenales que han orientado la actividad económica en China. A diferencia de América Latina, la nación asiática ha seguido estrategias definidas a largo plazo, donde el Estado ha desempeñado un rol fundamental en su formulación y ejecución.

No obstante, esta historia no ha sido del todo feliz. Según Jinglian Wu –quizás el economista en vida más prestigioso de China- las reformas económicas iniciaron en 1956, cuando el octavo Congreso Nacional del Partido Comunista de China decidió poner en operación la “reforma del sistema económico y administrativo”²; ésta y la campaña del “Gran Salto Adelante” (1958-1960) han sido de los mayores fracasos económicos en la historia de la humanidad.

Luego, a raíz de las reformas de apertura económica de fines de los años setenta, se trabajó en mejorar la eficiencia y productividad de las empresas estatales. Esto se vio reforzado por los cambios en la composición de la industria, cuyo énfasis pasó de las industrias pesadas durante el período de planificación central a las industrias livianas durante la primera fase de transición hacia una economía de mercado orientada a las exportaciones. China replicó exitosamente el modelo económico orientado a las exportaciones de los llamados “tigres asiáticos”, utilizando una fuerza laboral relativamente educada, abundante mano de obra barata y la tecnología del primer mundo. Pero en los últimos tiempos se ha verificado un cambio dirigido a industrias intensivas en tecnología y los servicios. Ciertamente, el dinamismo de China en las últimas décadas se enfocó en satisfacer al mercado externo; sin embargo, la crisis europea y el lento crecimiento en

² Jinglian Wu, *China's Long March towards a market economy*, Long River Press, Shanghai, 2005, pág 9.

Estados Unidos dan cuenta que una frágil demanda externa podría socavar su crecimiento por la reducción de exportaciones. Por ende, la China de este siglo será una intensa productora y compradora de bienes y servicios para satisfacer ese inmenso mercado interno de 1,3 billardos de personas.

b. Contenido del Plan

En marzo 14 del 2011, el Congreso Nacional de la República Popular de China aprobó el ambicioso Doceavo Plan Quinquenal de Desarrollo Económico y Social para el período 2011-2015, el cual enfatiza mejorar la calidad de crecimiento económico³, porque el rápido desarrollo de los últimos 30 años ha generado dudas de sostenibilidad por los crecientes problemas de contaminación, tensión social y eficiencia energética. El Plan busca una transformación de la economía China, originalmente orientada a las exportaciones y a un crecimiento del PIB 'a cualquier costo', por una estrategia de desarrollo sustentable que pueda balancear el crecimiento con la armonía social, innovación y protección ambiental.

El Plan ciertamente no es un conjunto de reglas y procedimientos al estilo soviético, sino una serie de principios y directrices a seguir; tampoco es una reforma fundamental⁴, sino más bien mecanismos e incentivos del Gobierno para desarrollar ciertas industrias. Asimismo, el Plan tiene muchos indicadores y metas sobre desarrollo social⁵ y ambiental,⁶ a cumplir por parte de gobiernos locales.

c. Metas del plan

En breve, las más importantes metas del Plan son:

1. Desarrollar la región oeste.
2. Proteger el ambiente y mejorar la eficiencia energética.
3. Continuar la transición hacia una economía orientada al consumo interno en sustitución de las exportaciones.
4. Mejorar la calidad de vida de los ciudadanos.
5. Desarrollar siete industrias emergentes y estratégicas, con el propósito de incrementar sus contribuciones en el PIB del 2% en el presente al 8% para el 2015, y al 15% para el 2020. Las primeras tres industrias compaginan con el

³ El Gobierno ha fijado una meta de crecimiento anual del PIB de 7% para el periodo mencionado, sin embargo, analistas estiman que el crecimiento anual excederá de 8%.

⁴ Ya se mencionaba la innovación en el onceavo plan quinquenal.

⁵ A fin de mitigar una potencial tensión social, el Gobierno tiene como objetivo construir 36 millones de apartamentos para el 2015, para proveer vivienda a millones de trabajadores que han migrado del área rural a la urbana.

⁶ Para el 2015, incrementar el consumo de los combustibles no-fósiles a 11.4%, reducir el consumo de energía al 16% y reducir las emisiones de CO2 al 17%, por unidad del PIB, respectivamente.

desarrollo sostenible y las demás son consistentes con la ambición de incrementar el valor agregado, a saber:

- a. Ahorro de energía y protección ambiental.
- b. Nuevas energías (nuclear, eólica y solar).
- c. Vehículos de energía limpia.
- d. Biotecnología (medicinas y equipos).
- e. Nuevos materiales (materiales raros tierras raras y semi-conductores de alta calidad).
- f. Nueva tecnología de la información (redes de banda ancha, infraestructura de seguridad de Internet, convergencia de redes).
- g. Manufacturas de alta calidad (equipos de telecomunicaciones y aeroespaciales).

Las industrias estratégicamente incluidas en el Plan constituyen el centro de atención de las economías del mundo entero, en razón de su competitividad e innovación. Al respecto, académicos de negocios consideran que las energías renovables llevarán la posta del desarrollo tecnológico, pudiendo llegar al hito de transformar el estilo de vida de las personas, como ocurrió con las telecomunicaciones en el pasado.

En este contexto, un reporte de Thomson Reuters menciona que: «Una prioridad clave y estratégica para China establecida en el plan es la transición de "Hecho en China" a "Diseñado en China." Esto es parte de una estrategia a largo plazo para transformar a China, de una economía de manufacturas a una de innovación [...] cualquiera que sea el futuro, evidentemente, desde los planes y metas trazados en el plan quinquenal, la innovación en general, y las patentes en particular, constituyen un elemento central en el plan de China para la futura prosperidad »⁷.

d. Retos del Plan

En resumen, podemos enunciar como principales retos del Plan, los siguientes:

1. Establecer un ambiente macroeconómico propicio para incentivar el consumo interno.
2. Reducir la brecha entre ricos y pobres, se lograría en parte aumentando los salarios de los trabajadores. Los analistas estiman que habrá un incremento anual del 13% del salario mínimo.

⁷ Chinese patenting, Report on current stage of innovation in China, Thomson Reuters, ip.thomsonreuters.com.

3. Mejorar el bienestar social es una iniciativa estratégica, especialmente incrementando la educación pública, servicios de salud y seguridad social. Por razones culturales y económicas el chino tiende a ahorrar mucho (la tasa de ahorro en China es del 51% del PIB); por consiguiente, estas medidas reducirían los gastos de los ciudadanos y aumentarían su capacidad de consumo.
4. Reducir el uso de energía. La meta es incrementar el uso de combustibles no fósiles al 11,4% del total consumo energético del país para el 2015. Están haciéndose esfuerzos sistemáticos por reducir el consumo de energía por unidad de PIB y por revertir el deterioro ambiental.
5. Desarrollar el sector de los servicios en mega-ciudades como Beijing, Shanghai y en zonas costeras desarrolladas. Se busca reducir la vulnerabilidad de tales economías a una reducción de exportaciones. Además, los servicios demandan menos consumo de energía y crean más empleos que las fábricas.

3. Impactos del Plan Quinquenal para el Ecuador

a. Nociones preliminares

Durante el período del Plan, se proyecta que el crecimiento anual de China se ubicará entre el 8% y el 9%. De tal manera, China continuará siendo el más importante impulsor del crecimiento mundial; y el creciente consumo interno creará una tierra de oportunidades para las exportaciones ecuatorianas, cuyo cabal aprovechamiento dependerá en implementar exitosamente las políticas de fomento y diversificación de exportaciones, aumentar la productividad, negociar acuerdos bilaterales de comercio, estimular alianzas empresariales sino-ecuatorianas, etc. Esta última es de especial importancia porque, debido a la distancia geográfica y cultural, supliría la falta de *expertise* y facilitaría una mayor presencia de empresas nacionales en las cadenas de valor chinas.

De acuerdo a la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), mientras que en el 2009 –en plena crisis– las exportaciones de América Latina y el Caribe a los Estados Unidos y la Unión Europea se redujeron un 26% y un 28%, respectivamente, las destinadas a Asia cayeron solo un 5% y las dirigidas a China aumentaron un 5%. Estos datos ratifican la creciente importancia que ha adquirido China como destino de las exportaciones de la región⁸.

De igual forma, la CEPAL estima que si se mantiene el actual ritmo de crecimiento de la demanda de los productos latinoamericanos en los Estados Unidos, la Unión Europea y el resto del mundo y la demanda de China crece solo a la mitad del ritmo

⁸ La República Popular China y América Latina y el Caribe: hacia una relación estratégica, Comisión Económica para América Latina y el Caribe, Santiago de Chile, mayo de 2010, Pág. 10.

registrado en esta década, este país superaría a la Unión Europea en 2014 y pasaría a ser el segundo mayor mercado para las exportaciones de la región.⁹

No obstante, en el caso particular del Ecuador, China ha sido un mercado relativamente poco explotado; *de facto*, durante el período 2000-2009 nuestras exportaciones totales se redujeron del 1,2% al 0,9%. En cambio, otros países de la región destinan mayor cantidad de sus exportaciones hacia China, como Chile (13%), Perú (11%) o Argentina (9%)¹⁰.

En la últimas décadas China se ha integrado fuertemente en los mercados mundiales en búsqueda de productos primarios en los cuales no es autosuficiente. Su alta demanda de alimentos, energía, metales y minerales ha beneficiado las economías de los países exportadores de esos productos. En caso del petróleo ecuatoriano, por ejemplo, ha repercutido en un aumento del volumen de exportaciones e incremento de precios. Empero, aún existe un amplio espacio para fomentar y diversificar las relaciones comerciales y de inversión.

Debido a la importancia de China en el comercio mundial, y en virtud del Plan, un sinnúmero de industrias ecuatorianas podrían beneficiarse del aumento del consumo interno chino, como las que ejemplificaremos a continuación.

b. Alimentos

En el contexto del Plan, la consultora McKinsey & Company sostiene que las industrias orientadas al consumo serán las mayores beneficiarias, tales como aerolíneas, farmacéutica, turismo, naviera, productos de rápido movimiento y alimentos. Consideramos que esta última presenta un atractivo para las empresas ecuatorianas por varias razones. Por un lado, China tiene el desafío de satisfacer constantemente la subsistencia y el desarrollo de su numerosa población, agravado por la escasez de tierra arable y recursos acuíferos contaminados. Por su parte, Ecuador posee los recursos naturales necesarios para desarrollar la agroindustria y el Gobierno local ha emprendido una política de transformación de la matriz productiva y fomento-diversificación de exportaciones, instrumentalizada jurídicamente a través del Código de la Producción, Comercio e Inversiones (en adelante "CP"). En este cuerpo legal y otras normas conexas, se establecen incentivos tributarios para inversiones en: a) alimentos frescos, congelados e industrializados, b) abonos y fertilizantes, c) agroquímicos, pesticidas y fungicidas, entre los pertinentes. En tal sentido, McKinsey manifiesta que las industrias motores de consumo interno -como los alimentos- tendrán una razonable libertad de mercado y un ambiente favorable para generar utilidades. Además sugieren que para capturar las mayores oportunidades de crecimiento, las compañías deben incrementar su penetración del mercado y ofrecer productos a la medida para segmentos de consumidores especiales.

⁹ Ídem, Pág. 13.

¹⁰ En base a los datos de la CEPAL.

Como conexión pragmática de lo mencionado, en la información periodística¹¹ hemos encontrado que el embajador de la República Popular de China en Ecuador, Yuan Guei Sen, ha motivado a los empresarios nacionales a renovar esfuerzos por ingresar al mercado chino, a través de alimentos procesados tales como productos lácteos y harinas a base de papas, por ser bienes de valor agregado que no sufren por el largo camino hasta llegar al mercado chino del interior. En tal entrega, Walter Spurrier señala: «lo que se perfila como estrategia ganadora es una alianza entre empresarios nacionales e inversionistas chinos, que provean las maquinarias y se encarguen de la comercialización en su país».

En otra nota periodística¹², Leonardo Árizaga, Embajador del Ecuador en la República Popular de China, ha manifestado que en el 2011 las exportaciones no petroleras del Ecuador hacia China han incrementado con relación al 2010 de 90 millones a 180 millones de dólares, entre otras razones, por el aumento de las exportaciones de harina de pescado, de maderas (virola, imbuía y balsa) y de camarones. Encontramos una explicación a este fenómeno por parte del profesor Rhys Jenkins, que manifiesta lo siguiente: «Después de los minerales y metales, el grupo de productos más importante en cuanto a la participación de China en el consumo mundial es el de las oleaginosas. Esto pone de manifiesto el rápido crecimiento de la demanda de forraje en China (incluido el alimento para peces para la acuicultura), a medida que se eleva el nivel de vida y cambian los modelos de consumo. Hacia fines de la década de 1990, el nivel de consumo de calorías diarias per cápita en el país ya era relativamente alto y, sobre todo en las zonas urbanas, los consumidores comenzaron a volcarse más a la carne, el pescado, los aceites vegetales y las frutas. En la actualidad, China es un importante mercado para la soja y la harina de pescado, y su participación en el consumo mundial ha ido en alza con el transcurso del tiempo»¹³. Específicamente, tal estudio sostiene que el “efecto China” ha repercutido en un incremento del 10,4% al 15,6% en los precios mundiales de la harina de pescado entre el 2002 y 2007, debido a la alta participación de China en el consumo mundial.

En este contexto, la Cepal hace las siguientes recomendaciones: « [...] Algunas experiencias recientes muestran que es posible agregar valor e incorporar conocimiento a las exportaciones de productos básicos, integrándolos en las cadenas productivas y de comercialización de Asia-Pacífico. Para ello, es necesario un enfoque sistémico que abarque el proceso productivo, la logística, el transporte marítimo y aéreo, y la comercialización y distribución en el mercado de consumo final. Deberían crearse asociaciones estratégicas para aumentar el valor agregado en toda la cadena de producción y comercialización, y asociaciones tecnológicas

¹¹ Walter Spurrier Baquerizo, ¿Se abre la China?, El Universo, 19 de junio del 2011.

¹² Revista Hola China, No.34, enero del 2012.

¹³ Rhys Jenkins, El “efecto China” en los precios de los productos básicos y en el valor de las exportaciones de América Latina, Revista Cepal 103, abril 2011, p 80.

mutuamente beneficiosas (por ejemplo, para aplicar los avances de la biotecnología a la agroindustria, la minería, la silvicultura y la pesca) [...] »¹⁴.

Según otro informe de la Cepal, el rápido aumento del consumo de productos de agricultura, pesca y recursos forestales en China ha motivado que las empresas que allí actúan como distribuidores busquen la integración hacia atrás mediante inversiones en el exterior. Hay constancia de algunas operaciones importantes e indicios de que la fuerte demanda de China y la (relativa) abundancia de recursos naturales en América Latina y el Caribe hacen que el potencial para la inversión extranjera directa (IED) en agricultura, ganadería, silvicultura y similares sea muy grande. Los mayores proyectos de inversión se han dado en sectores más formalizados o regularizados. Tal es el caso de la industria pesquera peruana donde China Fisheries Group invirtió 103 millones de dólares para la compra de una pesquera; o el sector de la caña de azúcar, donde, a raíz de una privatización en Jamaica, la comercializadora china Complant Sugar ha comprado activos por valor de 92 millones de dólares. La operación incluye planes para el arriendo a 50 años de 30.000 hectáreas dedicadas al cultivo de caña. Por otra parte, la empresa importadora de alimentos COFCO, una de las mayores de China, compró en 2010 parte de los activos de Viña Bisquertt, en Chile, por 18 millones de dólares¹⁵.

De acuerdo a IGD, una firma de investigación en alimentos y almacenes de comestibles, el sector de alimentación y tiendas de comestibles en China tuvo un valor de £ 607 millardos de libras esterlinas al final del 2011; y para el 2015 se prevé que tendrá un valor de £ 918 millardos. Además, afirman que China es un mercado en crecimiento primordial para muchas de las cadenas de supermercados más grandes del mundo. Incluso, hay grandes oportunidades más allá de las grandes ciudades: los pronósticos apuntan a que habrá más de 200 ciudades chinas con una población superior a un millón de habitantes para el 2025. Pero dado el tamaño y diversidad de China, es esencial no tratar al país como un mercado homogéneo¹⁶.

Adicionalmente a todo lo mencionado, a nuestro criterio, el atractivo de exportar alimentos al mercado chino tiene ciertos fundamentos culturales. Sin duda alguna, el sentido del gusto y el arte culinario son comunes a todo ser humano. Sin embargo, hemos percibido que la alimentación es de particular importancia para los chinos, lo que se explicaría por la siguiente razón. China es la sociedad secular por antonomasia, así, el Estado es oficialmente ateo y las religiones tienen poca

¹⁴ Ídem, Pág. 13.

¹⁵ La inversión extranjera directa en América Latina y el Caribe, www.cepal.org, 2010, Págs. 124-125.

¹⁶ China's grocery market overtakes the US as biggest in the world, www.igd.com.

penetración¹⁷. De tal forma, lo que es para nosotros la influencia cultural judeo-cristiana, es para los chinos el confucianismo, que no constituye una religión, sino más bien un conjunto de doctrinas de orden moral. En términos generales, la mentalidad china esta concentrada a lo material y lo concreto, a contrario sensu, lo abstracto o metafísico goza de poca popularidad.

Además, para ellos no existe el más allá, el mundo siempre ha existido y existirá, a contrario de nuestra visión lineal inicio-fin, ellos tienen una visión cíclica del universo. Entonces, al no existir sacrificios para entrar al 'reino de los cielos', no hay abstinencia de placeres mundanos por consideraciones religiosas (ayuno de cuaresma, por ejemplo).

Por otro lado, el aprendizaje del chino es de particular dificultad por la enorme cantidad de homófonos que contiene; de esta manera, resulta curioso para el estudiante conocer las analogías resultantes de los homófonos, y su uso para expresar deseos. Por ejemplo, tradicionalmente, durante el festival de la primavera las familias chinas comen pescado 'yú' (鱼) porque 'yú' (余) también significa superávit o excedente; igualmente, regalan mandarinas 'jú' (桔子) y manzanas 'píng' (苹果), para presagiar un nuevo año de fortuna 'jí' (吉利) y seguridad 'píng' (平安), respectivamente.

En Europa, durante la época barroca, al saludar se acostumbraba decir 'carpe diem' o 'memento mori' para recordar la idea sobre lo efímero del mundo. Por otro lado, en China, es común utilizar el saludo: "¿Has comido ya?", 'nǐ chī le ma?' (你吃了吗?), lo que también indica la importancia de los alimentos en la cultura del país.

Sin un ápice de duda, en la sociedad china los alimentos tienen una posición primordial frente a otras necesidades. Hemos expuesto consideraciones socio-económicas que respaldan lo dicho; y reiteramos nuestra opinión respecto al atractivo de fomentar exportaciones de alimentos hacia China.

c. Urbanización

Al final del 2011, China contaba con más de 690 millones de pobladores urbanos – precisamente el 51,27% de los 1.347 millones de personas del país – de acuerdo con un reporte del Instituto Nacional de Estadística de China. En el mismo período, la población rural decreció en 14 millones a un total de 656 millones. En consecuencia, por primera vez en su historia la población urbana excede a la población rural.¹⁸

¹⁷ En 1601, por invitación del Emperador Wanli (1563-1620), el jesuita Matteo Ricci fue el primer occidental en visitar la Ciudad Prohibida. El objetivo principal de los misioneros europeos era predicar el cristianismo, sin embargo, Wan Li no mostró ningún interés por tal religión.

¹⁸ Cuando las políticas de reforma y apertura económica fueron establecidas en 1978, solamente el 18% de la población era urbana.

En China, la urbanización es reconocida como un motor de crecimiento económico y empata claramente con la planificación gubernamental porque los migrantes rurales, por un lado proveen mano de obra a las industrias, y por otro lado incrementan el consumo interno rentando apartamentos, comiendo en restaurantes y comprando en los mercados, lo cual es esencial para liberarse de la dependencia en la inversión extranjera y las exportaciones.

Este boom de bienes raíces es una fuente de enormes oportunidades para la industria ecuatoriana, en los sectores de mueblería, materiales de construcción, productos de cerámica y aparatos de uso doméstico (industrias promovidas en el CP), puesto que entre 2011 y 2020, la población urbana en China incrementará un 26,1% -160 millones de personas- y se invertirán 11,5 billones de dólares¹⁹ en proyectos inmobiliarios, según un estudio realizado por el Economist Intelligence Unit²⁰ (Unidad de Análisis Económicos del grupo británico The Economist). Tales perspectivas demográficas y económicas presentan oportunidades de negocios en cientos de ciudades chinas, el siguiente paso para los empresarios es investigar y analizar que productos podrían acceder a determinados segmentos del mercado chino de construcción.

Es interesante mencionar que según dicho estudio, la preocupación de una burbuja inmobiliaria en China esta sobreestimada, ya que sus particulares circunstancias demográficas explican la intensa demanda de inmuebles. En el pasado, las burbujas inmobiliarias –como Japón y Estados Unidos- ocurrieron en países con demografía estable y sin perspectivas de fuerte crecimiento económico a largo plazo. De este modo, el EUI estima que a la tasa de construcción actual, China puede construir una ciudad del tamaño de Roma en dos semanas o el mismo stock de vivienda que hay en España en 1 año (alrededor de 2 millardos de metros cuadrados). Asimismo, se tomó aproximadamente 15 años construir en China el equivalente de las viviendas de toda Europa.

Igualmente, para inversionistas puede resultar atractivo saber que el EIU estima que bienes raíces en renminbi posiblemente serán los activos con mejor rendimiento en la próxima década, en razón de una combinación de crecimiento poblacional urbano, crecimiento real de ingresos y apreciación del tipo de cambio.

Abundando en el tema, el grupo informativo KHL, especializado en la industria de la construcción, en diversos reportes ha sostenido que la construcción en China alcanzará una tasa de crecimiento mayor al 7% en la próxima década, y que particularmente la construcción residencial continuará creciendo bien, en la medida que China tenga éxito en desarrollar mega ciudades y aumentar los ingresos de la clase media, quienes demandarán nuevas unidades de vivienda. Adicionalmente, el énfasis en expandir y mejorar la seguridad social sugiere que la estructura institucional superará otro tipo de edificaciones, dentro de la categoría no-residencial²¹. En el corto plazo, la edificación industrial tiene buenas

¹⁹ La palabra “dólares” se refiere a dólares de los Estados Unidos, salvo indicación contraria.

²⁰ Building Rome in a day, the sustainability of China’s housing boom, Economist Intelligence Unit, abril del 2011.

²¹ ‘New emphasis’, International Construction Vol 50 No. 1, enero-febrero del 2011, Pág. 19.

oportunidades, debido al traslado y mejoramiento de las instalaciones manufactureras al interior; y en largo plazo, el empuje de los servicios ubicará la construcción de oficinas en un primer plano²².

d. Productos forestales

En el sector de los productos forestales, mencionamos anteriormente que la diplomacia nacional había informado un aumento de las exportaciones de maderas (virola, imbuía y balsa) a China. En una perspectiva global, el incremento del consumo en China de la madera aserrada entre 2002 y 2007 ha sido del 131%, y su repercusión en el aumento de los precios mundiales ha sido del 8% al 25%²³. Creemos que la rápida expansión de China en la demanda mundial de madera se origina, sin duda alguna, a la creciente urbanización, un motor de su crecimiento económico. La constante demanda de materias primas en China ha contribuido directamente al reciente auge económico en el Ecuador, por consiguiente, consideramos que la entrada de capital chino al Ecuador puede tener consecuencias favorables para la industria maderera; donde las empresas chinas deberían actuar no como compradores, sino integrándose a la producción mediante inversiones directas en el país.

e. Manufacturas

El boom económico chino de las últimas tres décadas estuvo soportado por bajos costos de mano de obra, tierra y energía, condiciones que fueron utilizadas por compañías multinacionales para crear en China plataformas de producción deslocalizadas (*offshoring*). Sin embargo, el Gobierno busca poner un alto a la intensa presión sobre tales recursos. Además, los líderes chinos están buscando que las áreas rurales sub-desarrolladas sean una fuente de crecimiento para la demanda interna. De esta forma, la disposición de incrementar anualmente los ingresos de hogares en 7%, y salarios mínimos en 13%, ayudarán a incrementar el consumo interno, pero restarán competitividad a las manufacturas de baja tecnología. Mientras China convierte su economía hacia manufacturas de alta tecnología y los servicios, los tradicionales fabricantes de manufacturas de baja tecnología enfrentarán dificultades por su tipo de producción con exceso de capacidad, baja eficiencia y alta contaminación. El objetivo es transformar las industrias a través de la innovación, por ello, tales empresas deberán “reinventarse” mejorando sus productos con tecnología de avanzada, añadiendo valor agregado, con mayor eficiencia energética y ofreciendo protección ambiental.

En este sentido McKinsey sostiene que: « Las industrias maduras de China son particularmente vulnerables al nuevo enfoque en desarrollo sostenible: tal política probablemente aumentará los costos relacionados con protección ambiental,

²² 'Sustainable growth', International Construction Vol 51 No. 1, enero-febrero del 2012, Pág. 17.

²³ Rhys Jenkins, ídem.

conservación energética, reducción de contaminación, e incluso de materias primas, adicionalmente a la presión sobre el incremento de costos laborales. Por ejemplo, la eficiencia energética y las metas de emisión de dióxido de carbono aumentarán precios de industrias como metales no ferrosos, la energía y el acero. El éxito de una empresa se basará en la capacidad para mantener un margen saludable y simultáneamente una acumulación de capital verde. »²⁴.

Adicionalmente, debido a que el Plan busca reducir la brecha regional de riqueza y crear estabilidad social, el Gobierno invertirá fuertemente en infraestructura, particularmente en las regiones central y occidental, ofreciendo incentivos para atraer las industrias al interior. En este sentido, la consultora KPMG ha recomendado a compañías trasladar sus operaciones a la región interior de China, ya que los costos laborales en la región costera incrementan constantemente²⁵. Conocemos que muchas fabricas se están reubicando en ciudades del interior como Wuhan, Chongqing, Chengdu, Zhengzhou, Shenyang y Xian, entre otras.

Como muestra del éxodo de las fabricas al interior de China, el puerto de Shenzhen confía en los ferrocarriles de contenedores para servir a las fábricas que se han trasladado de Guangdong a las regiones más remotas del interior. El puerto tiene 15 conexiones de ferrocarril de contenedores a ciudades como Chongqing y Kunming. Y este año se abrirán dos nuevas líneas a Xian, la capital de la provincia de Shaanxi, y Zhengzhou, la capital de la provincia de Henan. Un ejemplo de una ciudad del interior beneficiaria del desplazamiento de la producción manufacturera es Chongqing. El año pasado, tal ciudad vio un incremento del 140% de su comercio internacional -a un total de 29,2 millardos de dólares- en comparación del comercio internacional de toda la China, que solo creció un 22,5%.²⁶

Hemos citado diversos análisis sobre la situación actual de las manufacturas en China, y aunque aceptamos sus razonamientos como válidos, sus conclusiones están sujetas a ciertas advertencias; porque a nuestro modo de ver, se han omitido ciertas particularidades que podrían afectar el resultado de los escenarios planteados.

En el caso del fabricante local de manufacturas baratas, hemos observado *in situ* que todavía existe pobreza en las ricas provincias del este; y además, es sabido que los parámetros éticos y el ambiente de negocios en China dejan mucho que desear.

²⁴ Guangyu Li y Jonathan Woetzel, *ibídem*, p 5.

²⁵ China's 12th Five-Year Plan: Overview, KPMG China, junio del 2011.

²⁶ Toh Han Shih, Rail New Hope for Shenzhen Shipping, South China Morning Post, enero 26 del 2012.

Así, según los índices de percepción de corrupción de transparencia internacional, China se ubica en el puesto 75 entre 182 países. Por consiguiente, sospechamos que los fabricantes de manufacturas baratas encontrarán algún método no-ortodoxo para evitar que el aumento de salarios afecte su competitividad.

Por parte de las empresas transnacionales, a pesar de los incrementos salariales, éstas no necesariamente se reubicarán en países más pobres. Sin duda alguna, China mantendrá su ventaja comparativa en el sector manufacturero por economías de escala, una buena infraestructura, sofisticadas cadenas de suministro y buena logística.

Dejando estas advertencias a un lado, es evidente que la industria manufacturera china experimentará drásticos cambios en el futuro, por ende, los comerciantes locales deberían planificar sus actividades en tal dirección.

□

f. Hidrocarburos

En la década pasada, la influencia de China en los países exportadores de materias primas ha sido muy positiva. En caso del Ecuador, se benefició por la elevación de los precios mundiales del petróleo, a causa del rápido incremento de la demanda procedente de China.

En lo futuro, la demanda de exportaciones hidrocarburíferas locales hacia China seguirá siendo impulsada por la construcción y otros proyectos de infraestructura. El sector inmobiliario es el principal motor de crecimiento económico en China, y así, la inversión en viviendas creará una fuerte demanda de energía, aumentando la presión sobre los mercados mundiales de hierro y petróleo.

En este contexto, el EIU sostiene: «[...] Nuestros detallados modelos econométricos sobre China nos permiten predecir que determinado nivel de actividad inmobiliaria significa para la demanda total de acero y energía. Durante los próximos cinco años hasta el 2014, como el espacio físico per cápita crece en un 25%, la demanda de acero se incrementará en un 22% y la demanda de energía en un 50%. Esto tendrá un impacto dramático en los mercados mundiales. Los principales ganadores serán los países exportadores de hierro y petróleo, mientras los consumidores en todos lados se enfrentarán a precios relativamente altos. Es importante tener en cuenta que esto no es un juego de suma cero; sin embargo, aunque China pondrá presión sobre los suministros mundiales de productos básicos, también crecerá como un mercado de exportación para el resto del mundo.²⁷».

4. Tres interrogantes

²⁷ Building Rome in a day, The sustainability of China's housing boom, Economist Intelligence Unit, abril del 2011, Pág. 11.

a. ¿Innovación?

Por lo expuesto en este trabajo, el lector advertirá que el objetivo trazado en China es ascender su producción en la cadena de valor agregado, transformando sus industrias intensas en capital por industrias intensas en trabajo, a través de una selección y promoción de 'industrias ganadoras' y políticas de estímulo de la demanda interna. De esta forma, una inquietud válida sería analizar la probabilidad de China en convertirse exitosamente en una economía innovadora, por tanto, expondremos diversos análisis al respecto.

En primer lugar, por un lado, encontramos que el país que inventó el compás, la pólvora y la imprenta esta haciendo considerables avances en innovación. Así, según un informe sobre derechos intelectuales publicado por el grupo Thomson Reuters, China es líder mundial en volumen de solicitudes de patentes, con un crecimiento de 16,7% entre 2006 y 2011, y una proyección de 493.000 solicitudes anuales para el 2015²⁸. Por otro lado, aunque el registro de patentes puede ser un indicador de innovación, cantidad no siempre equivale a calidad, y de acuerdo con un análisis del mismo grupo sobre las 100 compañías innovadores globales²⁹, las empresas mas innovadoras del mundo están en EEUU (40%), Europa (29%) y Japón (27%). Sorprendentemente ninguna compañía china aparece en tal lista, lo cual evidencia que pese al alto volumen de solicitudes de patentes, bajo parámetros de calidad y aplicabilidad, éstas todavía carecen de influencia en los mercados mundiales. En nuestra opinión, este fenómeno podría explicarse por el alto volumen de empresas estatales en China, competitivas principalmente por economías de escala y un enorme mercado interno, pero incompetentes en los sofisticados mercados de los países desarrollados. Asimismo, en términos generales, advertimos que no hay un ambiente propicio para la innovación en China, por factores como la regulación, cultura y motivación económica. China tiene el estigma de haber perfeccionado el 'arte de copiar', y debido a la débil protección a la propiedad intelectual, el costo de copiar es mínimo. La principal motivación de las empresas para innovar es obtener un razonable retorno económico, pero si éstas no obtienen beneficios de sus creaciones porque sus competidores las copian fácilmente, no existirían incentivos para innovar.

En segundo lugar, el Índice de Competitividad Global 2012-2013 desarrollado anualmente por el Foro Económico Mundial³⁰, con respecto a los pilares de competitividad, clasifica a China en la posición 33 sobre innovación y 45 sobre sofisticación de negocios, entre 144 países del mundo; produciéndose un deterioro en aquellas áreas, en comparación con los informes de competitividad de años anteriores.

²⁸ <http://www.reuters.com/article/2011/12/21/us-china-patents-idUSTRE7BK0LQ20111221>.

²⁹ Thomson Reuters 2011 Top 100 Global Innovators, top100innovators.com.

³⁰ The Global Competitiveness Report 2012-2013, World Economic Forum, Geneva, Switzerland 2012, www.weforum.org

El informe 2011-2012 clasificaba a China en la posición 29 sobre innovación y 37 sobre sofisticación de negocios, y señalaba que tradicionalmente la innovación estuvo dominada por las economías desarrolladas; pero que el escenario global de innovación estaba cambiando rápidamente por la aparición de nuevos competidores. Y que en la década pasada, economías en vías de desarrollo como China han incrementado de producción en innovación, formando parte de importantes centros de inversión en investigación y desarrollo, publicaciones y aplicaciones de patentes.

Tercero, como mencionamos anteriormente, las empresas chinas tienen dificultad para fabricar productos innovadores, no obstante, han demostrado una notable capacidad para asimilar tecnología de primer nivel, adaptarla a sus productos y procesos, y hacerlo de forma ágil y económica. En este sentido, de acuerdo a McKinsey, China aún no ha experimentado una verdadera revolución en innovación. Se necesitará tiempo para evolucionar desde un país creciente en innovación basada en la transferencia de tecnología a uno donde la innovación radical sea común. El gobierno jugará un papel importante en ese proceso; pero, en última instancia serán las acciones de las empresas nacionales y multinacionales que dictarán el ritmo del cambio y determinarán quién lo conduce³¹. En similar contexto, según un informe publicado por el INSEAD y la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, China ocupa notablemente el primer lugar entre 141 países en el complementario³² índice mundial de *eficiencia* en innovación, éste muestra qué países sobresalen en la transformación de determinados recursos invertidos en productos de la innovación, a pesar de disponer de un entorno de innovación más precario y de menos recursos para la innovación que los países de ingresos altos³³.

En cuarto lugar, el lector advertirá de un sinnúmero de multinacionales chinas operando con relativo éxito en el extranjero como Huawei en telecomunicaciones, State Grid en distribución de electricidad o Lenovo en computadores. Sin embargo, por nuestra experiencia, hemos visto como una cultura jerárquica y de obediencia prevalece en las organizaciones chinas. A nuestro juicio, tales actitudes inhiben la creatividad del talento humano y constituyen el mayor obstáculo para la internacionalización de las empresas chinas. No obstante, pese a la inflexibilidad cultural de los chinos, creemos que el ánimo de lucro para conquistar nuevos mercados puede motivar un cambio de mentalidad, no en vano los chinos tienen el antiguo refrán “*rùxiāngsuísú*” (入乡随俗)³⁴, dicho en español como: “Allá donde fueres, haz lo que vieres”.

³¹ Gordon Orr and Erik Roth, A CEO's guide to innovation in China, McKinsey Quarterly, febrero de 2012, p. 10.

³² El índice de eficiencia es complementario al Índice Mundial de Innovación, informe que clasifica 141 países o economías en función de sus capacidades y resultados en el ámbito de la innovación, donde China ocupa el puesto 34.

³³ The Global Innovation Index 2012, Stronger Innovation Linkages for Global Growth, www.globalinnovationindex.org.

³⁴ Conocido en Latin como “*si fueris Rōmae, Rōmānō vīvitō mōre; si fueris alibī, vīvitō sicut ibī*”.

En tal sentido, McKinsey manifiesta: « ¿Por qué productos innovadores y modelos de negocio quedan confinados dentro de China? En general, su mercado es tan grande que las empresas domésticas tienen pocos incentivos para adaptar sus productos exitosos al mercado extranjero. En muchos casos, las habilidades y capacidades de tales empresas están orientadas hacia el mercado interno, incluso, si quieren expandirse a nivel internacional se enfrentan con grandes obstáculos. Muchos altos ejecutivos, por ejemplo, sienten incomodidad haciendo negocios fuera de su propia geografía y lengua. Por otra parte, el éxito de muchos modelos de negocios chinos depende de los recursos locales -por ejemplo bajo costo de mano de obra, tierra barata, acceso a capital o propiedad intelectual- que son difíciles de replicar en otros lugares[...]»³⁵.

En todo caso, dicha problemática no es exclusivamente comercial, porque además contiene aristas socio-culturales de interés en la sociedad global del presente; y como manifiesta Benedicto XVI: «[...] en un mundo en progresiva y expansiva globalización. El riesgo de nuestro tiempo es que la interdependencia de hecho entre los hombres y los pueblos no se corresponda con la interacción ética de la conciencia y el intelecto [...]»³⁶.

Finalmente, pese al avance tecnológico en China, desde nuestra visión, el riguroso sistema jerárquico y el estricto control político del Gobierno sobre los ciudadanos, no dejan de presentar interrogantes que afectarían la transición hacia una economía innovadora. Según un estudio sobre paradigmas culturales del profesor Geert Hofstede, la distancia de poder³⁷ en China es de las más altas del mundo, evidenciando que los esquemas mentales y culturales chinos son proclives al autoritarismo. Creemos que la 'obediencia debida' obstaculiza la creatividad porque ésta generalmente procede de una contraposición de ideas, de cuestionar conceptos aunque provengan de una autoridad. Los controles a la libertad de información como la censura en Internet son también limitantes a la creación de ideas. Además, la condena judicial a activistas por pedir mayores libertades evidencian las acciones gubernamentales para enervar los pensamientos disidentes, como los casos del Premio Nobel de la Paz 2010, el intelectual Liu Xiaobo, o el abogado de derechos humanos Chen Guangcheng.

En China, las espectaculares estadísticas sobre la cantidad de patentes producidas, trabajos académicos publicados o montos de inversión en investigación y desarrollo sorprenden al mundo entero, pero tal medición es relativamente fácil de desarrollar. Un ambiente socio-político, cultural e institucional favorable a la innovación es mucho más difícil de medir. La creatividad proviene de una estructura descentralizada, donde un científico o estudiante tiene la potestad de cuestionar a sus superiores. Esto es un ingrediente para que las ideas salgan del

³⁵ Gordon Orr and Erik Roth, *ibídem*, p. 4.

³⁶ Carta encíclica '*Caritas in Veritate*', <http://www.vatican.va/>

³⁷ El índice de distancia al poder (PDI) se refiere al grado de aceptación en los miembros menos poderosos de una cultura, de las diferencias de poder o la desigualdad. El PDI será mayor en la medida en que dichas diferencias en estructuras sociales o jerárquicas (como empresas, instituciones o familias) sean más marcadas y generalmente aceptadas.

laboratorio hacia el mercado. China ha destacado en una innovación de procesos, tomando diseños provenientes del Occidente para producirlos localmente de forma ágil y barata; pero la innovación de productos que revolucionen el mercado todavía es incipiente.

b. ¿Una tercera Guerra del Opio?

Hemos dicho que China ha optado por una nueva estrategia de crecimiento y desarrollo, donde se probará la habilidad de cambiar sus prioridades desde las inversiones y exportaciones hacia el consumo interno. Asimismo, afirmamos que la entrada de empresas chinas al Ecuador, a través de IED o alianzas empresariales, podrían expandir la capacidad de producción de diversos sectores y facilitarían la logística e integración de los productos ecuatorianos a la cadena de valor en China. Esto armoniza con la estrategia del Gobierno chino de internacionalizar sus empresas, diversificar el uso de las reservas de divisas y reducir el superávit comercial. Este último punto merece una especial reflexión porque existe una creciente preocupación en el mundo occidental sobre el surgimiento de China como potencia mundial, y su posible implicación en la política internacional. En nuestro criterio, tal desasosiego está sobre-estimado por las siguientes consideraciones.

En Europa, a finales del siglo XVII se acuñó el término *chinoiserie*, en referencia al entusiasmo por la decoración y diseños chinos. Esto se produjo a consecuencia de los misionarios europeos³⁸ en China, quienes llevaron piezas de arte a Europa, las cuales obtuvieron rápida popularidad en la nobleza. En pinturas de paisajes montañosos, sedas bordadas, alfombras y coloridas porcelanas los europeos encontraron una alternativa a la precisión geométrica de la arquitectura neoclásica y al diseño barroco.

Por su parte, pese a que los primeros emperadores de la dinastía Qing mostraron una relativa apertura hacia los europeos en China, Qianlong (1711-1799) impuso estrictos controles al comercio marítimo, hasta limitarlo en 1757 solamente al puerto de Guangzhou. Ahí, las exportaciones chinas superaban con creces las importaciones hasta el momento en que a los occidentales se les ocurrió comerciar con opio. El opio había sido una droga popular en China pero fue proscrita desde inicios del siglo XVIII. Los portugueses fueron los primeros en descubrir que la venta del opio era lucrativa y comenzaron a comerciarlo entre India y China. Los británicos se unieron después. Posteriormente, se emitieron fuertes prohibiciones en contra del consumo y la venta del opio, pero fueron inefectivas porque muchos oficiales eran adictos, y por consiguiente ayudaban al contrabando. A comienzos del siglo XIX, el comercio de opio creció hasta el punto de cambiar la balanza comercial a favor de los occidentales.

³⁸ Los misioneros europeos en China fueron más conocidos por sus habilidades en el arte y la ciencia, que por el cristianismo que fueron a predicar. Por ejemplo, el jesuita Ferdinand Verbiest (1623-1688) reconstruyó y dirigió el Antiguo Observatorio Astronómico de Pekín.

A raíz de tal problemática, en marzo de 1839, Lin Zexu, un oficial de gran integridad personal fue enviado a Guangzhou para poner un alto al tráfico ilegal del opio. Él actuó efectivamente incautando 20.000 cajas de opio y expulsando a comerciantes ingleses. Con tal pretexto, y en nombre de la libertad del comercio de los mares, Inglaterra declaró la guerra a China (Guerra del Opio 1839-1842). Derrotada China, el emperador Lin Tsau-Siu fue obligado a firmar el Tratado de Nanking por el que se comprometió a devolver el opio incautado, a la apertura de cinco puertos a los británicos y la cesión de la isla de Hong Kong. Esto causó el inicio del declive de la dinastía Qing y del país, y paulatinamente otras ciudades chinas también cayeron en manos extranjeras como Dalian, Macao, Qingdao, Xiamen, etc. Este periodo semi-colonialista de aproximadamente 1 siglo es recordado por los chinos como la mayor humillación en toda su historia de 5.000 años.

Por tales antecedentes históricos, y pese a las acusaciones de antidumping y devaluación monetaria contra China, nosotros intuimos que los chinos están conscientes que un excesivo superávit comercial con el resto del mundo puede ocasionar tensiones geopolíticas, y en el peor caso, podría repetirse otra Guerra del Opio. No en vano, un antiguo refrán chino dice: “La experiencia del pasado, si no cae en el olvido, sirve de guía para el futuro” (前事不忘,后事之师).

c. ¿Planificación ecuatoriana?

Hemos mencionado que ciertas industrias nacionales, en razón del CP, podrían beneficiarse por el aumento de la demanda interna en China; no obstante, existe cierto escepticismo del sector empresarial sobre la eficacia de tal norma. Al respecto, Francisco Alemán, profesor de la Espae Graduate School of Management, menciona: «[...] Mucho se ha debatido sobre si este código (en referencia al CP) traerá un real incentivo para que la inversión privada se transforme en el motor de la economía. Los industriales han objetado tres aspectos del mismo: la exclusión de los beneficios del código para las empresas con domicilio en Quito y Guayaquil; el impuesto mínimo y de salida de divisas; y, el tema del salario digno.»³⁹.

Como concepto general, estamos de acuerdo en la importancia del rol del Estado para el desarrollo nacional; pero en la particularidad, también desaprobamos ciertos matices de la planificación ecuatoriana, que merecen ciertas correcciones para explotar todo el potencial del marco institucional. Así, las consideraciones sobre la selección de industrias a desarrollar parecería formularse basándose en apreciaciones sin mayor fundamento empírico. Ciertamente, el gran defecto de los países en vías de desarrollo es la escasez de capital, y pese a esto, los planificadores ha seleccionado una extensa gama de industrias a desarrollar (desde el calzado hasta el software, por ejemplo) donde la asignación de recursos

³⁹ Francisco Alemán Vargas, 'Perspectiva económica 2011: un enfoque gerencial', www.espae.espol.edu.ec

financieros sería ineficaz por la ausencia de especialización. Ni el Estado ecuatoriano, ni las empresas nacionales cuentan con los recursos financieros, ni el talento humano necesarios para desarrollar todas las industrias promovidas en el CP. Otro aspecto que destacar es la visión de desarrollar pequeñas y medianas empresas por supuestamente crear mayor empleo. Hemos afirmado que la aumento de la demanda interna de China creará múltiples oportunidades, y en este sentido, en razón de economías de escala, las grandes empresas tendrán mayor probabilidad de éxito en el mercado chino.

En reiteradas ocasiones nuestros diseñadores de políticas públicas han elogiado los modelos de desarrollo de los países del Este Asiático; no obstante, éstos escogieron industrias y promovieron campeones con cierta racionalidad. Así por ejemplo, Corea fomentó la industria pesada y escogió específicamente compañías o conglomerados grandes, como el caso de Hyundai, para que lleven a cabo tal tarea. Igualmente, respecto a los “tigres asiáticos”, nuestras autoridades ingeniosamente han enfatizado la fuerte intervención del estado y la política de promoción de exportaciones como aplicable al Ecuador⁴⁰; pero han omitido mencionar otros componentes del éxito asiático como la disciplina, el trabajo tenaz, una población relativamente bien educada, y en algunos casos, consideraciones culturales como sociedades de corte confucionista proclives al autoritarismo. Ergo, para quienes comprendemos las diferencias socio-culturales entre Sudamérica y el este asiático, por una experiencia vivencial y una reflexión intelectual, el discurso oficial resulta inconsistente.

Además, mucho se ha criticado la adopción de estrategias de desarrollo extranjeras en el Ecuador, tales como la sustitución de importaciones propuesta por la escuela Cepalina, o las políticas del Consenso de Washington; empero, las incoherencias y magros resultados de nuestros planificadores hacen dar cuenta que lo importante de una buena planificación no es su procedencia, sino su contenido, en el sentido que pueden adoptarse prácticas internacionales para el desarrollo, pero adaptadas a la realidad –partiendo de ella, por supuesto- de un país. Por ejemplo, en China a inicios de los ochentas se crearon las zonas económicas especiales (ZEE), como vínculo para atraer inversión extranjera directa (IED). Su primer objetivo fue aumentar las exportaciones y recibir transferencia tecnológica de empresas transnacionales. Las ZEE no fueron inventadas por los chinos, al contrario, fue una práctica internacional adaptada a la realidad específica de un país. Debido al tamaño de la China se optó por desarrollar primeramente la región costera del pacífico, dejando relegadas las zonas del interior; tales políticas son imposibles de llevar a cabo en nuestro medio por consideraciones electorales.

Ciertamente, nuestra planificación genera interrogantes, temas como la selección de industrias a desarrollar, la ubicación geográfica de las ZEE, la inclusión de

⁴⁰ <http://www.eluniverso.com/2012/04/10/1/1356/ecuador-corea-sur-avanzan-un-futuro-acuerdo-comercial.html>

grandes empresas, entre otros, merecen un nuevo debate y rectificaciones, a través un diálogo público-privado con el interés común de promover el desarrollo, crear empleo y reducir la pobreza en el Ecuador.

5. Conclusiones y recomendaciones

La dinámica comercial sino-ecuatoriana desempeña un rol cada vez más protagónico en la economía ecuatoriana. No obstante, el papel de China como socio comercial es mucho mayor en las importaciones que en las exportaciones, lo cual ha ocasionado un creciente déficit comercial. A efectos de corregir los desbalances comerciales, y en virtud de la importancia de China como mercado de exportación, cobra especial importancia realizar un acercamiento estratégico y negociar acuerdos bilaterales de comercio, exportaciones e inversiones. Tal plataforma institucional afectaría positivamente la competitividad de las exportaciones ecuatorianas a China, que actualmente compiten con productos -beneficiados de desgravaciones arancelarias- de las economías de la Asociación de Naciones del Sudeste Asiático (ASEAN), de Perú, Chile y Costa Rica. El escenario más realista para el Ecuador en el corto-mediano plazo es potenciar la sociedad comercial con China como destino de exportaciones de productos primarios y manufacturas basadas en recursos naturales. Esta asimetría deberá ser analizada en las respectivas estrategias comerciales.

Reconocemos que nuestro enfoque no es perfecto, ya que partimos de supuestos teóricos. Hemos analizado de forma conceptual y breve una posible complementariedad entre la planificación china y la ecuatoriana, pero reconocemos que el verdadero aprovechamiento del Plan vendrá de los emprendedores, quienes *in situ*, motivados por una utilidad económica, identificarán los desafíos y oportunidades del mercado chino. Ni los burócratas, ni los académicos podrán llevar efectivamente tal labor.

Finalmente, aunque se consigan o no, llevar a cabo todas las aspiraciones del Plan Quinquenal, los objetivos trazados por las autoridades chinas se reconocen con claridad. En virtud de las oportunidades que brinda la globalización, empresas nacionales e instituciones públicas necesitan entender las repercusiones del Plan, para realizar una planificación estratégica de sus actividades, e identificar las oportunidades y riesgos en el horizonte.

Octubre del 2012

Bibliografía

- Guangyu Li y Jonathan Woetzel, What China's five-year plan means for Business, McKinsey Quarterly, julio del 2011. (www.mckinsey.com)

- Gordon Orr, What's in store for China in 2012?, McKinsey Quarterly, febrero del 2012.
- Building Rome in a day, The sustainability of China's housing boom, Economist Intelligence Unit, abril del 2011. (www.eiu.com)
- China's 12th Five-Year Plan (2011-2015) - KPMG Insight Series, KPMG China, junio del 2011.
- La República Popular China y América Latina y el Caribe: hacia una relación estratégica, Comisión Económica para América Latina y el Caribe, Santiago de Chile, mayo de 2010.
- Rhys Jenkins, El «efecto China» en los precios de los productos básicos y en el valor de las exportaciones de América Latina, Revista Cepal 103, abril 2011.
- La inversión extranjera directa en América Latina y el Caribe, Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2010. (www.cepal.org)
- People's Republic of China and Latin America and the Caribbean, Ushering in a new era in the economic and trade relationship, Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2011. (www.cepal.org)
- Boletín Horizontes, Centro de Estudios Asia-Pacífico, Escuela Superior Politécnica del Litoral, Año 4, N° 4 - julio - agosto 2011. (www.ceap.espol.edu.ec)
- Chinese patenting, Report on current stage of innovation in China, Thomson Reuters (ip.thomsonreuters.com)
- Jinglian Wu, China's Long March towards a market economy, Long River Press, Shanghai, 2005.
- Debate sobre el rol de China en la región, Aladi, Montevideo, 15 de diciembre de 2011.
- The Global Innovation Index 2012, Stronger Innovation Linkages for Global Growth, www.globalinnovationindex.org.
- The Link, Volume 4, 2011, www.ceibs.edu/link.
- On China, Henry Kissinger, Penguin Books, New York, 2012.