INFORME EJECUTIVO

febrero 2025

China líder en exportaciones manufactureras globales. ¿Qué significa para Latinoamérica?

KARTAL Consulting

China lidera un tercio de las exportaciones manufactureras globales. ¿Qué significa para Latinoamérica?

China ha consolidado su posición como líder en las exportaciones manufactureras globales, alcanzando un piso del 28% del mercado. Esta cifra supone un aumento significativo en comparación con los últimos años, lo que tiene implicaciones importantes para la economía global y, en particular, para Latinoamérica.

En este informe ejecutivo, analizaremos el contexto y los antecedentes de este fenómeno, exploramos sus posibles impactos en la región y presentaremos conclusiones y recomendaciones para que los países latinoamericanos puedan aprovechar al máximo esta oportunidad.

Contexto y antecedentes

En la última década, China ha experimentado un crecimiento económico sin precedentes, convirtiéndose en la segunda economía más grande del mundo. Esta expansión se ha basado en una estrategia de industrialización y exportación masiva de productos manufacturados, lo que le ha permitido conquistar mercados en todo el mundo. La producción manufacturera china se ha diversificado significativamente, pasando de ser principalmente textiles y electrónica básica a sectores más complejos como la fabricación de vehículos, aeronáutica y alta tecnología.

Valores del comercio exterior	2019	2020	2021	2022	2023
Importación de bienes *(millones de USD)*	2.078.386	2.065.962	2.679.412	2.706.507	2.556.802
Exportación de bienes *(millones de USD)*	2.499.457	2.589.952	3.316.022	3.544.434	3.380.024
Importación de servicios *(millones de USD)*	500.680	381.088	426.998	465.053	551.995
Exportación de servicios *(millones de USD)*	283.192	280.629	394.273	424.056	381.121

Fuente: Organización Mundial del Comercio (OMC) ; Últimos datos disponibles

Impactos en Latinoamérica

La hegemonía de China en las exportaciones manufactureras globales tiene implicaciones mixtas para Latinoamérica. Por un lado, la región puede beneficiarse de la creciente demanda china de materias primas y productos intermedios, lo que puede impulsar el crecimiento económico en países como Brasil, Argentina y Chile, que son importantes productores de commodities. Además, la competencia china puede impulsar la inversión en infraestructura y la modernización de la producción en la región, lo que puede aumentar la eficiencia y la productividad.

Por otro lado, la dominancia china en el mercado manufacturero global puede generar desafíos para la industria manufacturera latinoamericana, que puede verse desplazada por la competencia china en términos de precio y calidad. Esto puede generar pérdidas de empleos y una disminución de la producción en sectores como la industria textil, la electrónica y la automotriz.

Impactos específicos en algunos países de Latinoamérica

- Brasil: Como mayor economía de la región, Brasil es particularmente vulnerable a la competencia china en sectores como la industria automotriz y la aeronáutica. Sin embargo, también puede beneficiarse de la creciente demanda china de materias primas como el hierro y el cobre.
- México: La industria manufacturera mexicana, especialmente en el sector automotriz, puede verse desplazada por la competencia china. Sin embargo, la proximidad geográfica y la integración comercial con Estados Unidos (si puede erosionar cuestiones políticas con este país) pueden ayudar a México a mantener su competitividad.
- Argentina: La economía argentina puede beneficiarse de la creciente demanda china de commodities como la soja y el trigo. Sin embargo, la industria manufacturera argentina, especialmente la industria textil, puede verse desplazada por la competencia china.

Conclusión y recomendaciones

La dominancia china en las exportaciones manufactureras globales es una realidad que no puede ser ignorada. Latinoamérica debe adaptarse a esta nueva situación y buscar oportunidades para beneficiarse de la creciente demanda china de productos y servicios. Para hacer esto, se recomienda:

Diversificar la oferta manufacturera para reducir la dependencia de commodities y promover la producción de bienes de alta tecnología y valor agregado.
Invertir en infraestructura y tecnología para mejorar la eficiencia y la productividad en la producción manufacturera.
Fomentar la integración comercial y la cooperación regional para enfrentar la competencia china de manera más efectiva.

Establecer acuerdos comerciales y de inversión con China para promover la cooperación económica y el crecimiento mutuo.

En conclusión, la hegemonía china en las exportaciones manufactureras globales es un desafío y una oportunidad para Latinoamérica. La región debe ser proactiva y tomar medidas para adaptarse a esta nueva realidad y aprovechar al máximo las oportunidades que se presentan.

KARTAL Consulting