



Facultad de  
Humanidades y  
Ciencias Sociales  
Universidad Andrés Bello



CENTRO DE ESTUDIOS  
LATINOAMERICANOS  
SOBRE CHINA  
UNIVERSIDAD ANDRÉS BELLO

# INNOVACIÓN/CHINA

Centro de Estudios Latinoamericanos sobre China / CELC  
(Número 32 | Noviembre, 2015)



*Editor de Contenido: Chileon Chau Kram  
Centro de Estudios Latinoamericanos sobre China (CELC)  
Universidad Andrés Bello  
República 252, Santiago, Chile*

*Este es un reporte mensual que ofrece fuentes informativas sobre sobre inversiones o negocios de empresas chinas en el mercado latinoamericano, o de firmas de América Latina en el gigante asiático. A su vez, se incluyen artículos sobre innovaciones científicas y tecnológicas generadas en China, las cuales presentan un potencial de colaboración entre Beijing y sus pares en América Latina, ya sea en el ámbito académico o empresarial. Todas son noticias que consideramos importantes de conocer desde la perspectiva de los desarrollos latinoamericanos.*

*\*Esta selección es de carácter informativo y no implica, necesariamente, que la Universidad Andrés Bello (UNAB) y el Centro de Estudios Latinoamericanos sobre China (CELC) compartan su contenido.*

## TITULARES

### **Latinoamérica busca inversión china en energía, infraestructura y agricultura**

<http://bit.ly/1X4Mzyl>

22 de octubre, 2015

El Espectador

- América Latina busca inversión china para poner en marcha proyectos energéticos, de infraestructuras y agrícolas, dijeron representantes de la región en una feria sectorial celebrada en Pekín.  
Argentina, Brasil, Colombia, Cuba, México y Uruguay participan en la 7ª Feria de Inversión Extranjera de China, donde también están presentes algunas de las mayores empresas del gigante asiático, el inversor que más se ha expandido en América Latina en los últimos años.  
"América Latina se ha convertido en el destino de inversión que más crece para China y tenemos muchas oportunidades de desarrollo", afirmó Wu Hongliang, vicepresidente del departamento de inversión extranjera de la Comisión Nacional de Reforma y Desarrollo de China, en un foro de la feria.

### **Visionan vuelo Habana-Beijing como multidesino para Latinoamérica**

<http://bit.ly/1LsF20H>

20 de noviembre, 2015

Cubasi

- El vuelo directo Beijing-La Habana, a cargo de la aerolínea Air China, será un catalizador multides­tino para incrementar el turismo en la región latinoamericana y caribeña, expresó hoy a Prensa Latina Mayra Álvarez, viceministra cubana de Turismo.  
En el marco de un evento de promoción de la compañía aérea para diversos destinos como Canadá, Estados Unidos, Sudáfrica y Cuba, la viceministra reconoció que el vuelo directo a La Habana será de alta significación para que se incremente el turismo chino hacia la isla.  
Esa estrategia contribuirá al desarrollo de las relaciones ya sólidas y de muchos años entre nuestros pueblos, dijo la funcionaria.  
Resaltó que será el primer vuelo directo con Latinoamérica, que podrá utilizarse por el resto de los países como multides­tino, y que contribuirá para progresar en el intercambio entre los dos pueblos.  
Es vital para el turismo cubano, en el que está creciendo considerablemente el arribo de visitantes de China, expuso.  
Mencionó que esta nación ocupa el lugar 17 en la emisión de viajeros a Cuba y con esta iniciativa aumentará sin dudas su número.  
De igual forma, en conversaciones exclusivas con He Zhigang, gerente general del Departamento de Marketing de Air China, Prensa Latina conoció que el objetivo principal de ese evento radica en promocionar los vuelos a La Habana.

## **Alemania quiere aprovechar presencia china en Latinoamérica**

<http://bit.ly/1SQ14zY>

5 de noviembre, 2015

Mdz Online

- El presidente de la Asociación Empresarial Alemana para América Latina, Bodo Liesenfeld, llamó hoy a las empresas alemanas a no ver en China a un competidor por los mercados de América Latina, sino a encarar la creciente presencia del gigante asiático como oportunidad para los propios intereses en la región.  
"El hambre de materias primas de China desató hace unos años un tremendo auge en América Latina. Pero China se está convirtiendo también en un importante inversor con motivación económica a largo plazo en América Latina", señaló Liesenfeld al inaugurar hoy la 66 reunión anual del empresariado alemán con lazos con América Latina.  
"La economía de Hamburgo puede aprovechar estas inversiones chinas", lo secundó el presidente de la Cámara de Comercio de Hamburgo, Fritz Horst Melsheimer.  
"Tomen por ejemplo la prevista línea ferroviaria entre la costa Atlántica de Brasil con la costa Pacífica del Perú, para la cual China ha ofrecido un paquete de inversiones de más de 100.000 millones de dólares. Aquí se abren nuevas perspectivas para el comercio intrarregional", destacó Melsheimer.

## El Grupo Cortefiel focaliza su crecimiento con su expansión en África, China y Latinoamérica

<http://bit.ly/1SQ1PsM>

9 de noviembre, 2015

El Economista

La consejera delegada del Grupo Cortefiel, Berta Escudero, considera que la firma de moda atraviesa su mejor momento a pesar del reciente anuncio de los fondos PAI Partners, Permira y CVC, propietarios del grupo, de poner a la venta la firma, y que focaliza su crecimiento con su expansión internacional con tiendas y apostando por el 'ecommerce' en África, China y Latinoamérica.

"Entre las líneas estratégicas del grupo para estos años figura el crecimiento internacional y el 'omnichannel'. Estamos presentes en Rusia, México y en los Balcanes, donde vemos un potencial muy importante con tiendas propias y en franquicias. Ahora apostamos por África, donde estamos en Tanzania, Angola, Ghana y Sudáfrica, un mercado muy interesante, donde hemos sido pioneros", ha señalado Escudero en una entrevista a Europa Press.

La firma de moda también trabaja para crecer en Latinoamérica, donde cuenta con presencia en México, su principal mercado, Perú, Venezuela, Colombia, Chile y Costa Rica, entre otros. En la actualidad, la mitad del beneficio del grupo procede de fuera de España y supone el 36% de la facturación.

En la estrategia del grupo también destaca la apuesta por el comercio electrónico. "Apostamos por Internet, en la actualidad queremos expandirnos con tiendas 'online' de nuestras marcas, pero también a través de 'marketplaces' como Zalando o 'T-Mall' en China de la mano de Springfield", ha subrayado, mientras que no descarta entrar en un futuro próximo en Amazon, aunque "no es la prioridad".

De esta forma, Cortefiel apuesta por elevar su presencia en T-Mall, que pertenece al grupo Alibaba, una de las plataformas de comercio electrónico más importantes del mundo y en la que ya están presentes enseñas como Zara, Massimo Dutti, Pull&Bear, Mango y Desigual.

"China tiene un mercado digital muy especial y es espectacular en volumen. El consumidor chino está dando pasos agigantados y tenemos que aprovecharlo", ha indicado Escudero, que ha recordado que la firma está presente en ese mercado con Springfield y Pedro del Hierro

## Relaciones entre China y EEUU beneficiarán a las sino-latinoamericanas

<http://bit.ly/1NiXmAO>

13 de noviembre, 2015

Xinhua Español



El nuevo modelo de relaciones entre grandes países como China y EEUU no es un asunto que solo atañe a ambos, sino que redundará en beneficio de las relaciones de China con Latinoamérica, declaró el académico chino en estudios latinoamericanos Xu Shicheng.

En un artículo firmado publicado en la revista China Hoy, el investigador del Instituto de Estudios Latinoamericanos de la Academia de Ciencias Sociales de China defendió el efecto positivo que genera la mejora de las relaciones de China y EEUU sobre las sino-latinoamericanas.

Xu tomó como ejemplo el impulso del inicio de una nueva cooperación sino-latinoamericana tras el establecimiento de relaciones diplomáticas entre China y EEUU en 1979. Hasta finales del siglo XX, dichos lazos prácticamente no afectaban a las relaciones entre EEUU y China, ni a las que EEUU mantenía con los países latinoamericanos.

Sin embargo, desde principios del siglo XXI, el rápido desarrollo de dichas relaciones ha comenzado a influir considerablemente en las que China mantiene con EEUU, que, a lo largo de su profundización, se ha convertido en una plataforma significativa de diplomacia multilateral.

Ante comentarios de que el rápido desarrollo de las relaciones entre China y América Latina amenazan los intereses de EEUU en la región latinoamericana, el especialista destacó la característica de beneficio mutuo de dichas relaciones y el derecho a "fomentar con normalidad" las relaciones políticas, económicas, comerciales, sociales, culturales, diplomáticas e incluso militares entre China y los países latinoamericanos y caribeños.

"Con la profundización de la reforma y apertura y el despegue de China en los últimos 30 años, los vínculos entre el país asiático y América Latina han avanzado en todas las materias y a múltiples niveles, llegando a formar parte de las relaciones exteriores integrales de China y satisfaciendo las necesidades de su desarrollo económico y social", escribió el académico.

## **América Latina: crece 5% las importaciones de acero desde China hasta septiembre**

<http://bit.ly/1MIxx7D>

20 de noviembre, 2015

Marco Trade News



Durante el período enero-septiembre de 2015, las importaciones de acero laminado procedente de China sumaron 6,3 millones de toneladas, lo que representó un crecimiento del 5% respecto a los mismos meses de 2014, informó la Asociación Latinoamericana del Acero (ALACERO).

El total de las exportaciones de acero laminado procedente de China hacia el mundo sigue creciendo, advirtió ALACERO, alcanzando 75,8 millones de toneladas hasta septiembre de 2015, es decir, un 29% más que en el mismo período del año anterior.

La región latinoamericana es superada como destino por Corea del Sur, que recibió 9,8 millones de toneladas (13% del total) y por Vietnam con 7,2 millones de toneladas (9,5% del total).

Ambos países registraron un crecimiento de 5% y 71%, respectivamente, en sus importaciones de acero chino.

Solo en septiembre, América Latina recibió 642 mil toneladas de acero laminado chino, 10% menos que el mes anterior y 5% más que el recibido en el mismo mes del año anterior, precisó ALACERO.

Por su parte las importaciones latinoamericanas de acero laminado chino se concentraron en Centroamérica un 18% del total regional; Brasil un 15% del total y Chile un 14% del total, registrando compras por 1,1 millones, 967 millones y 884 millones de toneladas, respectivamente.

Los países que observaron mayores incrementos en sus importaciones de laminados desde el país asiático fueron: Argentina (+315%), República Dominicana (+147%), Cuba (+92%) y México (+54%). No obstante, Argentina, República Dominicana y Cuba, sostienen una participación del 2%, 3% y 2%, respectivamente, en el flujo total a la región.

## **Importaciones de acero chino crecen 54% en México mientras caen ventas de Autlan y AHMSA**

<http://bit.ly/1MLPfak>

17 de noviembre, 2015

Economía Hoy

- China sigue inundando los mercados internacionales con su acero barato. Pese a la guerra abierta por el sector acerero para frenar las exportaciones "desleales" del gigante, éstas siguen creciendo a doble dígito en varios países de América Latina como en México, Argentina o Venezuela. En concreto, en los nueve primeros meses del año, China exportó al país azteca unas 800 toneladas de acero laminado, lo que implica un alza del 54 por ciento con respecto al mismo periodo del año pasado mientras las principales acereras de la región como Autlan y Altos Hornos de México (AHMSA) ven como caen sus ventas trimestre tras trimestre. Y es que, el acero subvencionado del gigante asiático y la sobreoferta generada por el mismo país ante la caída de su consumo interno ha obligado a las compañías a rebajar un 35 por ciento el precio de la materia prima lo que ha golpeado directamente a su cuenta de resultados. Así, en los nueve primeros meses del año las ventas de AHMSA descendieron un 2 por ciento mientras sus pérdidas se han disparado hasta los 3,178 millones de pesos. En el tercer trimestre de 2015 (julio-septiembre) las ventas cayeron un 7.5 por ciento con respecto al mismo periodo del año anterior mientras el ebitda resultó negativo en 10.8 millones de dólares. Durante el periodo se colocaron 922,138 toneladas de productos de acero y un 1.88 millones toneladas de carbón térmico, 1.16 por ciento de decremento y 5.31 por ciento de incremento, respectivamente, con

el mismo trimestre del año anterior.

## La importación de acero chino crece un 5 % entre enero y septiembre de 2015

<http://bit.ly/1PUwhmk>

17 de noviembre, 2015  
El Día

La importación de acero laminado proveniente de China creció un 5 % interanual en América Latina entre enero y septiembre de 2015 y totalizó 6,3 millones de toneladas, según un informe difundido hoy por la Asociación Latinoamericana del Acero (Alacero). El estudio precisó que las exportaciones mundiales de acero laminado procedentes de China alcanzaron los 75,8 millones de toneladas entre enero y septiembre de este año, un 29 % más que en 2014. América Latina representó el 8,4 % de estas exportaciones, reduciendo su participación en 1,9 puntos porcentuales con respecto a enero-septiembre de 2014. Según Alacero, Corea del Sur continúa siendo el principal destino del acero chino, país que recibió 9,8 millones de toneladas (13 % del total entre enero y agosto de este año), seguido por Vietnam, que recibió 7,2 millones de toneladas (9,5 % del total). En septiembre de 2015, América Latina recibió 642.000 toneladas de acero laminado desde China, lo que supone una disminución del 10 % respecto al mes anterior cuando se importaron solo 712.000 toneladas, y un 5 % más que el recibido en septiembre de 2014 (611.000 toneladas). De acuerdo con el informe, los principales destinos latinoamericanos para el acero laminado chino durante los primeros nueve meses de este año fueron Centroamérica (18 %), Brasil (15 %) y Chile (14 %).

## eCommerce: Alibaba destaca al Perú entre mejores de Latinoamérica

<http://bit.ly/1SdDKMt>

22 de octubre, 2015

Perú.com



En entrevista con Alex Tsai, director de marketing de Alibaba, consideró al país como uno de los mejores 5 de Latinoamérica y destacó su crecimiento si imita esta modalidad de éxito china. "En Alibaba.com hemos visto el gran crecimiento que vimos en Latinoamérica en los últimos años, específicamente en Perú. Perú está posicionado dentro de los 5 mejores países en Latinoamérica, eso hace tener mayor presencia en el mercado online global", indicó Tsai.

## Experiencia china en comercio electrónico beneficia a Brasil

<http://bit.ly/1OaLwaT>

27 de octubre, 2015

People Daily



Cerca de 20.000 paquetes ePacket (EUB) son enviados todos los días a Brasil desde Yiwu, un gran proveedor mayorista de materias primas en la provincia costera de Zhejiang, este de China. Yiwu ha sido descrito por la ONU, el Banco Mundial y J.P. Morgan, entre otros, como "el mayor mercado de materias primas pequeñas" en el mundo, y atrae a un gran número de compradores internacionales.

"La mayoría de las materias primas vendidas en el famoso distrito de compras de la calle 25 de Marzo de Sao Paulo proceden de Yiwu", dijo Qiu Genjun, director general de China Express Latin America Co., Ltd.

En Brasil, los paquetes EUB son resultado de la estrecha cooperación entre China Post y Brazilian Post. En comparación con los cerca de 76 dólares por kilogramo pedidos a UPS o los alrededor de 110 dólares solicitados a DHL por transportar paquetes de Beijing a Sao Paulo, al servicio de entrega aérea de China Post sólo le cuesta 22 dólares por kilogramo, dijo Qiu, quien añadió que otras ventajas de los EUB incluyen menores probabilidades de pérdida de paquetes y un despacho aduanero más rápido.

Los paquetes EUB se han convertido en el método de envío favorito de AliExpress, del Grupo Alibaba de China, el cual opera en Brasil desde 2013 y ha logrado resultados impresionantes.

Para finales del año pasado, AliExpress le llevaba gran delantera al segundo lugar B2W, un grupo brasileño de comercio electrónico tradicional, y se había convertido en la mayor plataforma de su tipo en Brasil, según un informe citado por medios locales.

## La soja argentina es clave para China

<http://clar.in/1PUxcDg>

5 de noviembre, 2015

Clarín



La producción de granos en China es la primera del mundo y alcanzó a 550 millones de toneladas en 2010, récord histórico. Entre el 2001 y el 2010, la producción de carnes aumentó 32%, la de leche y lácteos se multiplicó por dos y creció 50% la acuicultura.

También crecieron en esta etapa en forma proporcional las importaciones de commodities agrícolas, y en general de alimentos. Este aumento de las importaciones granarias es la necesidad de complementar la producción doméstica de granos para la alimentación animal, debido a la gigantesca transición dietaria de su población (vuelco al consumo de proteínas cárnicas).

La importación de granos comenzó en 2007; y China compró 7 millones de toneladas de maíz en 2013, que fueron 9 millones en 2014, y 90 millones de toneladas de soja en 2015.

La harina de soja es el principal complemento de la alimentación animal (80% de las importaciones de soja en volúmen). La Argentina es el primer exportador mundial de este producto (34,6% de las ventas globales).

## **Gobierno busca mercado en China para productos del agro**

<http://bit.ly/1N7kRuQ>

20 de noviembre, 2015

El Heraldo



Comisión del Minagricultura, ProColombia y Cancillería gestionó admisión de producción agrícola nacional en el mercado asiático.

El ingreso de varios productos agropecuarios colombianos al mercado de China fue gestionado por una delegación del Ministerio de Agricultura, la Cancillería y Procolombia, que se reunió con la autoridad sanitaria de este país asiático.

Entre los productos promocionados ante la 'General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine, (AQSIQ)' de China, se encuentra la carne bovina, producto del que se hizo énfasis en el levantamiento de la restricción por fiebre aftosa para la exportación, ya que Colombia está libre de esta enfermedad desde el 2009. El gerente general del ICA, Luis Humberto Martínez, quien hizo parte de la delegación colombiana, entregó las solicitudes a la entidad sanitaria china, en busca de la admisibilidad de otros productos como aguacate hass, leche en polvo, camarón congelado y cebolla, así como de las rosas, pompones crisantemos y claveles, atendiendo los compromisos del ministro de Agricultura y Desarrollo Rural, Aurelio Iragorri, con Asocolflores.

## China a la conquista de Latinoamérica

<http://bit.ly/1SbKjzk>

21 de noviembre, 2015

El Heraldó

- A lo largo de las últimas décadas, las relaciones entre China y América Latina han gozado de un intenso desarrollo y se han caracterizado por unos vínculos económicos cada vez más estrechos. Se estima que entre 2005 y 2014, Pekín otorgó créditos por 119.000 millones de dólares a toda la región latinoamericana y se prevé que esta tendencia irá en aumento en los próximos años. Esto lo confirma el hecho de que en los próximos años, China se comprometió a invertir más de 50.000 millones de dólares en una serie de grandes proyectos. Más aún, a principios del año, Xi Jinping declaró que China se preparaba para invertir en la región latinoamericana 250.000 millones de dólares en los próximos 10 años. A principios de septiembre de 2015, el Banco Central de China anunció el establecimiento de un fondo de inversión de 10.000 millones de dólares para la cooperación bilateral con la región latinoamericana en ámbitos de alta tecnología, energía, minería y proyectos de infraestructura. Estas cifras ponen en evidencia que China está desplazando a EE.UU. en Latinoamérica. Mientras que en 2014 las inversiones chinas en la región experimentaron un aumento de un 71%, los prestamistas estadounidenses, por el contrario, sufrieron un descenso de 20% desde 2011. Los principales atractivos que encuentra China en la región no son solo su riqueza natural y humana sino también el crecimiento y potencial de desarrollo. "La actual cooperación industrial entre China y América Latina llega en el momento preciso", expresó el primer ministro chino Li Keqiang durante una visita a Chile en mayo, informa 'The New York Times'. "China cuenta con capacidad de fabricación de equipo y tecnología integrada a precios competitivos, mientras que Latinoamérica tiene la demanda de expansión de infraestructura y actualización industrial", añadió.