

# **El G-20 y el conflicto comercial China / EE.UU**

**Buenos Aires, 10 de abril de 2018**

**Simposio Internacional “Del Sur al Mundo 2030”**

*Jorge Castro*  
*Instituto de Planeamiento Estratégico*





## No hay “guerra comercial” entre EE.UU y China

- Las sanciones de EE.UU a China por U\$S 60.000 millones se refieren exclusivamente a las exportaciones de productos *high tech* identificados con la nueva revolución industrial.
- Son las tecnologías “Made in China 2025” (Inteligencia artificial, vehículos autónomos, automóviles eléctricos, etc.), que son prácticamente irrelevantes en el comercio bilateral. Representan 2.6% de las ventas externas de la República Popular y 0.5% de las importaciones norteamericanas.



## No hay “guerra comercial” entre EE.UU y China

- La clave son los productos vinculados con la Inteligencia artificial (AI), que es la tecnología decisiva de la nueva revolución industrial y el núcleo de la disputa por la primacía entre EE.UU y China. La cuestión para EE.UU no es instalar una disputa comercial, sino **desafiar las aspiraciones chinas de dominar las industrias del futuro, y de esa forma liderar el siglo XXI**. Es un problema estrictamente **geopolítico**.
- La relación de fuerzas entre China y EE.UU en el campo de la inteligencia artificial (AI) es la siguiente: hay 2.542 empresas de AI en el mundo, de las cuales 41% son norteamericanas o radicadas en EE.UU, y 23% chinas. También hay una diferencia de más de 20% a favor de EE.UU en lo que hace a la inversión y a los recursos humanos. La diferencia es menor en el terreno científico - tecnológico.



## No hay “guerra comercial” entre EE.UU y China

- El dominio en este campo establece la primacía (libertad de acción) en la cooperación internacional. Por eso son instrumentos vitales en la puja por la AI y afectan de manera directa la seguridad nacional de las superpotencias. **El poder es hoy la capacidad para fijar las reglas de juego y trasciende por definición las fronteras nacionales.**
- La relación entre las superpotencias adquirió un **carácter horizontal** a partir de 2008 (colapso de Lehman Bros.), una vez completada la convergencia estructural (alza de la productividad + auge del ingreso per cápita) de China con EE.UU. China ha crecido exclusivamente impulsada por la **demanda doméstica** a partir de ese momento.



## Crecimiento del consumo en China

- El PBI chino creció 6.9% en 2017, y la contribución del consumo final al alza del producto ascendió a 58.8%, en tanto que la inversión fija disminuyó a 32.1% del total. El producto de la República Popular aumentó 13% en sólo 12 meses. **Significa que ha crecido una Australia o una Corea del Sur en ese período.** El impulso fundamental de este auge de excepción provino **del consumo, no de la inversión.**
- Es un consumo de nuevo tipo, una novedad en la historia del capitalismo. La razón es que mientras el consumo crece 1 punto porcentual por año a partir de 2010, el ingreso per cápita aumentó 8.1% anual en ese periodo (por encima del PBI nominal) y se duplica cada 8 años.



## Crecimiento del consumo en China

- Esto ocurre cuando la urbanización se ha acelerado y abarca ya a 58.6% de la población. En la etapa 1978/2017, el consumo urbano aumentó más de 10 puntos porcentuales (pasó de 20% a 30% del PBI), mientras que disminuyó en el sector rural más de 20 p.p. (cayó de 30% a 10% del producto). Los salarios reales de los trabajadores urbanos han aumentado 20% por año desde 2011.
- El dato estratégico central, absolutamente decisivo, ha sido que el ingreso disponible per cápita de la nueva clase media urbana se duplicó entre 2010 y 2017 (aumentó acumulativamente 15% por año).



## Crecimiento del consumo en China

- El resultado es que se ha revertido la tendencia a la creciente disparidad en los ingresos, y por lo tanto en el consumo, entre los 2 extremos de la sociedad china, con un coeficiente Gini que trepó de 0.465 a 0.469, y lo mismo ocurrió con la diferencia entre ingresos rurales y urbanos, en los que también se ha revertido la disparidad en los ingresos.
- A medida que aumenta el nivel de consumo, crece el sector servicios como porcentaje del PBI. Por eso alcanzó a 51.6% del producto en 2017, 10 puntos más que la actividad manufacturera (41% del PBI).



## Crecimiento del consumo en China

- La regla en el incremento del consumo en China es nítida: el ingreso per cápita (inmediatamente disponible) de la nueva clase media china, que ya tiene 400 millones de integrantes, que serían 580 millones en 2021/2022 y 780 millones en 2025, **aumenta 15% anual en forma acumulativa**, mientras que los gastos destinados a cubrir las necesidades básicas disminuyen un porcentaje prácticamente similar (-10% por año). De ahí que la flexibilidad en la capacidad de compra (ingresos disponibles) sea cada vez mayor.
- Por eso aumentan excepcionalmente los gastos en educación, tanto en China como en el exterior, el cuidado de la salud, y los viajes turísticos. También se ha modificado la alimentación y se ha tornado más sofisticada y exigente, acorde a la época y a las preocupaciones de salud.





## Crecimiento del consumo en China

- El consumo de la clase media china se duplicaría entre 2016 y 2027, con una tasa de crecimiento de 12% por año, y pasaría de U\$S 4.3 billones en 2016 a U\$S 8.2 billones en 2027. La consecuencia es que los ingresos disponibles de la nueva clase media china ya son superiores a los de Japón y Corea del Sur, y ascenderían a 70% de los norteamericanos en 2027, en una línea claramente ascendente. El crecimiento del consumo en China es un fenómeno mundial, el más relevante en términos macroeconómicos de la historia del capitalismo.