

# 5 RAZONES PARA QUE MÉXICO VOLTEE HACIA CHINA

**blureport**  
powered by **br** group



Por José Luis Romero Hicks

**E**l orden económico internacional ha provocado que la geopolítica comercial se acomode de acuerdo con la mejor conveniencia de los países.

En este contexto, encontramos que el TLCAN, la Unión Europea, la APEC, el ASEAN, el MERCOSUR, y organismos multilaterales como el G7, el G20 y las BRIC, entre otros, se están realineando a fin de conseguir mayores ventajas a futuro.

China no es la excepción. Su desarrollo económico pasa por diversos acuerdos comerciales

con una gran diversidad de países de todo el mundo; desde la India, Uruguay, Chile, Estados Unidos hasta Brasil, entre otros.

Cabe señalar que China forma parte de los países BRIC, integrada por Brasil, Rusia, India y China, que si bien no forman una alianza comercial formal, mantienen una cooperación política para tratar de influir en materia económica y comercial y cooperación política.

China ha registrado un gran desempeño económico: en los últimos 10 años su PIB ha crecido anualmente entre el 8 y el 11 por

ciento; la IED se incrementó de 3 mil 487 en 1990, a más de 80 mil millones en la actualidad.

Además, es el tercer importador mundial y será el primero en una década. Esto significa que en pocos años China tendrá el mercado de consumidores más grande del mundo y al ritmo de crecimiento que tiene, los ciudadanos chinos tendrán suficientes recursos para adquirir bienes y servicios.

La firma Goldman Sachs pronostica que en el año 2050 China será la primera potencia económica mundial y México podría ser la quinta potencia.



México debe adoptar más una visión global sin marginarse del conjunto de países que intercambian comercio con el gigante asiático.

En efecto, China es un rival comercial de México, pero esa condición no debe impedir que ambos países establezcan acuerdos comerciales que les convengan.

En este sentido, México debe incrementar sus exportaciones e inversiones en ese país (recordemos que actualmente México es la decimotercera economía más grande del mundo).

En general México sabe poco de China.

Eso se refleja en el déficit comercial que tenemos con ese país; es decir, importamos más productos chinos de los que exportamos. (Exportamos 452,791 mil dólares, frente a 7,424,966 mil dólares que importamos).

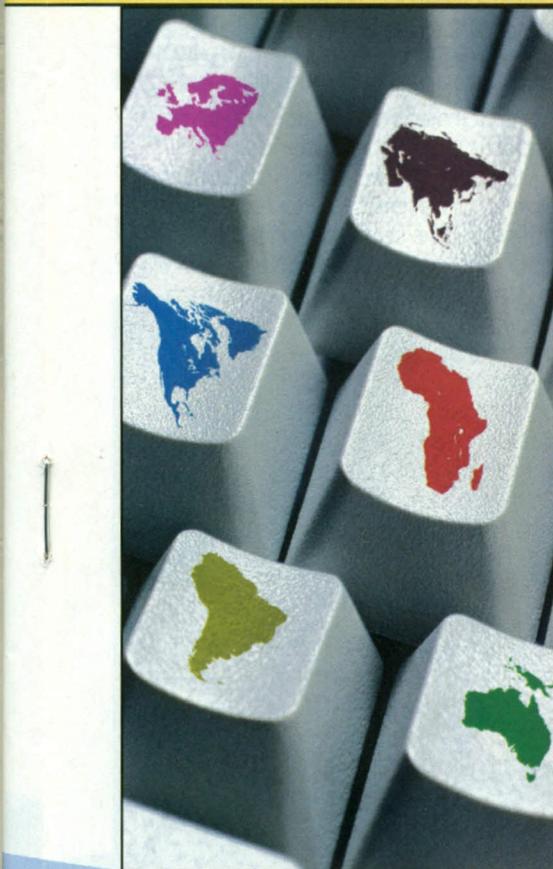
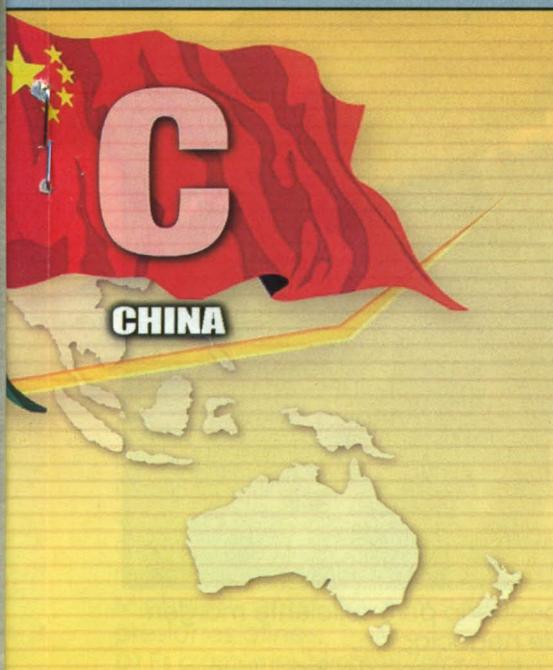
Por tanto, es urgente cerrar la brecha. Como dato adicional en el año 2003 México fue des-

plazado por China como el segundo socio comercial de Estados Unidos.

Es necesario que México reflexione acerca de sus fortalezas y debilidades económicas y comerciales. A partir de ello, México debe concentrar sus estrategias con China a partir de por lo menos cinco aspectos:

**1.-** No pretender competir con ellos como productores a partir de la utilización de mano de obra barata, sino concentrarse en la parte de la creatividad con el propósito de que México aporte valor agregado a los productos. La relación comercial del gigante asiático con América del Sur (Brasil, Chile, Uruguay, Argentina) es complementaria: esos países exportan principalmente materias primas y China les vende productos manufacturados.

**2.-** El sector del turismo también debe ser aprovechado. México goza de atractivos turísticos



que podrían generar ingresos. Al respecto cabe señalar que la Organización Mundial de Turismo ha previsto que para el año 2020 haya poco más de 100 millones de turistas chinos (desde 2006 The Economist reportaba que existían más de 150 millones de chinos con ingresos suficientes para viajar al extranjero).

**3.-** Un aspecto que también debe considerarse para una estrategia de intercambio económico-comercial tiene que ver con la geografía de China, y es que el gigante asiático está aislado. Las naciones con las que territorialmente delimita no son potencias económicas (Mongolia, Rusia en su parte siberiana, Kazajistán, Nepal y las selvas tropicales de Myanmar, Tailandia y Vietnam). En este sentido, son las zonas costeras y con puertos las más prósperas, no así las regiones que se encuentran en el interior donde se encuentran las regiones más pobres.

**4.-** China es uno de los países más competitivos por las características de su producción, su capacidad de atraer inversiones, los beneficios e incentivos que ofrece, el bajo costo de la mano de obra y la efectiva inversión en capital humano. La consecuencia de estas condiciones es el incremento de su participación en los mercados estadounidense y europeo.

**5.-** La cada vez mayor apertura política en China implicará mayores libertades democráticas y mayores vínculos con el comercio mundial. China es sinónimo de oportunidades para que los productos mexicanos y las inversiones de mexicanos en China puedan

**ASIA**

**País:** República Popular China

**Capital:** Pekín (Beijing)

**Moneda:** Yuan Renminbi

**Idioma oficial:** Chino Mandarín y Cantonés

**Superficie:** 9, 596,960 KM<sup>2</sup>

**Población:** 1, 338,612,968 habs. (2009)

generar desarrollo en beneficio mutuo. Los empresarios de México deben aprovechar las oportunidades que brinda el creciente mercado de China.

