

CHINA AHORA

por

JALTRADE

Política Comercial y la OMC en China

- La “nueva generación de líderes” elegidos en el 16 Congreso General del Partido en noviembre del 2002 tienen las mismas metas que sus predecesores: **CRECIMIENTO ECONOMICO**
- Crecimiento anual de 7.3% y cuadruplicar en base al año 2000 el PIB a USD\$ 4 trillones para el 2020 con un ingreso per capita de USD\$ 3,000

...Política Comercial y la OMC en China

- 11 de diciembre 2001
- Ventajas: a) China se somete a la legislación internacional comercial
- b) abre paulatinamente su mercado interno y cinco años para cumplir con compromisos de regulación de competencia de mercado reducciones arancelarias.
- c) acuerdo bilateral México – R. P. China

...Política Comercial y la OMC en China

- El resultado de las medidas adoptadas por China para cumplir sus compromisos con la OMC es mixto
- Buenos resultados en materia de apertura a la IE y reducción de aranceles.
- No se ha cumplido 100% en reducción restricciones no arancelarias, derechos de propiedad intelectual y vigilancia de la aplicación de la ley los EUA y la UE han manifestado descontento.
- Japón, Taiwan, Korea del Sur y el sudeste asiático se han beneficiado de las importaciones de China
- En contraste EUA y la UE al igual que otros países tienen balanzas comerciales crecientemente deficitarias.

PRODUCTOS BENEFICIADOS POR EL ACUERDO BILATERAL CON CHINA PARA SU INGRESO A LA OMC

AGROPECUARIOS

- ⊙ Aguacate
- ⊙ Tomates frescos o refrigerados
- ⊙ Melón
- ⊙ Fresas
- ⊙ Guayaba
- ⊙ Mango y mangostanes
- ⊙ Carne de pavo, pollo y bovino
- ⊙ Azúcar
- ⊙ Cítricos

INDUSTRIALES

- ⊙ Atún procesado
- ⊙ Bienes electrónicos
- ⊙ Tequila, mezcal y cerveza
- ⊙ Refrigeradores domésticos
- ⊙ Cigarros
- ⊙ Escobas
- ⊙ Cemento Portland
- ⊙ Vehículos
- ⊙ Productos de vidrio
- ⊙ Productos de acero
- ⊙ Fibras acrílicas

MEXICO: RELACION COMERCIAL CON CHINA*

Reducidas exportaciones

- 540 mdd, representan 0.3% del total

Importaciones elevadas

- 7.8 miles de mdd, equivalentes a 4.6% del total importado

Creciente déficit comercial

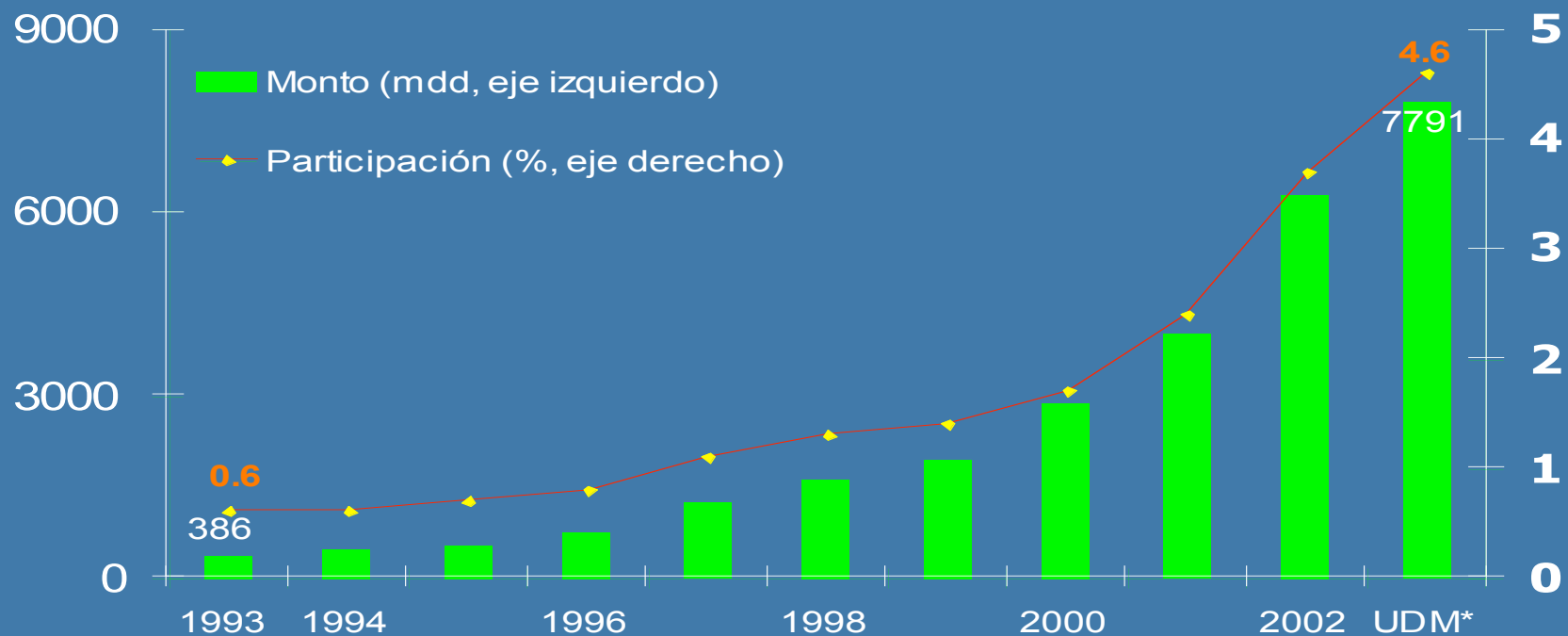
- 7.3 miles de mdd

- Baja diversificación de las exportaciones mexicanas
- Alta variabilidad en montos y productos exportados a China
- México es el principal mercado latinoamericano para los productos chinos y el cuarto exportador en la región, después de Brasil, Chile y Argentina

*Las cifras de intercambio comercial se refieren a los últimos doce meses concluidos en mayo 2003
Fuente: World Trade Atlas

MERCADO MEXICANO

- Las importaciones de productos chinos han crecido aceleradamente en los últimos años
- Su participación pasó de 0.6% en 1993 a 4.6% en julio de 2003
- China es el segundo proveedor de México, sólo superado por los Estados Unidos



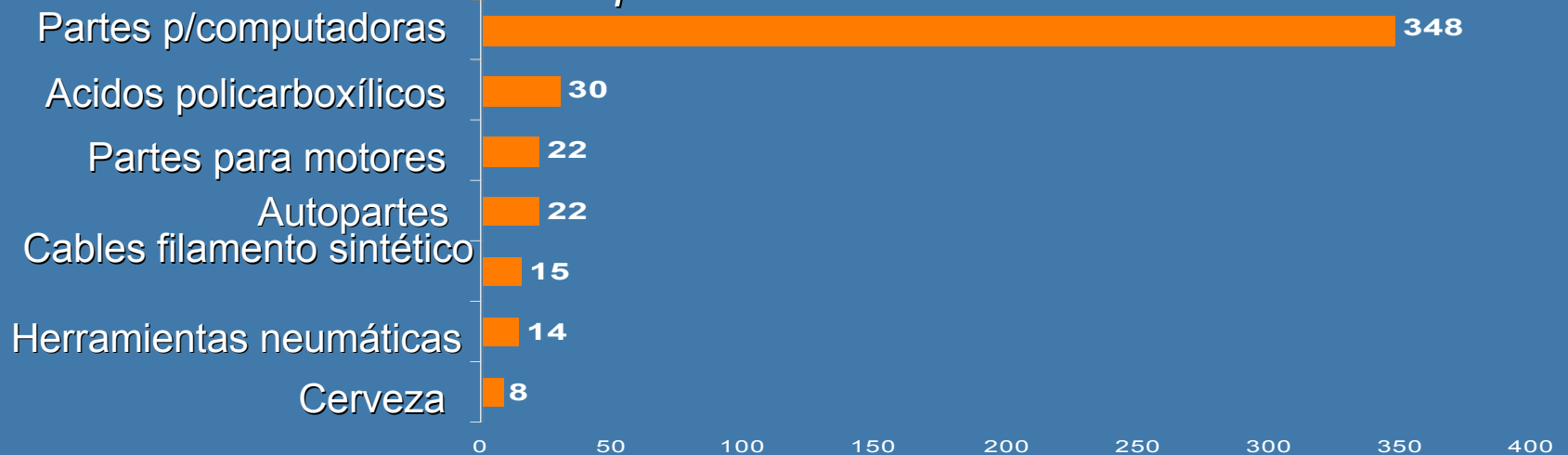
*Ultimos doce meses a julio de 2003
Fuente: World Trade Atlas

MEXICO: COMERCIO EXTERIOR CON CHINA

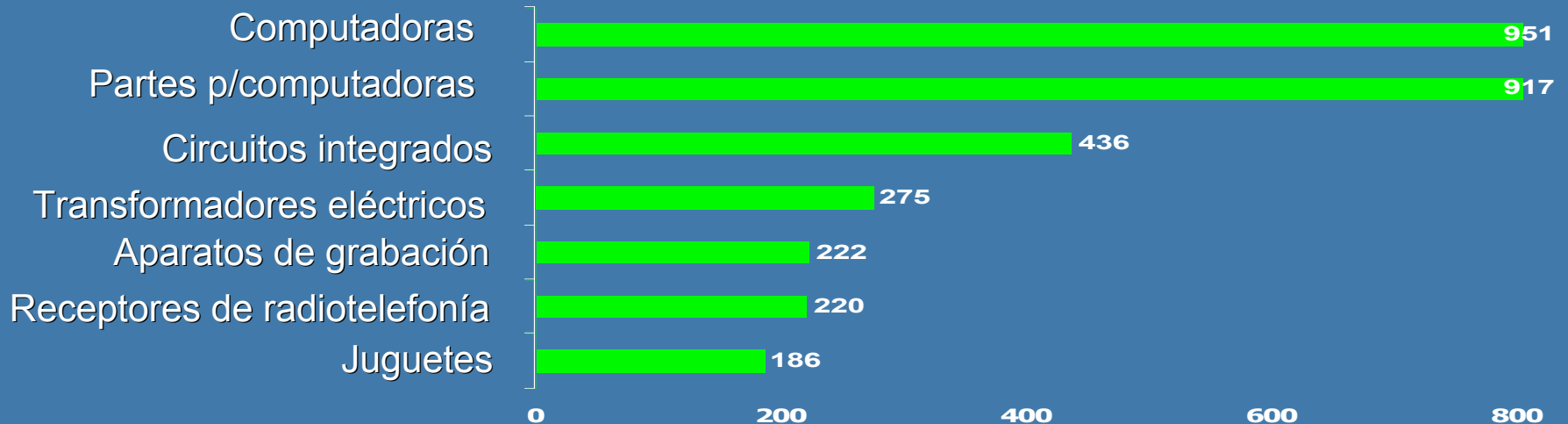
Agosto 2002 - julio 2003

(Millones de dólares)

Exportaciones de México a China



Importaciones de México provenientes de China



Fuente: World Trade Atlas

PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS DE CHINA

- Las principales importaciones corresponden a productos de la industria eléctrica y electrónica
 - China es el segundo proveedor de estos productos
- Es el primer proveedor de juguetes y el segundo en muebles y en manufacturas de cuero
- Se presentan también importaciones ilegales de otros productos
 - Principalmente calzado y prendas de vestir, las que no se registran en las estadísticas

CHINA COMO OPORTUNIDAD

- La transformación de China está generando grandes oportunidades en su mercado interno
 - Surgimiento de una clase media
 - Incremento en el consumo
 - Construcción de infraestructura
 - Mayor demanda por servicios
 - Apertura a las importaciones y a la inversión
 - Ingreso a la OMC

Distribución de la población china



- 666 ciudades chinas en total
- 11 ciudades con población superior a 2 millones.
- 23 ciudades con población entre 1 y 2 millones;
- 44 ciudades con población de entre 500,000 y 1 millón;
- 159 ciudades con población de entre 200,000 y 500,000;
- 393 ciudades con población menor a 200,000;
- 515 millones de población urbana (1996).

Las regiones económicas más importantes de China



Pekín

13.8 mill habitantes

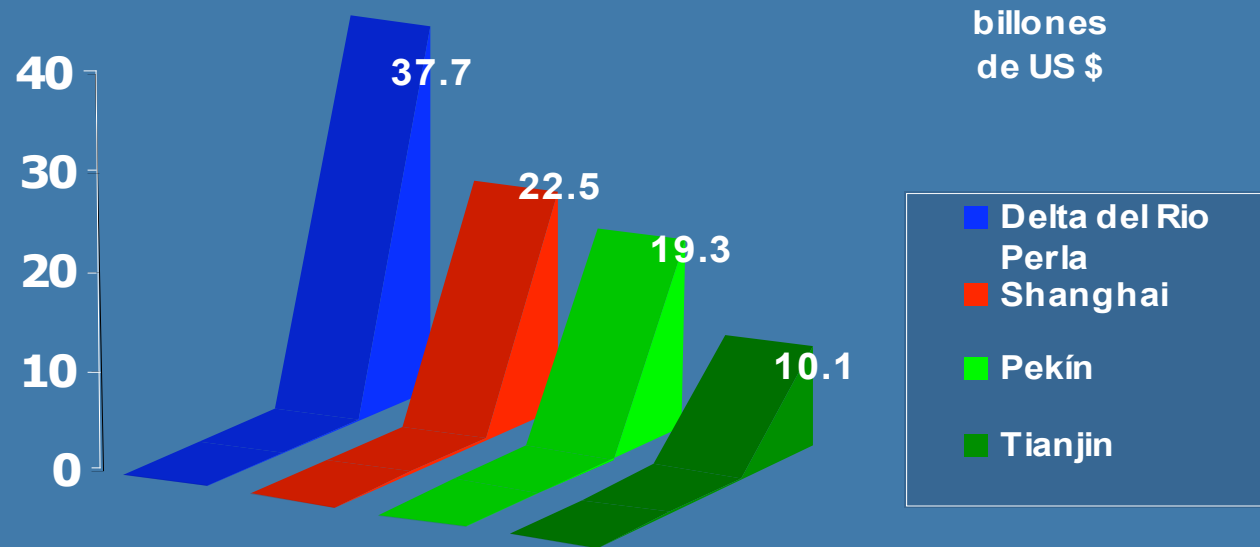
Delta de Río Yangtze

(Shanghai 16.1 mill habts.
y Nanjing 5.3 mill habts)

Delta del Río Perla

(Zhuhai, Zhongshan, Foshan,
Shenzhen, Donguan,
Guangzhou, Hong Kong 49.8
Millones de habitantes)

Ventas en 2001 de bienes de consumo por región



Fuente: Anuario estadístico 2002 de Guangdong, Jiangsu, Zhejiang y Shanghai

INCREMENTO EN EL CONSUMO

- El consumo total de las familias ha crecido a una tasa de 8.6% anual desde que iniciaron las reformas (1978-2001)
- Se ha incrementado el consumo de bienes de mayor complejidad
- Ejemplos:
 - En 1985 había 6.6 refrigeradores por cada 100 familias, para el año 2000 la cifra era de 80.1
 - En 1985 el total de automóviles y autobuses propiedad de particulares no llegaba a 20 mil unidades
 - En 1995 ya rebasaba el millón de unidades
 - En 2000 alcanzó 3.7 millones de vehículos

...INCREMENTO EN EL CONSUMO

Número de bienes durables por cada 100 familias

	1985	1995	2000
■ Refrigerador	6.6	66.2	80.1
■ Lavadora	48.3	88.9	90.5
■ Televisor de color	17.2	90.0	116.0
■ Reproductor de DVD	---	---	37.5
■ Cámara fotográfica	8.5	30.6	38.4

AUTOMOVILES Y AUTOBUSES PARTICULARES

Año	Número de unidades (miles)
1985	19.3
1990	240.7
1995	1,141.5
1996	1,430.4
1997	1,912.7
1998	2,306.5
1999	3,040.9
2001	3,650.1

MAYOR DEMANDA DE SERVICIOS

*Gasto en servicios
médicos,
recreativos,
educativos y
culturales*
Gasto en vivienda



- Entre 1985 y 2000 pasó del 10.6% del presupuesto familiar al 18.9%
- Se incrementó de 4.8% a 10% en el mismo periodo

- *El mercado interno de China está creciendo rápidamente y está surgiendo un estrato de consumidores con una alta propensión a gastar*
- *Es el mercado en expansión más grande del mundo*

MERCADO INTERNO

- No competir en los segmentos de precio del mercado
 - Importar de o manufacturar en China para complementar la oferta de productos y aprovechar canales de distribución y comercialización en México
- Aprovechar el plazo de vigencia de las medidas *antidumping* para reducir costos y aumentar productividad
- Mejorar calidad y diseño de los productos; competir con servicio, oportunidad de entrega, atención post-venta, etc.
- Invertir en innovación y desarrollo de productos para contrarrestar las prácticas de copiado de los mismos

IMPORTACIONES E INVERSION EXTRANJERA

- Las importaciones han crecido para atender el incremento de la producción y el mercado interno
- China es el cuarto importador mundial sólo superado por la U.E., Estados Unidos y Japón
 - En 2002 importó 295 mil millones de dólares
- La IED representa alrededor del 4% del PIB (en México: 2.7%)
 - Responde no sólo al bajo costo de la mano de obra, sino al creciente mercado interno
 - Ejemplo: industria automotriz
 - Los flujos de IED sumaron 226 miles de millones de dólares en los últimos 5 años

CONCLUSION

- China es un mercado creciente que genera muchas oportunidades de comercio e inversión
- Está surgiendo una clase media con poder adquisitivo, deseosa de incrementar sus niveles de consumo
- El consumo ha crecido y se ha vuelto más sofisticado
- La entrada de China a la OMC es un gran paso para abrir el mercado chino al comercio y la inversión

Acceso al mercado chino

Flujo de importaciones y exportaciones

Solicitud de derechos de comercio exterior
Obtención de autorización como "Agente importador / exportador"
Empresas de IE que manejen sus propias importaciones y exportaciones no requieren

Registro de Aduanas
No se requiere si el "Agente" ha sido designado para completar la declaración aduanal

Solicitud de licencia de imp / exp productos bajo esquema de cuota
En el caso de los productos que este esquema aplica

Firma de Contrato de Comercio internacional

Cumplimiento de formalidades de cambio de moneda

Solicitud para inspección o cuarentena de bienes importados / exportados

Declaración de aduanas / pago de tarifas/ inspección / entrega

Verificación y término de formalidades

ESTRATEGIA DE NEGOCIOS CON CHINA

- Buscar alianzas estratégicas para facilitar la exportación de productos mexicanos
 - Los casos de éxito en China generalmente involucran alianzas o coinversiones para facilitar la distribución de los productos
- Aprovechar ventajas arancelarias en los productos negociados por México con China
- Coinversiones con empresas chinas para aprovechar el TLCAN y otros tratados negociados por México en Latinoamérica
 - Realizar parte del proceso en China
 - Llevar a cabo en México las etapas finales de producción, ensamble o empaque para su venta al menudeo
 - Exportar desde México

...ESTRATEGIA DE NEGOCIOS CON CHINA

- Buscar alianzas estratégicas para invertir en China
 - Sobre todo para empresas mexicanas con tecnología propia en la producción de bienes intermedios o de consumo
- Vender tecnología mexicana en áreas tales como:
 - Ingeniería civil, ingeniería sísmica, desarrollo de equipo para la industria alimenticia, estructura y prefabricado de acero

SECTORES DE OPORTUNIDAD EN CHINA PARA EL EXPORTADOR MEXICANO

- Agropecuario y pesquero
 - Carne de res y de cerdo, frutas y legumbres frescas, café envasado, aceites vegetales, pescados y mariscos
- Alimentos procesados
 - Jugos de frutas, vinos de mesa, cerveza, tequila, alimentos estilo mexicano
- Químico y farmacéutico
 - Farmacéuticos genéricos, fertilizantes, pigmentos y tinturas, químicos orgánicos, materias plásticas

...SECTORES DE OPORTUNIDAD EN CHINA PARA EL EXPORTADOR MEXICANO

- Cuero
 - Piel, partes para calzado
- Metalmecánico
 - Laminados de aceros planos y no planos, alambre y barra de cobre, "scrap" de diversos metales, partes automotrices
- Otros
 - Materiales para acabados de construcción, muebles y accesorios para baño, pintura, tubería

Importante observar que...

- Las grandes inversiones corporativas son de empresas transnacionales (Taiwán, Hong Kong y EUA) las cuales contribuyen con el 50% de las exportaciones chinas.
- De acuerdo con especialistas la falta de capacidad gerencial y de cambios políticos representan dos elementos de debilidad en el panorama optimista actual chino.

Elementos a considerar cuando se hace negocios en China...

- Observar jerarquias
- Paciencia y Consistencia
- Visión global
- Ideas / propuestas concretas
- Evitar conflicto abierto
- Intermediarios
- Guanxi

Conclusiones finales

- El surgimiento de China como potencia exportadora es visto como una amenaza, pero constituye también una oportunidad
- En el pasado, otros países ocuparon una posición preponderante en el comercio; Inglaterra (Siglo XIX); Estados Unidos (1950-'70's); Japón (1970-1990); Corea (1990)
- En el mediano y largo plazo las exportaciones chinas moderarán su crecimiento, como ocurrió con otros países
- Incremento en los salarios reales: En China llevará más tiempo debido a la gran oferta laboral
- Apreciación del tipo de cambio
- Crecimiento del mercado interno, el que absorberá una parte sustancial de sus recursos y su oferta exportable
- Crecimiento del sector servicios, el cual se encuentra muy rezagado

...Conclusiones finales

- China encara grandes retos internos:
 - Sistema bancario: mejorar su cartera de créditos no recuperables
 - Aumentar la eficiencia de sus empresas estatales
 - Desregular y simplificar trámites ante dependencias gubernamentales
 - Evitar el deterioro de sus recursos naturales
 - Mitigar los desequilibrios regionales

...Conclusiones finales

- China no es un “gigante invencible”, como ningún país lo ha sido en el pasado
- Lo que cuenta en el comercio internacional son las ventajas comparativas, no las ventajas absolutas
 - Ningún país tiene ventajas comparativas en todos los productos
- Hay que aprovechar las oportunidades que están surgiendo en el mercado chino
- A nivel macroeconómico hay que impulsar las condiciones de competitividad general
 - Infraestructura, simplificación de trámites, desregulación, reformas estructurales, formación de capital humano, impulso a las actividades de innovación y desarrollo
- El proteccionismo no es la solución para enfrentar la falta de competitividad



Kulja
Urumqi
Xinjiang

Beijing
Tianjin
Shijiazhuang

Nanjing
Shanghai
Hangzhou
Zhejiang

Guangdong
Guangzhou
Hong Kong

Datos a considerar

- ❑ China piensa lanzar satélite a la luna en 2005 y explorador lunar en 2012; es el tercer país en lanzar hombres al espacio.
- ❑ Zhuhai Zhenrong Co. Realizó un contrato de \$ 20 billones US para comprar Gas Natural Licuado GNL de Irán. Es el mayor contrato de GNL del mundo.
- ❑ PetroChina Co desarrolla un gasoducto de 3,900 km Xinjiang-Shanghai (oeste-este)
- ❑ Banco Agrícola de China prestó a Compañía Electrica Nanfang Co. \$24.2 billones US para realizar más de 5,000 km de líneas eléctricas en áreas rurales

Datos a considerar

- **El Presidente Hu Jintao visitó Brasil y Argentina**
- **En su visita anunció una inversión en infraestructura por \$8.5 mmd en Brasil y \$19 mmd en Argentina**
- **También prometió incrementar las importaciones...**
- **...y declarar a estos países como destinos oficiales para los 20 millones de turistas internacionales chinos**

Datos a considerar

- **Lula, Kirchner y Chávez visitaron China con el fin de promover una relación política y económica más cercana**
- **China está planeando invertir cerca de \$3mmd en la industria petrolera Venezolana**
- **Chile también está ansioso por promover el comercio e inversión con China. Se anunció oficialmente que se empezarán negociaciones para crear un área de libre mercado en los próximos dos años**

Datos a considerar

- **El país latinoamericano que está más alarmado con el crecimiento de China es México. Los mexicanos tienen miedo Fde que China se está llevando el capital y el trabajo de su país**
- **En el 2003, China desplazó a México como el segundo socio comercial de Estados Unidos. En el 2005, Mexico probablemente representará del 11-12% de las importaciones de EUA, mientras que China tendrá más del 13%.**
- **México fue el último país en firmar el tratado para la entrada del China a la OMC**

Datos a considerar

- **China tiene un apetito insaciable de commodities y productos industriales para el desarrollo del país**
- **El reto para México será el desarrollar oportunidades para aumentar su comercio con China, especialmente en las exportaciones de bienes manufacturados y la promoción de servicios, como el turismo**
- **Los gobiernos de Brasil, Argentina, Chile y Venezuela han dado los primeros pasos para capitalizar sus oportunidades en China**

JALTRADE

*INSTITUTO DE FOMENTO AL COMERCIO
EXTERIOR DEL ESTADO DE JALISCO*

Mayores informes:

López Cotilla 1505 piso 2 torre SEPROE

Tel. 3678 2000 ext 55151

Centro Internacional de Comercio de Jalisco.

Av. Mariano Otero 1499 Explanada Expo Gdl.

Tel: 3030 9000

aruizf@jalisco.gob.mx

CHINA AHORA

por

JALTRADE