



Universidad Autónoma de Querétaro
Facultad de Contaduría y Administración
Maestría en Administración

ANÁLISIS DE LA RELACIÓN COMERCIAL PARA LA EXPORTACIÓN DE MEXICO CON CHINA

TESIS

Que como parte de los requisitos para obtener el grado de
Maestría en Administración

Presenta:

Juan Francisco Figueroa Prieto

Dirigido por:

M.C.I. Rafael Espinosa de los Monteros Lopez

SINODALES

M.C.I. Rafael Espinosa de los Monteros Lopez
Presidente

M.A. Jose Luis Huerta Bortoloti
Secretario

M.A. Alicia Razo Rodriguez
Vocal

Dr. Arturo Castañeda Olalde
Suplente

Dr. Fernando Barragán Naranjo
Suplente

Dr. Arturo Castañeda Olalde
Director de la Facultad de Contaduría y
Administración


Firma


Firma


Firma


Firma

Dra. Ma. Guadalupe Flavia Loarca Piña
Directora de Investigación y
Posgrado

Centro Universitario
Querétaro, Qro.
Octubre de 2015
México

La presente obra está bajo la licencia:
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>



CC BY-NC-ND 4.0 DEED

Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0 Internacional

Usted es libre de:

Compartir — copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato

La licenciante no puede revocar estas libertades en tanto usted siga los términos de la licencia

Bajo los siguientes términos:



Atribución — Usted debe dar [crédito de manera adecuada](#), brindar un enlace a la licencia, e [indicar si se han realizado cambios](#). Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que usted o su uso tienen el apoyo de la licenciante.



NoComercial — Usted no puede hacer uso del material con [propósitos comerciales](#).



SinDerivadas — Si [remezcla, transforma o crea a partir](#) del material, no podrá distribuir el material modificado.

No hay restricciones adicionales — No puede aplicar términos legales ni [medidas tecnológicas](#) que restrinjan legalmente a otras a hacer cualquier uso permitido por la licencia.

Avisos:

No tiene que cumplir con la licencia para elementos del material en el dominio público o cuando su uso esté permitido por una [excepción o limitación](#) aplicable.

No se dan garantías. La licencia podría no darle todos los permisos que necesita para el uso que tenga previsto. Por ejemplo, otros derechos como [publicidad, privacidad, o derechos morales](#) pueden limitar la forma en que utilice el material.

RESUMEN

En las últimas décadas, la República Popular China –en lo que sigue China– ha destacado por su asombroso crecimiento, sus efectos globales y regionales y el abatimiento de la pobreza. Su dinamismo ha repercutido en el sistema financiero, en los precios de los energéticos y materias primas y en las relaciones políticas, orillándolas a redefinirse. Así, la inserción de China en el mercado mundial, después de diversas reformas desde finales de la década de los setenta, ha repercutido mucho más allá de las relaciones comerciales y económicas. Este rápido proceso también ha creado mayúsculos retos. En la propia China hay una creciente polarización socioeconómica y territorial y graves problemas ecológicos, mientras los observadores se preguntan sobre la sustentabilidad financiera y política de la estrategia hasta hoy seguida. El resto del mundo enfrenta el desafío de sustentar el crecimiento comercial de China, proveerle suficientes energéticos y otras materias primas y equilibrar los desplazamientos económicos y comerciales ocasionados por la creciente participación de China en países en desarrollo e industrializados. Este documento mediante la investigación documental analiza las relaciones comerciales entre México y China, ¿qué consecuencias traerán para México?, ¿Qué podemos aprender para lograr un mejor desarrollo? Aunque la lista es más amplia, se enfoca en describir las principales características de los cambios económicos y comerciales entre México y China y presentar conclusiones y propuestas puntuales para ampliar y mejorar la hasta ahora cordialmente tensa relación entre ambas naciones. Aún con los cambios en la tendencia del desarrollo que venía presentando China se perfila para convertirse en la primera economía Mundial, desplazando a Estados Unidos en la siguiente década, esta situación puede presentar una oportunidad para México de replantear su modelo de desarrollo económico y corregir aquellas fallas persistentes que se han detenido el desarrollo de México desde la década de los ochentas. Buscando incursionar en aquellos mercados en los que China por su actual demanda pueden ser una excelente oportunidad para exportar productos diferenciados y/o dirigidos a un sector específico en China.

(Palabras clave: Comercio Internacional, Relaciones Bilaterales, Desarrollo, México, China)

SUMMARY

In the last decades, People's Republic of China -in what follows China- has stood out for its amazing growth, their global and regional impacts and poverty reduction. Its dynamism has affected the financial system in the prices of energy and raw materials and political relations take them aside to be redefine. Thus, the inclusion of China in the world market, after several reforms since the late seventies, has affected far beyond trade and economic relations. This fastest growth has also created egregious challenges. In China, it has a growing socioeconomic and territorial polarization and serious ecological problems, while observers wonder about the financial and political sustainability of the strategy so far away. The world faces the challenge of sustaining the business growth in China; provide sufficient energy and other commodities and balancing economic and commercial displacement caused by the growing participation of China in developing and industrialized countries. Using the method of documentary investigation, this document analyzes the commercial relations between México and China, what consequences will bring to México? What can we learn for better development? Although the list is wider, it focuses on describing the main features of the economic and commercial exchanges between México and China and bring conclusions and specific proposals to extend and improve cordially although tense relationship between these two nations. Even with the changes in the trend of development coming presenting China is poised to become the world's largest economy, surpassing the United States in the next decade, this situation may present an opportunity for México to rethink its model of economic development and correct those persistent failures that have stopped the development of México since the eighties. Looking venture into those markets in China for its current demand can be an excellent opportunity to export differentiated products and / or directed to a specific sector in China.

(Key words: International commerce, bilateral relations, development, México, China)

DEDICATORIA

A mis Padres.

Por su incondicional apoyo y confianza que siempre han tenido en mí.

A mi Esposa.

Por ser mi compañera en este viaje que llamamos vida.

A mis Hermanas.

Quienes con su apoyo y muestras de cariño, me han motivado para seguir adelante.

Gracias a esas personas importantes en mi vida, que siempre estuvieron listas para brindarme toda su ayuda, ahora me toca regresar un poquito de todo lo inmenso que me han otorgado. Con todo mi cariño esta tesis se la dedico a ustedes...

AGRADECIMIENTOS

Agradezco al M.C.I. Rafael Espinosa de los Monteros, por sus consejos, tiempo y paciencia que tuvo a lo largo de este proceso, ya que su ayuda tuvo un impacto trascendental para la conclusión de este proyecto.

Agradezco al Dr. Alberto Pastrana y la Lic. Elvia Patiño, el apoyo brindado para retomar y concluir mi proceso de titulación.

Agradezco a la Dra. Patricia Luna Vilchis por su tiempo dedicado en la revisión de este proyecto.

Y principalmente agradezco a la Universidad Autónoma de Querétaro por ofrecer este tipo programas académicos que permiten a los interesados adquirir conocimientos y habilidades que son importantes para continuar con el desarrollo profesional que en la actualidad el mundo laboral hoy demanda.

ÍNDICE	Página
1. INTRODUCCIÓN	1
2. RELACIÓN COMERCIAL ENTRE CHINA Y MÉXICO	4
2.1. Antecedentes	4
2.1.1. Teorías del comercio internacional	4
La teoría del Superávit Comercial	4
Teoría Clásica	5
La Ventaja Comparativa	6
La Teoría neoclásica del Comercio	6
2.1.2. Teorías Alternativas del Comercio Internacional	10
La Teoría de la Emulación del Producto	12
Teoría del Ciclo del Producto	12
Teoría de la demanda Sobrepuesta	13
Las aportaciones de Paul Krugman	14
Teorías con bienes diferenciados Horizontalmente	15
Teorías con Bienes diferenciados verticalmente	16
2.1.3. China	17
Evolución económica de China	18
2.2. Relaciones México y China	24
2.2.1. 1972-1978: Acercamiento Mutuo entre México y China	25
2.2.2. 1978-1990: Cambios en los modelos de desarrollo económico	26
2.2.3. 1990-2000: Primeros desencuentros	28
2.2.4. 2000-Actualidad: Restablecimiento de la relación	34
2.2.5. Balanza Comercial	37

3. METODOLOGÍA	41
3.1. Justificación del trabajo.	41
3.2. Objetivo General	42
3.3. Objetivo Particular	42
3.4. Hipótesis	43
3.5. Tipo de investigación.	43
4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	44
4.1. Principales productos Importados por China	47
4.2. Productos mexicanos exportados a China	50
4.3. Oportunidades comerciales para los productos mexicanos en China	53
CONCLUSIÓN	62
REFERENCIAS	65

TABLA	ÍNDICE DE TABLAS	Página
1	Comercio exterior México, China y Estados Unidos	28
2	Balanza Comercial México - China	32
3	Exportaciones e Importaciones de China	46
4	Principales países asociados de China	47
5	Composición de las Importaciones Chinas	50
6	Clase Media China vs Mexicana 2014	57

FIGURA	ÍNDICE DE FIGURAS	Página
<i>1</i>	Frontera de Posibilidades de Producción	7
<i>2</i>	Estados Unidos y China PIB	20
<i>3</i>	Exportaciones Mexicanas por país	44
<i>4</i>	Importaciones de China	48
<i>5</i>	Exportaciones - Importaciones México - China 2014	51
<i>6</i>	Productos mexicanos exportados a China	52

1. INTRODUCCIÓN

A pesar de su largo aislamiento hasta 1978, China se ha convertido en un competidor implacable a nivel internacional en cuanto a comercio exterior se refiere. El país asiático está colocándose con gran fuerza en los mercados internacionales debido a su apertura y desarrollo económico - comercial, por lo que le ha dado la capacidad de ser un centro atractivo de inversión, desarrollo y beneficios. China está ofreciendo mejores ofertas en su mano de obra, en la elaboración de materia primas y da facilidad en construcción de infraestructura.

En 2014, China tuvo el crecimiento más bajo en 24 años (7.4%). La nación asiática ha asimilado que el crecimiento anual de doble dígito no volverá, por lo que reorienta su economía de manufacturas e importaciones hacia el mercado interno. Este proceso tendrá impactos colaterales en América Latina, que juega un papel clave en materia de comercio con China.

Los vínculos comerciales entre China y Latinoamérica son fuertes. En 2010, el valor del comercio bilateral se acercó a 200,000 millones de dólares, y durante la década pasada la región fue el socio comercial más dinámico del país asiático, según datos de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal).

Por ejemplo, entre 2000 y 2009, una cuarta parte de las exportaciones de Chile tuvieron a China como destino; en el caso de Perú alcanzó 15.4%; Brasil, 13.2%, y Cuba, 24.3%.

En el terreno de las importaciones, China representó 11.9% de los envíos. En total, América Latina recibe 36.9% de sus importaciones de la región Asia-Pacífico.

En el caso de México, los retos están en el aprovechamiento de nichos de mercado de esta nación. China se ha convertido en un importador masivo a nivel global. Muchos países, como Japón, Corea del Sur y Alemania, están integrándose a la demanda china y hay países, particularmente los latinoamericanos, que tienen enormes dificultades para hacerlo, y México no es la excepción. Uno de los pocos países en donde las exportaciones de México cayeron en 2014 fue China.

Las exportaciones a China a noviembre de 2014 se redujeron en 4.6%, según datos del estudio Monitor de la Manufactura Mexicana, elaborado por el Centro de Estudios China-México de la UNAM.

Para que México comience a integrarse mejor, la relación debe desconcentrarse del gobierno: ir más allá de temas estrictamente de comercio e inversiones y hacer un análisis conjunto del sector público, académico y, por supuesto, empresarial.

No hay incentivos claros por parte del sector público. México por su historia ha demostrado tener un manejo erróneo de la política económica, el impulso que se ha dado al petróleo como fuente más importante de generación de riqueza, la baja competitividad de la industria mexicana que le impide competir adecuadamente en los mercados internacionales, son un componente poco favorable y nos manifiesta un futuro poco promisorio ante los cambios globales.

A lo anterior se agrega la constante pobreza en que se ve sumido el país, y las dificultades en el propio mercado interno a las que se enfrentan los empresarios y productores, contaminando todo ello por la política y la falta de preparación académica que es latente en la mayoría de los sectores económicos del país, llevándolo a una parálisis económica y los peor, a la incertidumbre y temor de incursionar al mercado internacional.

Por lo cual México percibe a China más como una amenaza que una posible oportunidad de desarrollo comercial, deja a un lado la posibilidad de convertirse en una fuente de recursos para abastecer la demanda que China requiere para satisfacer las necesidades a las que se enfrenta por su desarrollo económico.

Considerando la anterior problemática, el propósito de la presente tesis es demostrar la siguiente propuesta: Crecimiento económico de México mediante la relación comercial con China basado en exportaciones de productos mexicanos.

2. RELACIÓN COMERCIAL ENTRE CHINA Y MÉXICO

2.1. Antecedentes

2.1.1. *Teorías del comercio internacional*

Para iniciar el análisis del presente proyecto y su metodología, es conveniente comenzar por plantear como surge y sobre todo cuáles son sus diversas teorías que se han formado a través del propio desarrollo y evolución del comercio internacional.

Aunque la evidencia empírica y las contrastaciones de algunas de las teorías del comercio internacional han desempeñado un papel importante en la evolución de la disciplina, se optó por mencionar aquellas teorías que se consideran como base para la explicación del objetivo del presente trabajo.

La teoría del Superávit Comercial

En los siglos XVI, XVII y principios del XVIII se realizaron las primeras aportaciones y reflexiones sobre el comercio internacional. Esta corriente de pensamiento se identificó, con posterioridad, con el nombre de mercantilismo. Aunque no llegaron a establecer un cuerpo doctrinal coherente, los mercantilistas coincidieron unánimemente en sus análisis sobre el comercio exterior, hasta tal punto que éste se llegó a constituir en el eje central de sus teorías. Los principales nombres que se asocian a esta corriente son John Hales, Thomas Mun y David Hume

Los mercantilistas no se preocuparon por estudiar las causas del comercio internacional, sino que se propusieron determinar las ventajas de los intercambios comerciales para la economía del país. La doctrina del superávit de la balanza comercial que postularon los mercantilistas implicaba que un país se beneficiaría del comercio internacional siempre que el valor de sus exportaciones superase el valor de sus

importaciones; ello daría origen a la entrada neta de metales preciosos por el valor equivalente a dicho saldo, lo cual generaría el enriquecimiento del país. Para lograr el deseado superávit comercial los mercantilistas proponían el intervencionismo del Estado, que debía, por una parte, dificultar la entrada en el país de importaciones mediante políticas proteccionistas y, por otra parte, fomentar las exportaciones de productos nacionales.

Teoría Clásica

Durante el siglo XVIII, el nuevo marco histórico resultó decisivo para el surgimiento de nuevas corrientes de pensamiento económico, que, en el terreno de la economía internacional, criticaron la doctrina mercantilista y terminaron por establecer el predominio de la escuela clásica.

La teoría clásica constituye la base de los conocimientos modernos del comercio. Esta teoría surge del trascendente análisis del trabajo del hombre como generador de valor, así al identificar las situaciones que hacen prospera una nación, la especialización del trabajo, genera el efecto de la productividad tan importante y trascendente. Así pues, dominar tanto los procesos como adoptar el entorno a las capacidades humanas, dio como resultado la obtención de lo que Adam Smith llamaría “Ventaja Absoluta” en la producción de un determinado bien en un país determinado.

La teoría de la ventaja absoluta planteada por Adam Smith destaca la importancia del libre comercio para que la riqueza de las naciones se incremente, basándose en el ejemplo de que ningún jefe de familia trataría de producir en casa un bien que incurriera en un costo mayor que comprarlo. Si se aplicara este ejemplo concretamente a un país

extranjero "A", se llegaría a la conclusión de que "A" podría proveer a otro país "B" de un bien más barato de lo que el país "B" pudiera producirlo.

De esta manera se puede definir a la ventaja absoluta como la capacidad de producir un bien a un costo absolutamente menor medido en términos de unidades de trabajo.

La Ventaja Comparativa

Al presentar Smith que los efectos del comercio, como la generación de riqueza o la asignación eficiente de recursos no requieren de la intervención del Estado vino a reforzar aún más el estudio del comercio y su relación con los fenómenos económicos en una nación, que aunados a los acontecimientos históricos de esa época, hicieron que en un entorno económico mundial evolucionado y transformado por las revoluciones industriales, surgiera una teoría del comercio que respondiera a las transformaciones de su tiempo y a los deseos de integrarse al comercio internacional de las naciones que no contaban con una ventaja absoluta. En este sentido, a principios del siglo XIX, varios autores, entre los que cabe destacar a David Ricardo, realizaron aportaciones novedosas y valiosas para profundizar en la teoría del comercio internacional.

La Teoría neoclásica del Comercio

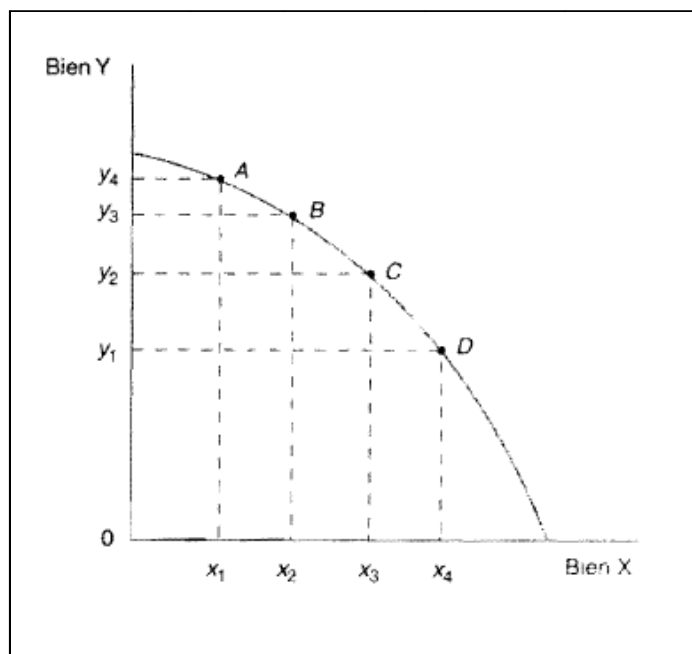
Los principales cambios de la teoría del comercio han pretendido desarrollar de manera más completa el análisis de la demanda y de la oferta, introduciendo entonces conceptos de la microeconomía. Para el tema que nos ocupa resaltaremos la frontera de posibilidades de la producción.

La frontera de posibilidades de producción (FPP) refleja todas las combinaciones de dos productos que un país puede producir en un momento dado, con una determinada

cantidad de recursos, nivel de tecnología, pleno empleo de los recursos y una producción económicamente eficiente.

En el modelo neoclásico se introduce además el hecho de que la FPP muestra un costo de oportunidad creciente, que expresa que en un país para producir una cantidad adicional del bien X, es necesario renunciar a la producción de una mayor cantidad del bien Y, si fuese una situación contraria, se observa la misma propiedad del costo de oportunidad creciente, con lo cual la forma de la FPP es cóncava al origen, (Ver Figura 1).

Figura 1. Frontera de Posibilidades de Producción



Fuente: Appleyard y Field (1997, p. 74)

Con el punto A, la FPP expresa que una economía pueda producir ambos bienes en las cantidades y_A y x_A . Cuando la producción cambia al punto B, el bien X se produce en una cantidad mayor a la situación anterior expresado en el desplazamiento x_A hacia

xB, pero al mismo tiempo la producción del bien Y decrece como lo expresa el desplazamiento y A a B.

Los puntos A, B y C reflejan en todos los casos la máxima producción posible bajo distintas combinaciones de cantidades.

Un aspecto importante es que para el modelo clásico era necesario que los países socios comerciales mantuvieran curvas de FPP distintas, mientras que el modelo neoclásico señala que es posible comerciar benéficamente cuando los socios comerciales mantienen FPP idénticas. El análisis debe centrarse en que la FPP expresa la máxima producción posible de un país sin adentrarse en las razones de ésta.

El Modelo Heckscher – Ohlin

En el último tercio del siglo XIX, empezó a cobrar relevancia en el panorama del pensamiento económico lo que, posteriormente, se conocería como la escuela neoclásica, de la que también resultarían decisivas aportaciones a la teoría del comercio internacional. A este cuerpo teórico neoclásico también se le denomina la teoría pura del comercio internacional o la teoría de proporciones factoriales. Los neoclásicos implementan una nueva teoría del valor, basada en la utilidad de los bienes, y el modelo de equilibrio económico general, que interrelaciona las variables económicas más representativas para llegar a una solución de equilibrio.

Eli Heckscher y Bertil Ohlin, fueron dos economistas suecos que hicieron uno de los 11 primeros análisis de los efectos de la dotación factorial en el comercio, estudiando en detalle las bases de la ventaja comparativa y el efecto que el intercambio comercial tiene sobre los ingresos de los factores en los países involucrados. Este teorema planteo una nueva encrucijada en la teoría del comercio pues a partir de él, surgieron estudios que

retornan a los supuestos clásicos y también, las bases para dar forma a una nueva teoría del comercio internacional.

Un aspecto elemental de este modelo Heckscher-Ohlin-Samuelson (modelo H-O-S), es el que supone que países que sean socios comerciales o no, pueden tener la misma función de producción, ambos países tienen a su disposición y pueden utilizar las mismas tecnologías en el proceso productivo. Si los precios de los factores fuesen idénticos en ambos países, los productores utilizarían con exactitud el mismo nivel de fuerza laboral y de capital en la producción de uno de los bienes, como generalmente los precios de los factores muestran diferencias, en cada país los productores utilizarán en mayor producción el factor relativamente menos costoso disponible en su país para reducir el mínimo sus costos de producción.

El conjunto de supuestos que aluden a la producción conducen al hecho de que habrá diferentes fronteras de posibilidades de producción entre los dos países únicamente como resultado de las diferentes dotaciones de factores. Con idéntica tecnología, rendimientos constantes a escala y una relación determinada de intensidad factorial, el país con abundancia de capital producirá relativamente más del bien intensivo en capital y el país con abundancia de trabajo producirá relativamente más del bien intensivo en trabajo. De aquí la importancia de manejar que en ambos países existe la misma función de producción.

Al combinar dos fronteras de posibilidades de producción (FPP) que tienen distintas formas pero expresan los mismos gustos y preferencias, se generan dos estructuras diferentes de precios relativos en autarquía, con lo cual existen bases para el comercio y cada país exportará el bien que puede producir con un costo relativamente menor, ahora

bien, bajo esta situación ambos países expanden su producción y exportan el bien que utiliza con intensidad relativa, el factor de producción que tiene en abundancia. Con este análisis HO presentaron una de sus principales conclusiones, que hoy en día se conoce como el teorema de H-O.

El modelo y los argumentos planteados por Heckscher – Ohlin han sido grandes contribuciones a la teoría del comercio. Debido a que el análisis se centra en los factores, diversos teóricos han profundizado en ellos llegando a argumentar incluso que las naciones pueden crear factores, alterando así la dotación natural que tengan.

2.1.2. Teorías Alternativas del Comercio Internacional

El objetivo de las teorías alternativas al igual que las teorías tradicionales es explicar las causas y las consecuencias del comercio; tienen diferencias importantes respecto a las teorías tradicionales del comercio, Estas se basan en la eliminación de los supuestos del enfoque neo-clásico estándar del comercio internacional, continúan reconociendo a la “nación” como el único macro agente económico del comercio internacional.

La teoría de la demanda representativa (Linder)

La teoría de la demanda representativa fue expuesta por Linder (1961), poniendo su atención en las similitudes en ingresos y gustos de algunos países que realizaban un elevado intercambio comercial.

Linder considera que el comercio internacional está ligado a ventajas comparativas. El origen de estas ventajas se encuentra en las diferentes dotaciones factoriales en el caso del comercio de productos primarios. Sin embargo, en el comercio de productos industriales la ventaja comparativa viene explicada por la importancia de la demanda interna del bien de exportación (que Linder designa como demanda representativa). Para

este autor, un bien sólo será susceptible de ser exportado si, previamente, ha sido objeto de una fuerte demanda interna. Un gran mercado interno constituye un fuerte incentivo a la innovación y una elevada producción posibilita las economías de escala. Por lo tanto, es la existencia de una fuerte demanda interna la que genera la ventaja comparativa y, entonces, las condiciones para que el producto pueda ser exportado más fácilmente. Más un producto sólo será exportado a un país que lo pueda consumir. Se supone que la calidad y la naturaleza de los productos consumidos dependen del nivel de vida y, por consiguiente, en gran medida, del nivel de salarios. De este modo, un producto demandado en el interior de un país con un determinado nivel de vida, sólo podrá ser exportado a otro de un nivel similar. Esto choca frontalmente con el teorema H-O, puesto que cuanto más similares sean los grados de riqueza de los países, más semejantes serán sus dotaciones factoriales. La teoría de Linder proporciona una explicación para una de las principales características del comercio actual (el elevado intercambio comercial entre países industrializados). Así, es la semejanza en rentas nacionales (y, por lo tanto, en patrones de demanda) la que favorece el comercio, al menos, de productos de tipo industrial. Arad y Hirsch (1981) trataron de conciliar esta teoría de Linder con el modelo H-O. Para ello, introdujeron el concepto de costes de transferencia internacional. Estos costes de transferencia se definen como la diferencia entre los costes incurridos por vender en el extranjero y los de vender en el mercado interno. Trasladando esto al modelo de Linder, tendríamos que estos costes de transferencia se minimizarían cuanto más similares fuesen los patrones de demanda entre dos países. Por lo tanto, este tipo de costes deberá ser incluido entre los costes de producción para conocer si una mercancía será o no exportado.

Que el comercio entre países ricos sea más intenso es lógico porque incurre en

menores costes de transferencia que el comercio entre un país desarrollado y otro subdesarrollado.

La Teoría de la Emulación del Producto

La teoría de la demora en la emulación se basa en dos sencillos supuestos: la misma tecnología no siempre existe en todos los países y existe una demora en la transferencia o la difusión de la tecnología de un país a otro.

Considerando además, la existencia de dos países, un producto puesto en el mercado del país A, como resultado de su mayor grado de investigación y desarrollo, tardará un periodo considerable de tiempo entre el momento en que el producto aparece por primera vez en el mercado del país A y el momento en que las empresas de un segundo país, logren colocar la versión propia del producto en su mercado, situación conocida como la demora en la emulación, que no es otra cosa que el tiempo de aprendizaje en el que las empresas del segundo país deben desarrollar sus conocimientos y tecnología para fabricar el producto, el comercio se centrará en nuevos productos mencionando así la importancia de la innovación y desarrollo tecnológico representan para el comercio de los productos manufacturados.

Teoría del Ciclo del Producto

Fue elaborada por Vernon en 1966. Basada en la hipótesis de la demora en la emulación, esta teoría analiza el ciclo de vida de un nuevo producto en cuanto a su impacto en el comercio internacional.

La teoría propone tres etapas en el ciclo de vida del producto, la primera, llamada del nuevo producto donde éste se fabrica y se consume únicamente en el país de origen. La segunda etapa conocida como de maduración, donde se establecen normas generales

del producto, características y técnicas de producción masiva que se generalizan iniciando economías de escala debido al consecuente aumento de la demanda del producto en países con un nivel similar de ingresos. La tercera etapa conocida como “del producto uniforme”, considera que la producción del bien podría pasar a países menos desarrollados, así que en esta etapa el patrón de comercio indica que el país de origen y sus socios comerciales puedan estar importando el producto de los países menos desarrollados.

Teoría de la demanda Sobrepuesta

Desarrollada en 1961, esta teoría considera que los niveles salariales condicionan fuertemente los gustos de los consumidores y que éstos determinan a los productos demandados en un país. De esta forma las empresas orientan su producción a la satisfacción de esa demanda, por lo que esos bienes serán la base de las exportaciones de ese país, además se hace referencia a las zonas de traslape que aparecen cuando dos países tienen gustos e ingresos semejantes afirmando que el comercio iniciará con los bienes para los que existe una demanda sobrepuesta, es decir que los consumidores de dos países demanden los mismos bienes, de donde puede deducirse que el comercio de bienes manufacturados será más intenso entre países con niveles similares de ingreso per cápita que con países de ingreso per cápita diferente.

La explicación de que pueda existir demanda de los mismos bienes en los dos países deja claro que los bienes pueden influir en ambas direcciones y esto gracias a la diferenciación de los productos. En la percepción de los consumidores, dos productos que al parecer son iguales y satisfacen las mismas necesidades, tienen diferencias ficticias, lo que les hará preferir uno sobre el otro, por lo que dos artículos de diferentes marcas no son lo mismo. Así un país A exportará un modelo de automóvil compacto a un país B, y

el país B exportará autos grandes y de mayor lujo al país A, siendo esta la tendencia actual de comercio conocida como comercio intraindustrial.

Las aportaciones de Paul Krugman

A finales de los años setenta Paul Krugman, preocupado por explicar las nuevas pautas que en el comercio internacional se presentaban, desarrolló junto con otros especialistas, una serie de estudios que dan por resultado lo que se conoce como la nueva teoría del comercio internacional, entre las conclusiones más relevantes destaca que las economías de escala operan en el comercio intraindustrial, en tanto que en el comercio interindustrial se sigue explicando con la ventaja comparativa, por lo que elaboraron modelos que contemplan elementos dinámicos tales como las economías de escala, la competencia imperfecta o la existencia de externalidades.

La nueva teoría se ocupa principalmente de los sectores exportadores, en el marco de la denominada política comercial estratégica. El objetivo es explorar las condiciones bajo las cuales ciertas decisiones gubernamentales a favor de las empresas nacionales aumentan la capacidad de éstas para obtener rentas monopolísticas en mercados extranjeros aumentando así el ingreso nacional.

En la teoría planteada por P. Krugman existen dos diferencias fundamentales respecto a los modelos tradicionales de comercio: incorpora las economías de escala y la competencia monopolística y plantea como único factor de producción al trabajo, por lo que concluye que para duplicar la producción no es necesario duplicar los insumos, lo único que se necesita es la existencia de economías de escala en la producción.

Para P. Krugman, las economías de escala hacen ventajoso para el país especializarse en la producción de un rango limitado de bienes donde la producción sea más eficiente

cuanto mayor sea la escala a la que se produce, siempre que este efecto se lleva de las empresas a las industrias.

Teorías con bienes diferenciados Horizontalmente

Los bienes diferenciados horizontalmente, además de satisfacer básicamente la misma necesidad, tienen la misma calidad, pero diferentes características o atributos. Barker, Dixit y Stiglitz en 1977 plantearon que los consumidores tienen “gusto por la variedad”. Estos autores asumen que los consumidores aumentan su grado de satisfacción consumiendo un mayor número de variedades de un producto, sobretodo, conforme crecen sus ingresos. También consideran que las preferencias de los consumidores son simétricas, esto es, que tienen una preferencia idéntica por cualquier variedad del mismo producto.

Krugman expuso modelos de comercio intraindustrial bajo estas hipótesis para dos países con estructuras de costes y patrones de consumo iguales. Si existe comercio entre estos dos países, los consumidores reducirán su consumo de las variedades del producto doméstico para comprar variedades del producto fabricadas en el extranjero, con el fin de incrementar su utilidad. A finales de la década de los setenta, Lancaster propuso un comportamiento diferente de los consumidores: la teoría de la “variedad favorita”. Según ella, los consumidores tienen preferencias asimétricas, es decir, no tienen preferencias idénticas por todas las variedades de un producto. Cada bien diferenciado es interpretado como una combinación particular de determinadas características. Así, cada consumidor tiene una variedad preferida del producto diferenciado, pudiendo desear sólo ésa u optar por una variedad que no es la ideal. Cada consumidor escogerá entre las variedades disponibles en función de la relación entre su modelo preferido y los demás. Este comportamiento viene determinado por la función de compensación, que expresa la

relación inversa entre el precio de cada variedad y la distancia entre esa variedad y la favorita.

Teorías con Bienes diferenciados verticalmente

Los bienes diferenciados verticalmente poseen las mismas características que los bienes diferenciados horizontalmente, sin embargo su diferencia radica en calidad, diseño o presentación. Se trata de sustitutivos cercanos, aunque no perfectos. Estas teorías entroncan con las aproximaciones alternativas neo tecnológicas a la teoría del comercio internacional. Según se va avanzando en la vida de un producto, se irán desarrollando elementos diferenciales de mayor calidad, demandados en mercados con mayores ingresos.

El comercio internacional permitirá que las producciones de variedades de alta calidad se realicen en países desarrollados, mientras que las variedades de menor calidad sean elaboradas en otros países. De este modo, los consumidores con bajos ingresos de los países desarrollados (demandantes de variedades de baja calidad) y los consumidores con altos ingresos de los países no desarrollados (demandantes de variedades de alta calidad) podrán elevar su bienestar comprando la variedad deseada en el exterior, generando comercio intraindustrial. A diferencia de las teorías para productos diferenciados horizontalmente, si las variedades reflejan distintos grados de calidad y precio el nivel de sustitución entre ellas para los consumidores será mucho menor, dado que, probablemente, éstos mostrarán siempre preferencia por las variedades de mayor calidad, quedando el consumo de las variedades de menor calidad (baratas) reservado para casos de restricciones presupuestarias. Algunos países disfrutaban de ventajas comparativas en la producción de variedades de alta calidad y otros países, en las de baja calidad. Estas

ventajas dependerán de las dotaciones factoriales de los países y de los requerimientos tecnológicos. Así, se asume que las variedades de alta calidad de un bien precisan de una mayor dotación de capital, mientras que las variedades de baja calidad son relativamente intensivas en trabajo, con lo que se determinará la localización geográfica de la producción. En este tipo de modelos, entonces, tanto las diferencias en la dotación factorial entre países, como las desigualdades en la distribución de los ingresos dentro de ellos, explicarán la naturaleza y cuantía del comercio intraindustrial de bienes diferenciados verticalmente. Además, dado que son asumibles la mayoría de las hipótesis neoclásicas, cabría interpretar el comercio intraindustrial diferenciado verticalmente como un caso de especialización más fina del modelo H-O, puesto que estos intercambios vendrían determinados por las diferentes dotaciones factoriales.

Shaked y Sutton en la década de los ochentas propusieron un acercamiento diferente a la explicación de esta tipología de comercio. Estos autores parten de la idea de que para llevar a cabo estrategias de diferenciación vertical, las empresas necesitan aumentar sus esfuerzos en investigación, con un importante incremento de costes. Ante ello, optarán por la estrategia de concentrarse en la producción de una variedad del producto, pero tratando de capturar una mayor parte del mercado correspondiente a dicha variedad. El crecimiento de la producción permitirá el descenso de los costes fijos. El resultado de este tipo de estrategias favorecerá la conversión del mercado de tal producto en uno de tipo oligopolístico.

2.1.3. China

El 1º de octubre de 1949 se proclama el establecimiento de la República Popular China, esto es, el triunfo de la revolución socialista de Mao Zedong. China es el país más poblado

del planeta (con la quinta parte de la población mundial) y el tercero más grande en extensión territorial. En 1949 China implantó el sistema socialista, pero a fines de 1978 inició las reformas económicas que están dejando de lado su sistema de economía socialista aunque en lo político aún la supremacía de la ideología socialista se mantiene.

Las reformas económicas de 1979 han permitido que el país crezca a una tasa acelerada. Sin embargo, después de la década de los 90's la economía china enfrentó desafíos como la reforma de muchas empresas estatales ineficientes, la entrada a la Organización Mundial del Comercio, y los efectos de la crisis asiática que significaron para China una desaceleración de su economía que está tratando de ser cubierto por un mayor gasto fiscal.

Con una superficie aproximada de 9,6 millones de km², que tiene fronteras con catorce Estados soberanos, es el tercer país más extenso por superficie terrestre detrás de la Federación de Rusia y Canadá.

China se configura como un mercado estratégico, que ocupa actualmente una de las primeras posiciones mundiales por su tamaño, crecimiento y demanda de productos de calidad y valor añadido, ante el increíble crecimiento de la clase media. Es el segundo mercado mundial con mayor demanda de productos extranjeros.

La economía china ha crecido drástica y rápidamente desde 1978, cuando lanzó su estrategia de reforma y apertura. Hoy, es la segunda economía más grande del mundo, el principal exportador y un inversionista de creciente importancia.

Evolución económica de China

Es importante tener en cuenta que la evolución económica de la República Popular de China en los últimos años se ha medido fundamentalmente por la rapidez del crecimiento

y el hecho de que la tasa de crecimiento promedio del Producto Interno Bruto de China haya estado situada alrededor de un 9%, repercute profundamente en el crecimiento económico mundial.

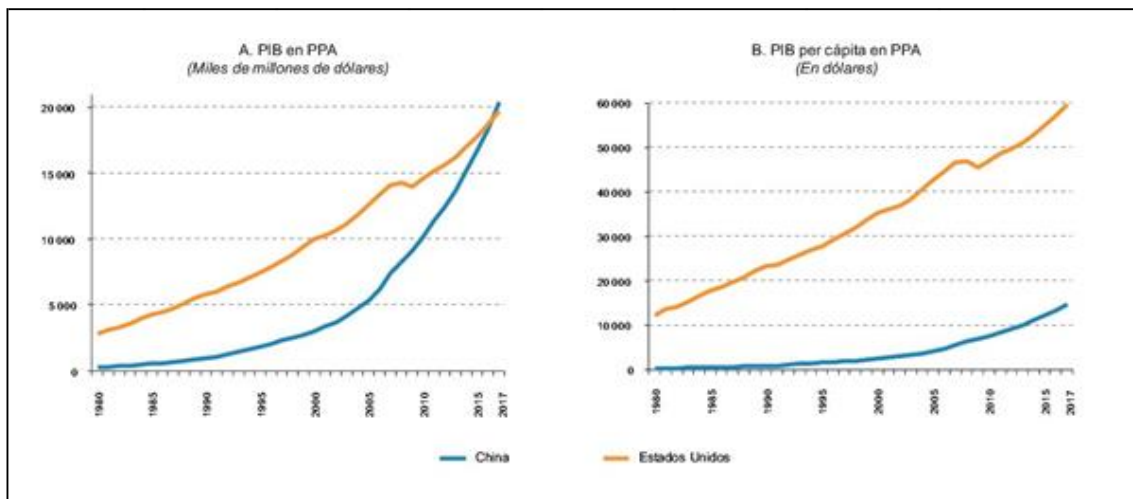
Así tenemos también que su Producto Interno Bruto eleva a 10.36 billones de dólares según las últimas cifras que tenemos para el año 2014. El proceso de evolución de esa tasa de crecimiento, ha estado marcado por diferentes etapas o períodos en el desarrollo económico de las reformas iniciadas en 1978.

Haciendo una comparación, si se observa el caso de México la tasa de crecimiento para el año 2014 fue del 2.1% del PIB; y para China fue del 7.4% del PIB.

Resulta también interesante ver cuáles son los factores fundamentales sobre los que la mayor parte de los especialistas basan este crecimiento acelerado en el caso de China. El costo de oportunidad relacionado con su mano de obra extremadamente barata; las reformas de apertura en el sector externo y el auge de las exportaciones chinas; el atractivo que representa el mercado chino para la inversión extranjera directa; y la importante asimilación y réplica de los avances científicos y tecnológicos que se ha observado en el país. En diciembre de 1978 el Partido Comunista Chino se reúne en su III Sesión Plenaria del XI Comité Central del Partido e introduce una serie de reformas económicas con el fin de llevar a cabo "las 4 modernizaciones del país" en los sectores de la Agricultura, Industria, Ciencia y Tecnología, y Defensa. Esto significaba dejar de lado el sistema de economía socialista y dar libre paso a la iniciativa privada y la inversión extranjera, esto es, dejar que las fuerzas del libre mercado actúen. Las reformas económicas chinas han sido exitosas en lograr un crecimiento económico acelerado del país de más de 9% anual en promedio representan el proceso de industrialización y de urbanización más intenso

que haya conocido la humanidad. Al iniciarse estas reformas, el PIB chino sólo alcanzaba al 9% de su similar norteamericano, en tanto el PIB por habitante era sólo un 2% del respectivo norteamericano. El FMI proyecta que en el año 2017 el PIB chino superará al de los Estados Unidos en un 3% y que su PIB por habitante ya equivaldrá a un cuarto del de este país. (Ver Figura 2)

Figura 2. Estados Unidos y China PIB



Fuente: CEPAL (2012, FMI World Economic Outlook database)

Antes de entrar a analizar el desarrollo económico chino a partir de las reformas económicas de 1979 se comentara las condiciones iniciales que China tenía en ese momento:

- China había llevado a cabo con la Revolución de 1949 una Reforma Agraria en el que a cada campesino se le repartió un pedazo de tierra. Las Comunas Populares creadas más tarde colectivizaron el campo quitándole incentivo al campesino para que trabaje su propia tierra, pero las reformas económicas de 1979 le darán razones para aumentar su producción.

- China tenía una estructura social más o menos igualitaria, resultado de la Reforma Agraria y de la colectivización de la propiedad emprendida por el Partido Comunista. Además, el país con un partido único, tenía una estabilidad social y política al iniciar el proceso de transición (a diferencia de Rusia por ejemplo). Asimismo, el poder del Estado era fuerte y este lo utilizó para emprender las reformas económicas.
- Los años anteriores a la reforma, de 1949 a 1978, había visto un crecimiento de la economía china nada desdeñable, en promedio un 5% anual, la industria pesada se había desarrollado, aunque el país estaba atrasado en muchos campos pues había adoptado una política de aislamiento de la inversión y tecnología extranjera.

Tras la sucesión de Mao en 1976 por Deng Xiaoping a quien se le considera como el padre de la Reforma económica de China, estableció el camino de la modernización socialista, llevando a la economía China a un proceso constante de crecimiento económico.

En 1978 se inició un proceso de cambios que configuraron una reforma económica trascendental para el futuro económico de China. Deng tomó grandes decisiones que colocaron al país en el camino para salir del subdesarrollo, logrando imponer su tesis de modernización económica basada en la apertura exterior, el libre mercado y la introducción de la tecnología avanzada.

Los objetivos de la reforma económica eran hacer una economía china más dinámica y eficiente, se pretendió dar mayor autonomía a los agentes económicos a través de un proceso de descentralización de la toma de decisiones. Con esta forma de actuar, el Gobierno, en lugar de controlar cada unidad de producción, esperaba controlar la economía a través del mercado.

La reforma y apertura china ha pasado por cuatro grandes etapas. De 1978 a 1984 se considera la fase inicial de este proceso en el que se planteó duplicar el PIB en sus primeros diez años de aplicación. Como parte de la estrategia de Deng, se dio inicio a la construcción y desarrollo de las Zonas Económicas Especiales conduciendo a la creación de un grupo regional de centros de crecimiento económico. La Segunda etapa comprende de los años de 1984 a 1992, siendo esta la fase de expansión de la reforma. En ella, las ciudades centrales empezaron a jugar un papel fundamental en los cambios que debían de ser implementados mediante la presentación de un modelo económico enfocado a un mercado regulado por el país y que este a su vez servía de guía para el sector empresarial.

La siguiente etapa se dio de 1993 a 2003, ésta es la de innovación sistemática en la que se buscaba transitar hacia la meta de una reforma del sistema socialista con economía de mercado. Las empresas estatales establecieron sistemas empresariales modernos, se impulsaron las reformas sobre el sistema macroeconómico, divisas y el comercio exterior, fortaleciendo la apertura y acelerando el ritmo de incorporación a la OMC. Algunas personas consideraron esta estrategia como un camino hacia el capitalismo, a lo que Deng con una de sus frases más reconocidas, respondió que la planificación y las fuerzas del mercado no son la diferencia principal entre el socialismo y capitalismo, que la economía de mercado también tiene lugar en el socialismo y que no se debe temer al adoptar los métodos de gestión empresarial aplicados en el capitalismo, la esencia misma del socialismo es la liberación y el desarrollo de los procesos productivos, así el socialismo y la economía de mercado son compatibles.

De 2003 a la fecha se tiene como objetivo mejorar el sistema socialista de economía de mercado, limpiar los errores generados a lo largo del proceso de reforma y construir una sociedad socialista armoniosa.

En la situación actual China está inmersa en una desaceleración económica que da origen a un pesimismo generalizado ya que el crecimiento estimado para el 2015 estará alrededor del 7 %. Se trata de la cifra más baja desde 1990 (cuando fue de 3,9). Esto no significa, que China no se vaya a ver afectada por lo que está ocurriendo en el resto del mundo. Ya en 1997, cuando era una economía mucho más cerrada se vio afectada por la crisis asiática aunque de manera mucho más limitada de lo que lo hicieron sus vecinos, los tigres asiáticos, apenas unas décimas de crecimiento del PIB respecto a crecimientos negativos en la región. En estos años de apertura, solo ha experimentado las ventajas asociadas a dicho proceso. Así, ha conseguido exportar cantidades ingentes de manufacturas y recibir más inversión extranjera que ningún otro país del mundo. También gracias a la apertura, el dragón ha acumulado enormes reservas internacionales. Pero la apertura no puede traer siempre beneficios; en este momento cíclico de la economía mundial, China tendrá que hacer frente a una menor demanda de sus exportaciones y, posiblemente, a una menor entrada de capitales en la medida en que los países desarrollados tengan primero que cubrir las pérdidas en sus sistemas financieros. Ambas cosas van a afectar a China negativamente. Aun así, China cuenta con numerosos instrumentos para amortiguar el golpe: En primer lugar el margen de la política fiscal es enorme. Incluso la política monetaria podría volver a tener margen si la desaceleración global frena los precios de las materias primas y alimentos, como sería razonable. En segundo lugar, en un país en transición como China, las autoridades económicas siguen

teniendo en su poder un entramado de controles administrativos que ahora están utilizando para enfriar la economía pero que en breve podrían dirigirse a apoyarla. Finalmente, las reservas internacionales acumuladas podrían también utilizarse para apoyar el crecimiento. En definitiva, China se encuentra en una buena posición para hacer frente a la desaceleración global que se nos avecina, especialmente si esta trae una reducción en las presiones inflacionistas a nivel global.

2.2. Relaciones México y China

México mantuvo relaciones diplomáticas con la República de China desde 1890 hasta 1972, El 14 de Febrero de 1972 el Presidente de México en ese periodo Luis Echeverría otorgo el reconocimiento diplomático a la República Popular de China, dejando las relaciones con una sola nación y un solo territorio, integrando a este a Taiwán. Durante la década de los setenta debido a su liderazgo político entre los países del tercer mundo y en particular en América Latina, México un papel relevante para que China recuperara su lugar en la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y, así, promovió la firma del restablecimiento de las relaciones diplomáticas entre ambos países el 14 de febrero de 1972, en la que reconoció a China como la única nación que ostenta la soberanía de todo el territorio chino.

México se convirtió así en el cuarto país de América Latina en establecer relaciones formales con China; los primeros fueron Cuba, Chile y Perú. El paso de México, dado su peso político y económico en la región, generó confianza en otros países latinoamericanos para tomar una decisión similar. Entre 1970 y 1977 China estableció relaciones diplomáticas con 11 países de la región.

Sin embargo las relaciones entre estas dos naciones se empezaron a deteriorar por las diferentes posturas de desarrollo económico planteadas en los años de 1981 y 1982, en donde se buscaba la diversificación comercial y mercados externos dejaban a un lado a la región de Asia en particular a China. Como consecuencia de esta evolución, para China México ha pasado a ser un país más en su relación con América Latina.

A partir del 12 de diciembre de 2011 las relaciones comerciales entre México y China han entrado en una nueva fase. Las medidas compensatorias impuestas por México a China en 2001 a un número importante de productos han expirado, lo cual implica que las reglas de operación de la Organización Mundial de Comercio (OMC) serán desde ahora las que regulen la relación comercial entre ambos países, incluyendo las disputas en los casos que cualquiera de ellos demuestre la afectación de cualquier sector productivo por prácticas desleales de comercio.

Desde el punto de vista de México, la apertura comercial de China se ha visto reflejada en la lucha por el mercado de Estados Unidos y la “invasión” de productos chinos dentro del mercado mexicano. Para poder tener una mejor perspectiva de la relación comercial entre México y China, es necesario analizar las relaciones bilaterales entre ambas naciones a lo largo de las últimas 4 décadas que han dado origen a una desigualdad comercial en la que China claramente aventaja a México.

2.2.1. 1972-1978: Acercamiento Mutuo entre México y China

Durante el decenio de los setenta y luego del restablecimiento de las relaciones diplomáticas, México fue el país de América Latina más vinculado a China. Una de las estrategias de la apertura económica de China se basó en conocer la forma de operar de las zonas francas mexicanas.

Todavía en los años del socialismo real, a pesar de no haber relaciones diplomáticas, El volumen total de comercio entre México y China, en valor monetario, pasó de 52 millones de dólares en 1973 a 164 millones de dólares en 1978, con un saldo superavitario para México. En el ámbito de las relaciones bilaterales, la visita de Luis Echeverría Álvarez a Pekín, del 19 al 24 de abril de 1973, donde se firmaron acuerdos culturales y de cooperación consolidaría la relación bilateral y marcarían la pauta que desde entonces el presidente mexicano en turno viajara de manera oficial a esa ciudad capital, apertura que se mantiene en la actualidad. En cambio, a partir de mayo de 1990 el gobierno chino hizo ese tipo de visitas a México, con la presencia del presidente Yan Shangkun. En noviembre de 1997, el presidente Jiang Zemin realizó otra visita oficial, en septiembre de 2005, el presidente, Hu Hintao, y en junio de 2013 el actual presidente chino Xi Jinping visitó México.

Asimismo, México era el país fuerte, ya que aún estaba en el ambiente internacional el reconocimiento al “milagro económico mexicano”, en el que el país había registrado tasas de crecimiento económico superiores a 6% en promedio anual. China, por su parte, presentaba problemas estructurales, tanto de índole económico como político, que la estaban llevando al precipicio, en particular por las estrategias económicas seguidas durante los años del llamado Gran Salto Adelante (GSA) y la Revolución Cultura Obrero Proletaria (RCOP) de 1966-1969.

2.2.2. 1978-1990: Cambios en los modelos de desarrollo económico

Durante la década de los ochenta, México despertó del sueño de convertirse en un país desarrollado basando su desarrollo económico en la industria petrolera, modelo que llevo a México a experimentar la primer gran crisis económica en su historia reciente (aunque

en 1932 la economía mexicana había registrado un decrecimiento de alrededor de -15%) por la fuerte caída en los precios del petróleo y el resurgimiento ampliado de la deuda externa (negociada a tasas fijas con la comunidad internacional, y que registró cantidades cercanas a los 100 mil millones de dólares.

Al inicio de esta década, la caída del producto interno bruto (PIB) de -0.5% marcó el regreso a los años de inestabilidad económica. Lo anterior llevó a México a sustituir su modelo de desarrollo económico de industrialización por sustitución de importaciones (ISI) con base en la apertura comercial y la liberalización financiera, así como la desregulación de los mercados y una mano de obra barata, intentó hacer del país una potencia económica media a partir de la exportación de bienes manufacturados.

China, por su parte, pasados los años de inestabilidad política y social de las dos terceras partes de los años setenta, se embarcó, en 1978, en un proceso de cambio y apertura económica, que dio como resultado la sustitución del viejo modelo socialista puro, autárquico, por un nuevo modelo de desarrollo económico y la apertura externa, con base en la reforma económica institucional y la apertura gradual de la economía y el territorio a las relaciones económicas internacionales.

Esta etapa marca para ambos países el inicio de una aventura económica que los llevaría a confrontaciones futuras. Por el momento, su relación comercial siguió siendo de bajo perfil, ya que los dos estaban creando las bases para su modelo económico basado en las exportaciones. México mantuvo el liderazgo en el intercambio comercial, aunque sus exportaciones a China no rebasaban los 200 millones de dólares (las exportaciones hacia Estados Unidos concentraban más de la mitad de sus exportaciones totales) (Ver Tabla 1). Sin embargo, hacia al final de la década de los ochentas el comercio bilateral con China

empezaba a mostrar síntomas de cierto dinamismo y, en 1989, ese país registra por primera vez un superávit en su relación comercial con México, el cual crecería de manera casi exponencial en la siguiente década.

No obstante este intercambio comercial se concentraba en productos primarios y poco intensivos en capital: materias primas e insumos para los procesos agrícolas y de la industria manufacturera. Sin embargo, los tipos de especialización productiva y la apertura hacia la economía internacional los llevaría a competir en mercados externos y a confrontar sus modelos de desarrollo económico, por sus resultados económicos y sociales.

Tabla 1.

Comercio exterior México, China y Estados Unidos

En millones de Dólares

Pais	C. E.	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990
Total	Imp.	nd	nd	nd	nd	nd	nd	10,457.00	12,223.00	18,896.00	23,140.00	29,775.00
	Exp.	15,441.00	19,302.00	21,053.00	21,774.00	23,578.00	21,772.00	14,329.00	20,656.00	20,565.00	22,765.00	26,779.00
China	Imp.							44.00	45.00	105.00	195.00	315.00
	Exp.	97.00	169.00	77.00	58.00	99.00	86.00	100.00	130.00	180.00	94.00	69.00
Estados Unidos	Imp.	nd	nd	nd	nd	nd	nd	6,802.00	7,876.00	12,612.00	15,817.00	19,164.00
	Exp.	nd	nd	nd	nd	nd	nd	9,581.00	13,322.00	13,534.00	15,883.00	18,748.00

Fuente: Gonzalez J (2008, p. 60)

2.2.3. 1990-2000: Primeros desencuentros

A finales de la década de los ochentas, ambos países ya habían recorrido los primeros años de sus respectivos modelos de desarrollo económico de orientación externa y, en lo político, empezaban a desempeñar un nuevo papel en sus relaciones internacionales. La apertura comercial le estaba generando buenos resultados a México, sobre todo por la política económica de corte neoliberal que se inauguró en el sexenio de Miguel de la Madrid Hurtado (1982-1988), con el nuevo modelo de desarrollo y una retirada del Estado en los sectores industrial, agrícola, comercial y de servicios, pero sobre todo, social. China, por su parte, enfrentaba los primeros cambios del modelo de reforma y

apertura económica y ya había retrocedido en su intento de abrir el territorio de la región costera al exterior.

Ante las perspectivas internas y externas de ambos países, México optó por la apertura acelerada de la economía y China por la estrategia gradual de modelo dirigido por el Estado y con el mercado asignando los recursos y factores de la producción. A partir de sus estrategias, basadas en la dualidad diferenciada del Estado al mando, en China, y Mercado al mando, en México, ambos países fijaron sus metas y objetivos para convertirse en potencias económicas y comerciales. En este decenio, las expectativas y los datos del comercio exterior favorecían a México, en 1984 las exportaciones de México sumaban 26 563 millones de dólares y las de China, 24 871 millones de dólares, valores muy cercanos entre sí. Sin embargo, una de las grandes diferencias era que México una vez más pretendía convertirse en una potencia exportadora en unos cuantos años (mediados de los años noventa), mientras que China lo planteaba en un mediano y un largo plazo (para 2000 y 2020). Ambas naciones buscaron encontrar en la economía internacional mercados y recursos económicos para soportar sus modelos de desarrollo. México inició una apertura comercial unilateral, ingresó al Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y comercio (GATT, por sus siglas en inglés) y estableció las bases para firmar acuerdos de libre comercio, entre los que destaca el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), y la diversificación comercial de países y mercados. Los dos países se insertaron en la economía internacional a partir de sus ventajas comparativas y competitivas. Los bajos costos salariales fueron un factor que detonó el éxito de ambos modelos, sin embargo China registraba costos salariales inferiores a México lo cual inclino la balanza comercial a su favor. La crisis de la economía mexicana de 1994-1995

fue uno de los factores que evidenciaron las fallas del modelo de desarrollo económico optado por México basado en las exportaciones. El factor principal que ayudó a México a salir de esa crisis fue el rescate de Estados Unidos y el crédito emergente de 54 mil millones de dólares respaldado con la facturación petrolera. La dependencia de la economía mexicana respecto a la estadounidense se acentuó a partir de esa crisis. En los hechos, la diversificación comercial fue un fracaso, ya que a partir del TLCAN la proporción del comercio de México con Estados Unidos respecto a su comercio exterior total ha oscilado entre 60 y 80 %.

La crisis económica de México acentuó sus desequilibrios comerciales, en particular con la región asiática del Pacífico, con la que no firmó acuerdo alguno de libre comercio, aun cuando Japón, Corea del Sur y China mantenían, cada uno por separado, una fuerte presencia en América y veían a América Latina como una región en expansión para ampliar sus mercados.

Desde 1989, China logró cambiar el signo de la relación, al registrar un superávit comercial con México, aunque el monto no fue muy grande. Mientras el modelo de desarrollo económico chino estaba en formación en los primeros años del decenio de los ochenta, el saldo favoreció a México, pero, una vez que la estrategia de inserción internacional de China empezó a generar mercancías de bajo valor agregado, en sectores tradicionales, en gran cuantía, y cuando las corporaciones transnacionales y las grandes empresas estatales chinas dedicadas al comercio exterior empezaron a conocer y a adecuarse a las reglas del juego económico internacional, la situación cambió definitivamente.

Asimismo, China empezó a registrar tasas de crecimiento del comercio internacional del orden de 15% anual y una tasa de crecimiento del PIB, superior a 8%, por el momento de manera sostenida y sin cambios abruptos. Este crecimiento económico alto y sostenido, con el comercio exterior como motor, pronto le empezó a dar resultados en las relaciones comerciales internacionales y bilaterales, y lo llevó a registrar superávit comerciales con el exterior y en particular con México.

A partir de la década de los noventa, la relación favorece definitivamente a China y si bien hasta 1996 el déficit no rebasaba los mil millones de dólares, a partir de 1997 los superan hasta llegar, en 2015, a más de 60 291 millones de dólares (Ver Tabla 2).

Tabla 2.

Balanza Comercial México - China

			Valores en miles de dólares	
Año	Exportaciones	Importaciones	Comercio	Balanza
			Total	Comercial
1993	44,782	386,449	431,231	-341,667
1994	42,162	499,655	541,817	-457,493
1995	37,002	520,580	557,582	-483,578
1996	38,277	759,704	797,981	-721,427
1997	45,882	1,247,376	1,293,258	-1,201,494
1998	105,977	1,616,494	1,722,471	-1,510,517
1999	126,338	1,921,057	2,047,395	-1,794,719
2000	203,586	2,879,620	3,083,206	-2,676,034
2001	281,774	4,027,253	4,309,027	-3,745,479
2002	653,913	6,274,381	6,928,294	-5,620,468
2003	974,369	9,400,591	10,374,960	-8,426,222
2004	986,304	14,373,843	15,360,147	-13,387,539
2005	1,135,544	17,696,338	18,831,882	-16,560,794
2006	1,688,107	24,438,279	26,126,386	-22,750,172
2007	1,895,338	29,743,656	31,638,994	-27,848,318
2008	2,044,750	34,690,310	36,735,060	-32,645,560
2009	2,207,788	32,528,967	34,736,755	-30,321,179
2010	4,182,842	45,607,551	49,790,393	-41,424,709
2011	5,964,225	52,248,003	58,212,228	-46,283,778
2012	5,720,732	56,936,129	62,656,861	-51,215,397
2013	6,468,508	61,321,376	67,789,884	-54,852,868
2014	5,964,125	66,255,959	72,220,084	-60,291,834
2015 /1	1,571,588	20,979,398	22,550,986	-19,407,810

Fuente: Secretaría de Economía (2015)

México, en cambio, padeció crecimiento cero en la década de los ochenta, intensificó su política comercial liberal al grado de convertirse en el primer país subdesarrollado de la región de América Latina que firmó un acuerdo de libre comercio con la principal

economía del mundo, con lo que instauró una política comercial internacional de firmas de acuerdos de libre comercio.

China, por su parte, luego de que en 1986 intentó ingresar al GATT y no lo logró, continuó con su política económica, guiada por el Estado, con una política industrial y comercial proactivas, que favorece el desarrollo de sectores y actividades estratégicas, con el sector externo como el motor de la economía así como con sus ventajas comparativas naturales, de bajos costos laborales y de la canalización de importantes sumas de inversión tanto pública como como privada, esta última en la modalidad de inversión extranjera directa.

En la década de los noventa, se presentan las primeras fricciones entre México y China, ya que compiten en la producción de bienes intensivos en mano de obra, de bajo nivel tecnológico y con bajos niveles salariales, como los textiles y el vestido, el plástico y los juguetes, cueros y zapatos, electrónicos, entre otros.

El nivel salarial de China es, en términos globales, entre tres y siete veces menor que el costo de la mano de obra en México; de ahí, gran parte de los problemas que se presentaron a partir de 1993, cuando México empezó a imponer cuotas compensatorias y aranceles superiores a 1000% a diversos productos provenientes de China, que ya estaban desplazando a la producción nacional en el propio mercado mexicano.

Desde 1993, México empezó a imponer sanciones arancelarias a China, con el argumento de competencia desleal, dumping y recientemente de dumping social. La competencia de productos chinos en el mercado mexicano ocasionó la quiebra de miles de micro y pequeñas empresas: el precio de aquéllos era menor que el de los mexicanos y su calidad, dudosa, por los materiales con los que se elaboraban, lo que se agravó con el

contrabando, el comercio triangular desde los Estados Unidos y la corrupción de las aduanas de ambos países.

En el fondo, éstos fueron los principales problemas que han opacado la buena relación que tenían ambos países desde el restablecimiento de sus relaciones diplomáticas, y fueron el motivo principal por el cual México fue el último país que otorgó la carta de postulación para que China ingresara a la Organización Mundial del Comercio (OMC) en 2001, cuando ese país cumplía desde 1999-2000 con las principales estipulaciones del nuevo organismo del comercio mundial.

En resumen, durante el decenio de los noventa, las relaciones bilaterales se empañaron por los desencuentros registrados sobre todo en el mercado mexicano, que se vio sometido a la competencia internacional sin una estrategia económica clara y con un modelo fracturado de origen y que se magnificó en la crisis de 1994-1995. China, en cambio, consolidó su modelo y estrategia de desarrollo económico con la crisis asiática de 1997-1998, cuando decidió adoptar una nueva política económica y comercial internacional que, a la vez que consolidaba sus mercados y áreas estratégicas, volvía la mirada hacia el mercado interno con base en el estímulo al consumo, pero sobre todo en la inversión de infraestructura y vivienda, para hacer frente a los problemas de desequilibrios regionales y de inequidad en la distribución del ingreso.

2.2.4. 2000-Actualidad: Restablecimiento de la relación

En esta década las exportaciones de China crecieron de manera exponencial debido a su admisión a la OMC en diciembre de 2001, lo que llevó a este país a desplazar a Alemania en 2009 como principal potencia exportadora. El año de su admisión representó 4.5% del comercio mundial y 9.7 % en la actualidad. Desde 1992, con el inicio de las nuevas

reformas económicas, que concluirían en 1994, se habían generado las bases para el crecimiento económico, pero también de sus importaciones, lo que llevaría a ese país a convertirse en un importador neto de petróleo y en el primer consumidor mundial de insumos y materias primas como el cobre, hierro, zinc, productos que ya obtenía de los países subdesarrollados de África y Asia del Pacífico, pero que recientemente ha adquirido de América Latina.

En relación con los resultados de ambos modelos económicos promotores de exportaciones, en el año 2010 México exportó 298 138 millones de dólares y China una cantidad 5.3 veces mayor: 1 581 245 millones de dólares. Por este crecimiento y el valor de las exportaciones de China, en la actualidad representan alrededor de 10% del comercio mundial de mercancías. Para México esta relación sigue teniendo la balanza inclinada en su contra ya que por cada dólar que México exporta a China, México importa solamente 12 (2014).

El comercio entre México y China ha crecido de manera exponencial. China es el segundo socio comercial de México, mientras que México ha pasado a ser el tercer socio comercial de China en América Latina, detrás de Brasil y Chile, con la perspectiva de ser superado en el futuro por Perú, quien tiene desde 2010 un acuerdo de libre comercio con China. Costa Rica también firmó un acuerdo de libre comercio con ese país, el cual entró en vigor el primero de agosto de 2011. Así, mientras que China ha logrado una buena relación con varios países de América Latina, con México, en cambio, ha tenido principalmente tensiones comerciales desde antes haber ingresado a la OMC, y estas tensiones comerciales se han presentado de nuevo, después del primer vencimiento de la aplicación del año de gracia que México obtuvo de China en 2001 y que venció en 2007.

En 2007 y 2008, entre ambos países surgieron tensiones por renegociar la aplicación de medidas compensatorias por parte de México a los productos chinos. Estas medidas se levantaron el 12 de diciembre de 2011, cuando México declaró que ya no aplicará más las medidas de transición y que el arancel promedio a las exportaciones chinas oscilará entre 20 y 30 % del precio de mercado. Con esta decisión, México termina con un decenio de imposiciones arancelarias a China y abre la posibilidad de un mayor comercio entre ambos países.

Sin duda alguna, el futuro de la relación comercial tomara otra dirección y podrá beneficiar a México, siempre y cuando éste sepa canalizar el efecto positivo que la decisión produjo en la parte china.

Después de esa resolución, México podría analizar seriamente la posibilidad de otorgar a China el reconocimiento de economía de mercado y de, en ese orden, darse la oportunidad de explorar las posibilidades de ser el cuarto país de América Latina con el que China firme un tratado de libre comercio.

El mayor avance en materia de cooperación económica entre los dos países hasta antes del 12 de diciembre de 2011 lo constituye la negociación del Acuerdo para la Protección y Promoción Recíproca de las Inversiones (APPRI) firmado el 11 de julio de 2008 y ratificado el 31 de marzo de 2009 por la Cámara de Senadores de México. Sin embargo, por el momento sus resultados son poco alentadores, por la cuantía de la inversión directa mutua registrada reciente e históricamente entre ambos países.

En efecto, China se ha convertido en un importante inversionista en el mundo, sobre todo en los dos últimos decenios, cuando ha invertido en países subdesarrollados de

África, Asia y América Latina, en recursos naturales, materias primas, industria alimentaria y empresas del ambiente y de la comunicación.

De esa inversión, México sólo recibe alrededor de 160 millones de dólares; China registra menos de 100 millones de dólares de la parte mexicana. En el 2003, por los problemas comerciales sostenidos desde décadas anteriores, ambos países acordaron la creación de una Asociación Estratégica, que dio lugar en agosto de 2004 a la creación de la Comisión Binacional Permanente, que se reúne cada dos años desde 2004, y por cuarta ocasión en julio de 2010 en la ciudad de México. Esta comisión analiza y decide sobre temas económicos, políticos, comerciales, aduaneros, agrícolas, de inspección y cuarentena, cooperación educativa, deportiva, cultural, científico-tecnológica, desarrollo social, turismo y comunicaciones y transportes.

Esa comisión planteó un Programa el Acción Conjunta 2011-2015 que abre la posibilidad a una verdadera relación de amistad y de beneficio mutuo, para lo cual ambos países deberán dar más de lo que han dado hasta este momento, ya que, si bien mantienen relaciones normales, su potencial aún se encuentra muy lejos de su alcance real.

2.2.5. *Balanza Comercial*

La relación comercial entre México y China se basa principalmente en la importación de productos de manufactura de China a México y en la exportación de materias primas de México a ese país. De acuerdo a datos de la Secretaría de Economía (SE) el comercio total de importaciones y exportaciones para el año 2014 correspondió a 72,000 millones de dólares de los cuáles únicamente el 8% fueron de importaciones hacia China. Esto nos indica que existe un claro déficit comercial entre ambos países, en una proporción de ocho a uno.

La estructura exportadora de China estuvo caracterizada por productos primarios y de nivel tecnológico bajo, que combinados con su coste de mano de obra barato, les ha llevado a competir fuertemente en el mercado internacional, en particular con los productos mexicanos en EEUU, el principal mercado exterior de México, llegando a desplazar a México del segundo lugar como proveedor de EEUU desde el 2003. Las exportaciones chinas compiten con las mexicanas en particular en los productos de los sectores automotriz, autopartes, eléctricos, textiles (el retroceso ha sido pronunciado en la cadena de hilo-tejido-confección), juguetes, electrónica, instrumentos y aparatos de óptica y muebles. Las exportaciones chinas no compiten con las mexicanas de frutos comestibles, café, pescados, crustáceos, combustibles minerales y azúcares, legumbres y hortalizas.

Por otro lado, China es hoy en día el segundo proveedor de México, con el que se registra un fuerte déficit comercial, en una proporción de 8 a 1 entre las importaciones y exportaciones bilaterales, la mayor parte de las importaciones mexicanas son de bienes intermedios (77 % de las importaciones de China), no de bienes de consumo final (un 9%). Estas importaciones afectan al nivel de producción, al tejido productivo y a los ingresos.

Durante 2014 las exportaciones totales de México al mundo totalizaron 397,536 millones de dólares de acuerdo con la información del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), lo que implica un incremento de 4.6 % respecto a las exportaciones totales registradas en 2013. No obstante, cabe señalar que mientras las exportaciones totales de México muestran este dinamismo, las ventas a China reportan un retroceso de 7 % al haber pasado de 6,468 millones de dólares en 2013 a 5,964 millones de dólares en los mismos meses de 2014. Por el lado de las importaciones totales por parte de México,

tenemos que en 2014, éstas sumaron 399,977 millones de dólares, lo que implica un aumento de 4.9 % respecto al monto importado en 2013. En este contexto se debe destacar que las importaciones provenientes de China crecieron más rápido que las totales, ya que éstas pasaron de 61,321 millones de dólares en 2013 a 66,255 millones de dólares en 2014, lo que implica un aumento de 8 %.

De esta manera, China aumentó su importancia relativa como proveedor de mercancías a México al pasar de 15.83 % del total en 2013 a 16.23 % en 2014. De esta manera la relación comercial con China es completamente desequilibrada con México, China adquiere solo 1.5 % de lo que de las exportaciones mexicanas, mientras que México adquiere a China el 16.56 % de todo lo que se importa al país, es de suponerse que el ya de por sí gran déficit en la balanza comercial que teníamos con dicha nación asiática se deterioró aún más en perjuicio de la producción y empleos en México, y en favor de estas variables en China.

Si esta tendencia continúa limitaría fuertemente las posibilidades de crecimiento económico en México y más bien seguiremos contribuyendo para que China se consolide como potencia económica global.

En cuanto a las relaciones entre estas dos naciones, la perspectiva es que se sigan desarrollando positivamente. Condicionados al ascenso chino como actor global y a la situación estratégica de México en América del Norte. Algo que puede ayudar en relación es buscar las causas del extraordinario desarrollo chino. México debe tratar de aprovechar las oportunidades del mercado chino, para modificar su estructura económica y exportadora, hacia productos de mayor valor agregado, avanzados tecnológicamente. Esto contribuirá a mejorar la Balanza comercial con China y otras áreas, buscando, por

ejemplo, proyectos conjuntos en nuevas actividades, alianzas, no sólo productivas de bienes y servicios, sino también en innovación, ambiental y social. Y desarrollar las potencialidades en productos tradicionales y diferenciados que sean atractivos para el mercado chino.

3. METODOLOGÍA

3.1. Justificación del trabajo

El exitoso desarrollo de la economía china en las últimas décadas ha llamado la atención de diversos gobiernos y analistas, entre otros. China es foco de atención para muchos empresarios que quieren exportar, pero la complejidad y peculiaridades de su mercado hace imprescindible conocer las reglas del juego para lograr la meta.

México a lo largo de su historia ha pasado por varios cambios en la implementación de modelos económicos, buscando salir del grupo de países sub desarrollados a formar parte de la lista selecta de economías mundiales desarrolladas. Si bien todos los intentos han fracasado no quiere decir que los productores Mexicanos no puedan utilizar las relaciones bilaterales entre las naciones y buscar ampliar sus mercados incursionando o expandiéndose a otros territorios. En el caso particular de China como se ha comentado a lo largo de este trabajo, China es una economía en constante desarrollo y por consecuencia no puede dar abasto a todas las necesidades que la población demanda. Actualmente existen varios sectores en los que México podría sacar provecho y ver a China como un socio comercial y no como un enemigo en potencia.

Actualmente la balanza comercial entre estas dos naciones, (México exporta un 11% a China en comparación de lo que importa de esa nación), presenta una clara desventaja para los mexicanos, sin embargo esto puede ser temporal, ya que la clase media en china es de 200 millones de personas, (se estima que para 2030 se duplique) cifra que ha ido aumentando desde inicios del año 2000. Siguiendo a Linder y la teoría de productos diferenciados, la apertura de China al mundo, y el crecimiento de su clase media, ha hecho

que el ciudadano chino esté cada vez más preparado a nivel cultural, y esto tiene también consecuencias sobre sus preferencias y consumos.

Muchos de ellos han salido al extranjero para estudiar, e incluso se pueden permitir el lujo de viajar fuera del país en sus vacaciones, incorporando en sus hábitos de consumo costumbres occidentales, tales como tomar café, salir a comer o cenar con los amigos, e incluso beber una copa de vino o una cerveza.

¿A qué productos afecta esto? Pues directamente a todos aquellos que antes no consumían y ahora son cada vez más apreciados, como pueden ser el café, la leche, el chocolate, los productos de panadería y confitería, cerveza y otros licores, etc.

Conocida esta realidad en China, ahora cabe pensar cuáles son aquellos productos mexicanos que pueden comenzar a consumir la población china de manera constante o periódica.

3.2. Objetivo General

Este texto tiene como objetivo general plantear a China como un socio comercial factible para la exportación de productos diferenciados mexicanos para abastecer las necesidades nuevas y crecientes que China requiere en la actualidad.

3.3. Objetivo Particular

El objetivo particular de este texto es el de dar a conocer la situación comercial entre México y China y las posibilidades que existen para incursionar en el mercado Chino con productos hechos en México.

3.4. Hipótesis

La incursión de productos mexicanos al consumo del mercado chino, así como el incremento en las exportaciones mexicanas a China lo cual permitiría equilibrar la balanza comercial con esta nación.

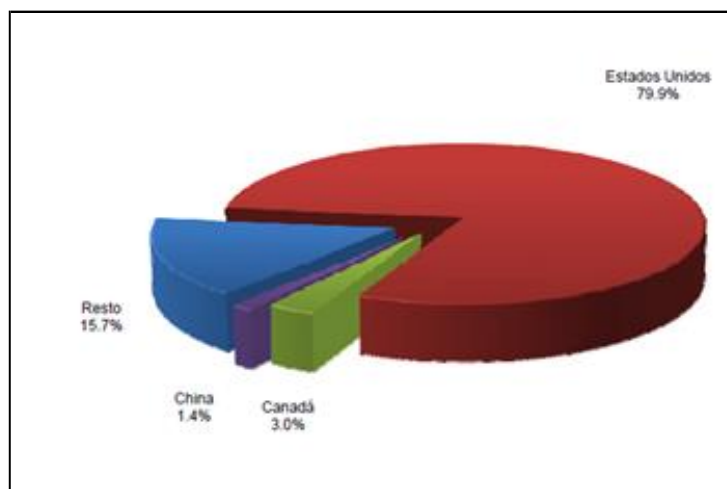
3.5. Tipo de investigación

El tipo de investigación que se eligió es bibliográfica, Se recolectaron y revisaron publicaciones nacionales e internacionales, así como artículos de prensa e información presentada en diversos dominios web de organismos internacionales.

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Actualmente; México depende de gran medida de la relación comercial con Estados Unidos de Norteamérica, ya que representa el 80% de las exportaciones totales (Ver Figura 3), si Estados Unidos sigue enfocando sus relaciones comerciales con otras naciones, esto afectara directamente a la economía mexicana al disminuir paulatinamente las exportaciones mexicanas, debemos de recordar que México fue desplazado por China como segundo socio comercial para Estados Unidos en el 2003. Estados Unidos tiene muy claro lo que quiere de Asia, región a la que exporta dos terceras partes de su producción agrícola e importa muchos bienes y servicios. Por lo cual no debe considerarse a China como competidor, sino como una oportunidad, China es un mercado en constante expansión. El sector empresarial mexicano puede beneficiarse de la gran cantidad de nichos de mercado que ese país ofrece.

Figura 3. Exportaciones Mexicanas por país



Fuente: Secretaria de Economía (2015)

China ha crecido en las últimas décadas a una tasa promedio anual de 10%, basado en un modelo económico regido por el estado enfocado a la atracción de Inversión

Extranjera Directa (IED), la producción hacia la exportación, reformas internas hacia una economía de mercado, mismas que le permitieron un rápido ascenso a nivel internacional (CEPAL 2010). Actualmente es el primer exportador mundial (10% del total mundial) desde el 2009, el segundo importador mundial (9%), es la segunda mayor economía desde el 2010, desplazando a Japón, actualmente es un factor de crecimiento y financiamiento mundial y de influencia en los asuntos internacionales. La recesión internacional, 2007-2012, casi no la ha afectado, pues ha continuado creciendo, aunque a tasas menores, pero mayores que el promedio mundial; Sin embargo durante 2015 China se ve afectado por la economía abierta a la que se encuentra expuesta, en Agosto de 2015 devaluó su moneda en un 3%, porcentaje más elevado presentado desde el 2012. Así como la disminución en las perspectivas para el siguiente decenio es que siga creciendo alrededor del 7%.

China se considera como un mercado estratégico, que ocupa actualmente una de las primeras posiciones mundiales por su tamaño, crecimiento y demanda de productos de calidad y valor añadido, ante el increíble crecimiento de la clase media. Es el segundo mercado mundial con mayor demanda de productos extranjeros.

Se espera que el consumo de China aumente cerca de cuatro veces entre 2013 y 2024, según ha informado la compañía mundial de análisis e información industrial Londres IHS Inc. Se prevé que el porcentaje de participación de China en el PIB mundial se incremente de alrededor de 12% en 2013 a 20% en 2025.

En 2104 sobresalía como el 5º mayor mercado mundial para los productos de lujo, a continuación de Estados Unidos, Japón, Italia y Francia. Las perspectivas del mercado chino continúan y se potencian con una clase media que continuará creciendo hasta alcanzar más de 500 millones en 2030.

El comercio representa casi la mitad del PIB de China. Con un superávit comercial cuantioso en los últimos años, China se convirtió en el mayor exportador del mundo y ocupa el segundo puesto en la clasificación de importadores.

En 2014, el superávit comercial chino alcanzó más de 382 mil millones de USD, al tiempo que las exportaciones aumentaron 6,1% con respecto a 2013, y las importaciones se frenaron (+0.4% con respecto a 2013). (Tabla 3)

Tabla 3.

Exportaciones e Importaciones de China

Indicadores de comercio exterior	2010	2011	2012	2013	2014
Importación de bienes (millones de USD)	1.396.247	1.743.484	1.818.405	1.950.383	-
Exportación de bienes (millones de USD)	1.577.754	1.898.381	2.048.710	2.209.626	-
Importación de servicios (millones de USD)	192.174	237.003	280.164	329.124	-
Exportación de servicios (millones de USD)	161.210	175.670	190.440	207.018	-
Importación de bienes y servicios (crecimiento anual en %)	20,4	12,0	8,2	10,8	-
Exportación de bienes y servicios (crecimiento anual en %)	27,7	10,3	7,0	8,7	-
Importación de bienes y servicios (en % del PIB)	23,2	23,4	21,5	20,6	18,9
Exportación de bienes y servicios (en % del PIB)	26,2	25,5	24,2	23,3	22,6
Balanza comercial (millones de USD)	245.539	236.050	297.746	351.766	-
Comercio exterior (en % del PIB)	49,3	48,8	45,7	43,9	41,5

Fuente: Banco Mundial (2015)

Los principales socios comerciales de China son los países del sudeste asiático, Estados Unidos y la Unión Europea, como se puede apreciar en la gráfica 6, Corea del sur es el principal importador de productos en China con el 9.7% mientras que Estados Unidos es el principal destino de productos chinos con el 17% de sus exportaciones. La distribución de las exportaciones de China no depende en su mayoría de una sola nación como es el caso de México. (Ver Tabla 4)

Tabla 4.

Principales países asociados de China

Clientes principales (% de las exportaciones)		Principales proveedores (% de las importaciones)	
2014		2014	
Estados Unidos	17,0%	Corea del Sur	9,7%
Hong Kong	15,5%	Japón	8,3%
Japón	6,4%	Estados Unidos	8,2%
Corea del Sur	4,3%	China 🇨🇳	7,4%
Alemania	3,1%	Alemania	5,4%
Países Bajos	2,8%	Australia	5,0%
Vietnam	2,7%	Malasia	2,8%
Reino Unido	2,4%	Brasil	2,6%
India	2,3%	Arabia Saudita	2,5%
Rusia	2,3%	Sudáfrica	2,3%

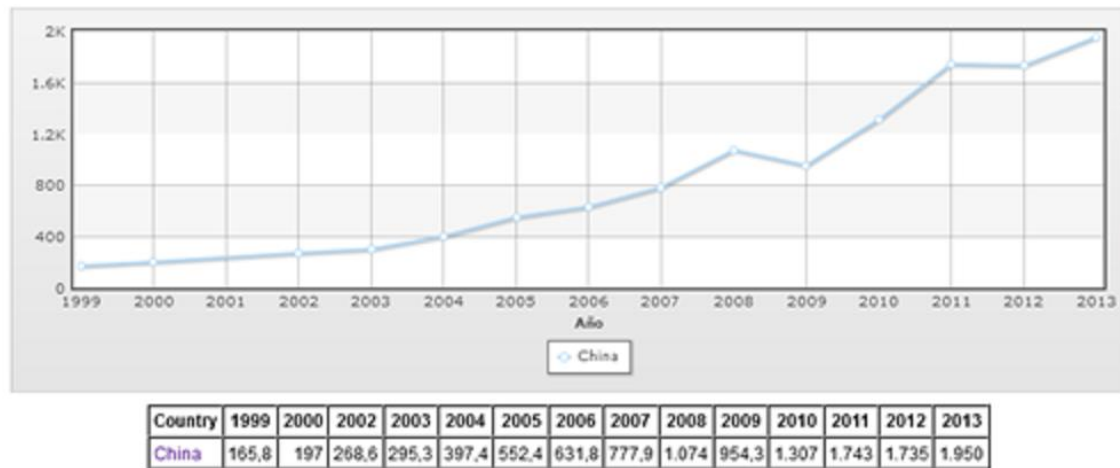
Fuente: Banco Mundial (2015)

La relación comercial entre China y México está enfocada en unos cuantos productos, las importaciones principalmente son: equipos de electrónica, aparatos electrónicos, equipos y accesorios de audio y video, equipamiento mecánico y accesorios, juguetes, video juegos, productos de óptica y fotografía, equipo médico y diferentes productos plásticos.

Las exportaciones mexicanas a China en su mayoría son las auto partes que representan un 25% del total de exportaciones, de ahí le siguen varias materias primas como el cobre, minerales como el hierro, acero y aluminio (37.4%).

4.1. Principales productos Importados por China

En los últimos 30 años, China ha tomado importantes decisiones en diversos niveles, que la han llevado a ser una economía con un desarrollo acelerado. Este crecimiento ha llevado a China en aumentar sus importaciones de 165 millones de dólares en 1999 hasta 1,950 millones de dólares en 2013 (Ver Figura 4) con el fin de abastecer la demanda requerida.

Figura 4. Importaciones de China

Fuente: CIA World factbook (2015)

En el año 2013 las importaciones alcanzaron los 1,950 millones de dólares, por encima de los 1,735 millones sumados el año anterior, lo cual se traduce incremento anual 11%

Al desagregar las categorías se encuentra que el 36.4% son Maquinarias y equipos de transporte, el 16.2% Combustibles y lubricantes minerales y productos conexos, y el 14.7% Materiales crudos no comestibles, excepto los combustibles. Al comparar la variación de las distintas categorías entre 2003 y 2013, en todos los casos se detectaron alzas pero se destaca el crecimiento de las importaciones del rubro Otras mercancías y operaciones, con un 8,052%; seguido por el rubro Combustibles y lubricantes minerales y productos conexos, con un 979.7%; Bebidas y tabaco, con un 820.4%; y Materiales crudos no comestibles, excepto los combustibles, con un 739.3%. (Ver tabla 5)

Respecto del origen de las importaciones, se evidenció la preponderancia de las compras a Corea del Sur por un monto total de 183 mil millones de dólares,

equivalente a un 9.4%; seguido por Japón, con 162 mil millones (8.3%); y como tercer mayor proveedor se situó Estados Unidos con 153 mil millones el 7.9 % del total de las compras chinas.

En relación a 2012, las compras de Corea del Sur se incrementaron un 8.5%, mientras que aquellas de Japón cayeron un 8.8%. Por su parte, las importaciones con origen en Estados Unidos registraron un incremento de 14.7 %.

De acuerdo a los últimos datos publicados, China ocupa el lugar número 2 en el ranking mundial de importadores, debajo de Estados Unidos y por encima de Alemania, es decir que mejoró su importancia relativa a nivel global en relación a principios de siglo (puesto 19) y se mantuvo respecto de 2010. Por otro lado, a modo comparativo, se puede observar que los países que en 1980 se encontraban a un puesto de distancia de China – México(21) y Taiwán (23)–, en 2013 se ubicaron en la posiciones 14 y 18, respectivamente.

Tabla 5.

Composición de las Importaciones Chinas

Fuente: Departamento de Economía CAC en base a UNComtrade (2013)

4.2. Productos mexicanos exportados a China

Cuatro décadas han pasado desde que se iniciaron las relaciones bilaterales entre México y China, el intercambio comercial entre ambas naciones es inequitativo y limitado, e incluso representa un déficit en las exportaciones mexicanas. En 2014, indicaron que las ventas externas a aquel país sumaron 5,950 millones de dólares, contra las importaciones que fueron de más de 65,000 millones de dólares, es decir, se les compra a los asiáticos cinco veces más de lo que México les vende. Mientras que el intercambio comercial entre ambas naciones inició formalmente en 1974 y en 14 años las inversiones pasaron de 4,300 millones de dólares en el 2001 a más de 72,000 millones al cierre de 2014. (Ver Figura 5)

Figura 5. Exportaciones - Importaciones México - China 2014



Fuente: <http://www.yajupa.com...> (2015)

La actual demanda de productos mexicanos en China representa la posibilidad de acceder a un mercado con enorme potencial de crecimiento.

En la actualidad, China es la segundo mayor fuente de importaciones de México. La maquinaria y productos electrónicos, equipos de transporte, productos minerales y piezas de automóvil son productos principales de exportación de México a China. En los últimos dos años, las exportaciones a China de tequila, carne, mariscos también han experimentado aumentos mayores. En cuanto a las exportaciones chinas a México, además de productos tradicionales como textiles, los productos informáticos y equipos de

comunicaciones han comenzado a entrar en el mercado mexicano, también incluyen productos de materias primas y productos procesados, incluidos productos electrónicos, circuitos integrados y repuestos de automóviles, entre otros. (Ver Figura 6)

Figura 6. Productos mexicanos exportados a China

AGROPECUARIOS	INDUSTRIALES
Aguacate	Tequila y cerveza
Fresa	Hierro, cobre y zinc
Café	Acero
Atún	Aluminio
Pavo, pollo y bovino	Autopartes; chasis para vehículos
Cerdo	Propileno
Salsas de tomate	Polietileno
Piña	Polypropileno (pp)
Tortillas	Baterías
Semillas de árbol	Piel; accesorios de vestir de pieles
Calamar gigante congelado	Plata artesanal
Camarón congelado	Cadmio
Caldo concentrado de pollo	Productos químicos
Fibra de agave	Cloruro de vinilo
Algodón	PVC y resina de PVC
Crema agria	Pararrayos -varistores
Galletas	Nylon/poliéster
Dulces	Polvo de selenio
Chocolate	Ropa deportiva; para hombres o niños

Fuente: Exportanet (2015)

El petróleo, los vehículos y repuestos, todo tipo de metales no ferrosos y productos no metálicos, madera natural y productos de madera, café, frutas tropicales y otros productos mexicanos tienen una competitividad fuerte en el mercado internacional. Si pueden encontrar el punto de ruptura y adentrarse en el enorme mercado de China, no sólo aumentarán las exportaciones de México, sino que también se beneficiará activamente el desarrollo sano del comercio bilateral.

4.3. Oportunidades comerciales para los productos mexicanos en China

China gracias a su creciente clase media es un mercado atractivo para cualquier mercado. Se estima que para el año 2022, más del 75% de los consumidores urbanos de China ganará 9,000 a 34,000 dólares anuales.

Hacia 2030, dos tercios de la población de clase media en el mundo habitarían en la región de Asia-Pacífico, en comparación con un 21% en Europa y América del Norte. La dinámica expansión prevista de la clase media en China y la India podría compensar en parte el estancamiento esperado en América del Norte y Europa. Esta situación resulta además consistente con el mayor énfasis que las autoridades chinas desean otorgar a la demanda interna (y dentro de esta, al consumo) en el crecimiento futuro, en parte como respuesta a la necesidad de reducir los desequilibrios entre las zonas rurales y las urbanas y entre las dinámicas zonas costeras y el interior, más atrasado.

El 12º Plan Quinquenal del Gobierno, adoptado en marzo de 2011, hace hincapié en las reformas económicas continuas y la necesidad de aumentar el consumo interno con el fin de hacer que la economía sea menos dependiente en el futuro de las inversiones fijas, las exportaciones y la industria pesada. Sin embargo, China ha tenido un avance marginal hacia estos objetivos de reequilibrio. El nuevo gobierno del presidente XI Jinping ha dado señales de una mayor disposición a emprender reformas que se centran en la salud económica a largo plazo de China, incluyendo un papel más decisivo en la asignación de recursos. En 2014 China se comprometió a comenzar a limitar las emisiones de dióxido de carbono para el año 2030.

Actualmente varios productos mexicanos ingresan a este mercado a pesar de competir con productos similares, más baratos, de los países asiáticos. El ingreso de

ciertos productos agrícolas a este mercado se encuentra restringido por cuestiones fitosanitarias. Ejemplos de ellos son las frutas frescas diferentes del banano. Y puede haber algunos otros que tendrían que analizarse caso por caso.

En este sentido, se ha desarrollado un análisis en base a estadísticas y publicaciones a fin de determinar qué productos tendrán las mejores oportunidades en China.

Este análisis pretende ser una herramienta referencial para la toma de decisiones y no se han tomado en cuenta gestiones actuales de acceso a mercado.

Los trabajos teóricos y empíricos de Linder (1961) y de quienes se encargaron de redondear sus ideas y corroborar sus hipótesis, junto con las teorías neotecnológicas y los esquemas particulares presentados en el capítulo I, sirvieron de punto de partida para que Krugman (1979, 1980 y 1981), Lancaster (1980), Helpman (1981), Helpman y Krugman (1985), y Grossman y Helpman (1991) sentaran la racionalidad teórica de la existencia del Comercio Intraindustrial como algo distinto al Comercio Internacional. Esto en el marco de lo que se daría en llamar la nueva teoría del comercio internacional, cuyos principales argumentos —por lo menos en lo que se refiere al comercio de productos tangibles— se pueden resumir así:

- Se parte de la existencia, en los países que comercian, de dos sectores, tradicional y manufacturero. Al primero se le da el mismo tratamiento que en la teoría neoclásica, ya que se considera que opera bajo la regla de rendimientos constantes a escala y ventajas comparativas, que elabora productos homogéneos y que sus funciones de producción no varían de un país a otro. Al segundo se le presenta como heterogéneo, ya que está compuesto por una amplia gama de industrias separadas en dos: las que producen bienes idénticos y con las mismas funciones de producción en cualquier

parte del mundo, y las que produce bienes diferenciados de un país a otro y operan con economías de escala y en condiciones de competencia imperfecta.

- A medida que aumentan las exportaciones del grupo de productos diferenciados y se ensanchan los mercados, las economías de escala tienden a ser mayores y por tanto se acentúa la competencia imperfecta.
- Una gran proporción del comercio internacional se realiza entre países con altos niveles de desarrollo, medido en términos de su ingreso per cápita y similares dotaciones de factores. En ellos también los patrones de demanda son muy parecidos. Esto hace que gran parte del comercio que realizan sea de tipo intraindustrial. Helpman y Krugman comentan que a medida que los países son más similares, su comercio es crecientemente de dos direcciones y está constituido por productos elaborados con proporciones de factores similares y cuando la diferenciación de productos es importante, se puede pensar en productos individuales a los que es factible agrupar en industrias. En éstas algunos países producen con diferentes proporciones de factores y se engarzan preponderantemente en comercio interindustrial. Mientras tanto, los países que tienen características similares se engarzan preponderantemente en comercio intraindustrial.
- El comercio intraindustrial es sinónimo de comercio por economías de escala. La importancia relativa del comercio intraindustrial e interindustrial depende de qué tan similares son los países. Por ejemplo si Estados Unidos de América y el resto del mundo son similares en sus relaciones capital-trabajo, habrá poco comercio interindustrial, y el comercio intraindustrial, basado en este caso en las economías de escala, será dominante.

- Para el tratamiento de este paradigma se recurre al modelo de Chamberlin (1933) de competencia monopolística (diferenciación marginal de productos en correspondencia a los gustos y preferencias de los consumidores), ya que el de competencia perfecta resulta inoperante
- Aun así, la teoría no descarta la posibilidad de que algunas ramas del sector industrial de los países menos desarrollados tengan especialización en productos individuales y operen con economías de escala. Esto porque los países pequeños gozarán de ventajas comparativas en los sectores donde la demanda está estandarizada; pero tendrán desventajas en la producción de bienes altamente diferenciados en virtud de que su mercado doméstico no es lo suficientemente grande.

Considerando las siguientes variables que están presentes en China:

- a) China se está abriendo cada vez más, sus aranceles y requisitos están bajando y, dado su tamaño poblacional y económico, constituye una buena oportunidad para las exportaciones mexicanas.
- b) El agudo proceso de industrialización y urbanización de la economía china, ha generado más de 200 millones de habitantes de ingresos medios y altos, (como se ha mencionado anteriormente, se estima que llegue a más de 600 millones para el año 2030) demandantes de productos que bien pueden ser abastecidos (una parte) por productos mexicanos. Es uno de los mercados más grandes del mundo.

En comparación la clase media mexicana contra la China, este segmento social con 38 millones de personas con un PIB de 9,982 USD (tabla 12) representa un 20% de la clase media en China, siendo este segmento un mercado de 383 mil millones de dólares con comparación contra 1,894 mil millones de dólares. (Ver Tabla 6)

Tabla 6.

Clase Media China vs Mexicana 2014

	HABITANTES	PORCENTAJES	USD MILES
CLASE MEDIA CHINA	240,000,000.00		
CLASE MEDIA MEXICO	38,467,307.00		
PODER ADQUISITIVO CHINA (PIB 2014)			\$ 7,892.00
PODER ADQUISITIVO MEXICO (PIB 2015)			\$ 9,980.00
MERCADO CHINO CLASE MEDIA (HABITANTES X PIB)			\$ 1,894,080,000.00
MERCADO CHINO CLASE MEDIA (HABITANTES X PIB)			\$ 383,903,723.86
Gastos de consumo por categoría de productos en % de los gastos totales en China			
Vivienda, agua, electricidad, gas y otros combustibles		18%	\$ 340,934,400.00
Hoteles, cafés y restaurantes		16%	\$ 308,735,040.00
Alimentos y bebidas no alcohólicas		10%	\$ 195,090,240.00
Ocio y cultura		10%	\$ 195,090,240.00
Bienestar social		9%	\$ 160,996,800.00
Transporte		7%	\$ 126,903,360.00
Ropa y calzado		5%	\$ 92,809,920.00
Comunicaciones		3%	\$ 58,716,480.00
Muebles, electrodomésticos y mantenimiento del hogar		2%	\$ 45,457,920.00
Salud		2%	\$ 45,457,920.00
Educación		2%	\$ 34,093,440.00
MERCADO CHINO CLASE MEDIA		85%	1,604,285,760.00
FUENTE: % de consumo datos de las Naciones Unidas y Cifras Banco Mundial			
TABLA PROPIA			

c) China continuará creciendo, por lo menos en los próximos diez a veinte años, a un 8% anual, aunque algo menor que lo que registró, lo que puede significar mayores volúmenes de exportación de México y Latinoamérica en varios sectores (minería, agroindustria y energía, pero no sólo en ellos). Esto constituye una fuente de mejora de los volúmenes y precios que puede aprovecharse para el crecimiento y desarrollo de México.

d) China va a cambiar su estructura productiva, busca producir productos más elaborados, con un mayor peso del software. Esto implicará una mayor demanda de productos básicos e intermedios, donde México puede seguir participando.

- e) Bilateral y multilateral, debe buscar mejorar la cooperación económica, científica, técnica y cultural y atraer la Inversión Extranjera Directa china, pues se está constituyendo en un fuerte inversor.
- f) Aumento de la conciencia medio ambiental, o más bien por la salud (ante los problemas de contaminación que están teniendo). Esto afecta directamente al sector industrial, agrícola y social, así como a todos aquellos relacionados con la mejora de una vida saludable.
- g) Occidentalización de los hábitos de consumo. La apertura de China al mundo, y el crecimiento de su clase media, ha hecho que el ciudadano chino esté cada vez más preparado a nivel cultural, y esto tiene también consecuencias sobre lo que consumen. Como se mencionó anteriormente, la población china está incorporando en sus hábitos de consumo costumbres occidentales, que gradualmente se expandirá la ventana de oportunidades para asimilar la incursión de productos selectos y dirigidos a mercados particulares, influenciados por las tendencias de la moda.

Lo anterior plantea que, en un modelo de competencia monopolística, el comercio de China se conforma por dos tipos de transacciones: Comercio Intraindustrial en el sector manufacturero y Comercio Interindustrial en el resto de sectores. Esto quiere decir que, aunque los países intensivos en mano de obra también producen manufacturas, el grueso de sus exportaciones es de alimentos y el de sus importaciones de manufacturas, mientras en China el esquema es exactamente al revés.

Partiendo de la idea razonable de que China elabora un bien heterogéneo dentro de un mercado de competencia monopolística en que las empresas producen bienes diferenciados. Esto quiere decir que las manufacturas se producen tanto en China como

en el resto del mundo; sin embargo, las empresas ubicadas en el exterior producen bienes diferentes a los chinos.

Así, en China existen oportunidades de negocio en casi todos los sectores, agrícola, salud, tecnología, alimentación, energías renovables y servicios, donde se puede explotar al máximo las necesidades crecientes que presenta la población, sin embargo a continuación se mencionan algunos ejemplos que pueden servir como base para determinar la viabilidad de incursionar al mercado chino.

- Productos de consumo de gama media y alta:
 - Ropa y calzado de marca.
 - Electrónica de consumo.
 - Comida occidental, vino, café, tequila, etc.
 - Nuevos formatos de comercio minorista, franquicias de alimentación.
 - Patrones de consumo cambiantes, la clase media emergente crea demanda de ofertas con buena relación calidad-precio en lugar de tomar decisiones en base sólo al precio.
- Transporte:
 - Infraestructura y servicios.
 - Subcontratación de servicios logísticos nacionales y regionales.
 - Movilidad en aumento de la población, el crecimiento económico requiere una mayor capacidad para transportar bienes internamente y para la exportación.
- Atención sanitaria:
 - Servicios médicos y seguros.

- Servicios para ancianos.
- Equipos y suministros, productos farmacéuticos.
- Productos de nutrición y deportes:
 - El gasto per cápita en servicios sanitarios aún es muy bajo en un sector sanitario, cada vez es más importante llevar un estilo de vida sano. Una población envejecida abre oportunidades en cuanto a servicios para jubilados.
 - Oportunidades principalmente en zonas urbanas, en las que los consumidores empiezan a demandar servicios de mayor nivel.
- Sector inmobiliario:
 - Materiales de construcción.
 - Tecnología de construcción ecológica
 - Decoración de interiores.

Tomando como ejemplo a los alimentos importados a China; Según datos de la Dirección Nacional de Estadísticas de China, reproducidos por Want China Times, las importaciones de alimentos en esa nación han marcado un crecimiento promedio anual en torno al 15% en los últimos cinco años. Se proyecta que para el 2018 el país asiático se convertirá en el mayor importador mundial de alimentos por unos 79,000 millones de dólares al año.

- Productos con fuerte demanda: según el Diario COMEX, entre los productos favorecidos por el mercado chino se encuentran las carnes, lácteos, frutas frescas y procesadas, aceites, conservas de pescados, azúcares o licores. El mercado aumentó

de 77 millones a más de 1,000 millones de dólares en la última década, es decir, unas 13 veces.

Algunas recomendaciones, Contar con un envasado adaptado al gusto chino es clave para tener éxito en el sector de alimentos. Por ejemplo, el portal de Internet Emprendedores detalla que al consumidor chino le gusta ver lo que hay dentro del envoltorio. Además, revela que en ese país es común hacer regalos con alimentos, por eso productos como el vino y el aceite de oliva se vende en cajas con un diseño especial para regalar. Ajustarse al paladar chino: puede ser necesario adaptar los productos a los gustos de los consumidores, aunque este factor depende de las provincias en donde se comercialicen. En el portal Emprendedores, Julia Cajaraville, directora de la Cámara Oficial de Comercio de España en China, detalla que “en el norte les gusta la comida con sabor fuerte, picante; en la provincia de Zhejiang (Shanghái), más dulce; y en el sur prefieren sabores más suaves”. Es importante tener en cuenta que, además de comercializar los productos tradicionales, muchas marcas optan por desarrollar variedades orientadas específicamente al paladar chino, y de esta manera han logrado mayor éxito.

Finalmente, como se demuestra en este capítulo, China presenta una gran oportunidad para emprendedores mexicanos que decidan incursionar al mercado chino para satisfacer la gran y variada demanda en diversos sectores que la población china requiere hoy en día.

CONCLUSIÓN

En el documento se parte de que las relaciones diplomáticas entre China y México son diplomáticamente buenas, aunque existen crecientes diferencias y disputas en los ámbitos económico y comercial. Estas dificultades se reducen a dos tópicos: las reales competencias entre ambas naciones en cuanto a su especialización comercial y el ámbito de las estrategias de desarrollo seguidas durante las últimas dos décadas. En términos generales la relación bilateral requiere de un importante fortalecimiento en temas comerciales, económicos, de turismo, industriales-sectoriales, así como en otros vinculados a los servicios y estadísticas, entre otros.

Las dificultades anteriormente expuestas también reflejan diferentes inserciones al mercado mundial por parte de México y China y dificultades reales e ideológicas en cuanto a estrategias de desarrollo. Sin lugar a dudas, ambas naciones pueden aprender de sus respectivas estrategias de integración al mercado mundial.

China ha sido, y continuará siendo, un actor central del acelerado proceso de cambio en la economía mundial en que nos encontramos inmersos. Se espera que en el año 2017 su producto interno bruto, medido en Paridad de Poder Adquisitivo, supere al de Estados Unidos, transformándose en la primera economía del planeta. Este dato histórico coincide con un drástico reforzamiento de los vínculos comerciales de China con las economías emergentes y en desarrollo. Esto ha supuesto una transformación económica y de los patrones de consumo del país, que su incorporación a la Organización Mundial de Comercio en 2001 no ha hecho sino acelerar. China sigue ganando peso en la actividad económica mundial. De forma paulatina, en el país se está creando una clase media urbana con niveles de poder adquisitivo altos. Este hecho, junto con la creciente urbanización de

las poblaciones chinas, supone in nicho de mercado a productores mexicanos cuyos productos y servicios pueden ser ofrecidos a la creciente demanda.

Es el momento propicio para dar un salto de calidad en la relación con China. Las empresas transnacionales latinoamericanas cuentan con curvas de aprendizaje internacional más avanzadas que muchas empresas chinas, especialmente en banca, servicios financieros y empresariales, energía, minería y agroalimentos. Por ello, en aquellos ámbitos donde estas empresas cuentan con ventajas, es necesario definir pronto políticas innovadoras que permitan acceder a los ingentes recursos de los fondos soberanos chinos, de sus bancos y de sus empresas.

Si México logra avanzar en los procesos de innovación, competitividad, internacionalización de empresas y mayor presencia en cadenas globales o regionales de valor, mejorarían la calidad del empleo y las remuneraciones. En la medida en que estos procesos se complementen con políticas activas de incorporación de las pequeñas y medianas empresas, será posible avanzar simultáneamente en los desafíos de crecimiento, equidad e inserción internacional.

Las empresas extranjeras han tenido experiencias mixtas en sus negocios en China. Hay empresas que han sido extremadamente exitosas y con grandes utilidades mientras que otras han sufrido.

Para tener éxito en China es necesario investigar ampliamente el mercado, investigar cuidadosamente a posibles socios de negocios, asegurarse que se han tomado los pasos necesarios para obtener el pago por sus productos y elaborar cuidadosamente contratos que busquen eliminar malos entendidos.

Sin embargo el crecimiento de las importaciones ha sido impresionante y se espera que dicho crecimiento continúe por muchos años. Es por esto que China es uno de los mercados en el mundo con mayor potencial por lo que muy bien vale la pena hacer un esfuerzo por conocerlo y aprovechar las oportunidades que se presentan para productos mexicanos.

China es una sociedad "colectivista", donde el grupo prima sobre el individuo. En consecuencia, los consumidores chinos se "ajustan" a las normas y reglas del grupo al que pertenecen. La gran pasión por el golf surgida en los últimos años en China (1 millón de golfistas) da fe de esa necesidad de pertenencia a un grupo (el de los ricos) y de la consecuente conformidad de los individuos a las expectativas de ese grupo.

El consumidor chino es muy sensible a las marcas. Los consumidores chinos creen además que el precio es una indicación de la calidad del producto. Los criterios de elección más importantes son el precio y el servicio de los vendedores. Por contrario, la garantía o la posibilidad de devolución de los productos tienen menos relevancia. De un modo general, los chinos conceden una gran importancia a la búsqueda de información anterior a la compra de un producto. La principal fuente de información es la circulación de boca en boca. A los consumidores chinos les gusta ver qué hay disponible, sobre todo cuando se trata de productos extranjeros.

REFERENCIAS

- Appleyard D y Field A, (1997). *Economía Internacional*. (4 ed): México, Mc Graw Hill
- Chacholiades Miltiades (1982), *Economía Internacional*, México: Mc Graw Hill
- Connelly, J y Cornejo R, (1992) *China y América Latina. Génesis y desarrollo de sus relaciones*, México: El Colegio de México
- Donald, R, (1995) Intra-Industry Trade: A Heckscher – Ohlin- Ricardo approach, *Journal of International Economics*
- Dussel, E y Trápaga Y, (2012), *Cuarenta años de la relación entre México y China: acuerdos, desencuentros y futuro*, México: UNAM
- Dussel, E, (2008), *La relación comercial y económica entre China y México: ¿Hacia una abierta confrontación?:* México UNAM,
- Enterprise Ireland, (2013), *Access China, a guide to do business in China*, Dublin,
- Galvan, R,(1998), *Teoría del comercio internacional*, México: S. XX1 Editores
- Gonzalez, J, (2003), *China, reforma económica y apertura externa. Transformación, efectos y desafíos. Un enfoque neoinstitucional*, México, Universidad de Colima, Miguel Ángel Porrúa y Senado de la República, LVIII Legislatura
- Gonzalez, J, (2008) *Retrospectiva de integración de México en la Cuenca del Pacífico*, México: Universidad de Colima y Miguel Ángel Porrúa
- Gutiérrez, R, (2010). La hipótesis de Linder, *La nueva teoría del comercio internacional y comercio intraindustrial Norte – Sur: El caso de las economías emergentes manufactureras*. Tesis Doctoral. Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa, México.

- Hernández, R. (2005). *El comercio exterior de China y su relación con México, Una perspectiva histórica, en México y la Cuenca del Pacífico*, Vol. septiembre.
- Hunt, D, (2011), the Theory of Monopolistic Competition, Texas, *Journal of Macromarketing*, 31 (1)
- Krugman P y Obsfeld M (2006), *Economía Internacional*, Madrid, (7ª ed): Mc Graw Hill.
- Lifu l, Cai F y Li Z,(1996), *The China Miracle. Development Strategy and Economic Reform*, Hong Kong: The Chinese University Press
- Naciones Unidas, (2007) *Oportunidades en la relación económica y comercial entre China y México*, México: Grupo San Jorge
- Villareal, R. & Villeda, R. (2006). *El secreto de China: estrategia de competitividad*. México: Ediciones Ruz.
- Saxon, M, (2007) *An American's guide to doing business in China*, USA, Adams Media, an F+W Publications Company
- Ling, Y, (2011), Nuevas características del comercio exterior de China, vol. 52, (7), *China Hoy*
- ABC.es (5 de junio de 2015), China profundiza su desaceleración. Disponible en: <http://www.abc.es/economia/20150506/abci-china-desaceleracion-economia-201505041937.html>
- Banco Mundia, (2015), Datos de China. Disponible en: <http://datos.bancomundial.org/pais/china>
- Cepal, (Junio 2012), La República Popular China y América Latina y el Caribe Diálogo y cooperación ante los nuevos desafíos de la economía global, Disponible en:

<http://www.politica-china.org/imxd/noticias/doc/1340920039Dialogoycooperacion-ChinaWEB.pdf>

China in crowd, (5 de mayo de 2015), Tendencias y oportunidades en el consumo de alimentos y bebidas en China. Disponible en:

<http://www.chinaincrowd.com/tendencias-y-oportunidades-en-el-consumo-de-alimentos-y-bebidas-en-china/>

COMTRADE, (2015) Datos de China. Disponible en: <http://comtrade.un.org/labs/BIS-trade-in-goods/?reporter=156&partner=484&year=2014&flow=2>

Export Entreprises , (Junio 2015), China: Política y economía, Santandertrade.com.

Disponible en: <https://es.santandertrade.com/analizar-mercados/china/politica-y-economia>

Gobierno de España, (2014), Ficha Pais China. Disponible en:

http://www.exteriores.gob.es/documents/fichaspais/china_ficha%20pais.pdf

Instituto Nacional de Estadística y Geografía, (2015) Datos de México, Disponible en:

<http://www.inegi.org.mx/>

Organismo para la Cooperación y Desarrollo Económico, (Marzo 2015), OECD

Economic Surveys CHINA, Disponible en: <http://www.oecd.org/eco/surveys/China-2015-overview.pdf>

PROMÉXICO, (Septiembre 2013), *Oportunidades para México en la región asiática*.

Disponible en:

<http://www.proMéxico.gob.mx/documentos/seminarios/Oportunidades-negocios-México-Mundo-4.pdf>

Secretaría de Economía, (2015), *México and China strengthen business dialogue*.

Disponible en: <http://www.economia.gob.mx/news-and-events/press-room/headlines/10001-pie291113-en>

Secretaría de Economía, (2015), MÉXICO PUEDE VENDER A CHINA MÁS PRODUCTOS QUE EXPORTA CON ÉXITO EN OTROS PAÍSES DEL MUNDO.

Disponible en: <http://www.economia.gob.mx/eventos-noticias/sala-de-prensa/comunicados/5780-México-puede-vender-a-china-mas-productos-que-exporta-con-exito-en-otros-paises-del-mundo>

Siller, G, (2014), EL EFECTO CHINA. *Su desaceleración en la economía global*,

Visión Industrial. Disponible en:

<http://www.visionindustrial.com.mx/industria/economia-y-finanzas/el-efecto-china-su-desaceleracion-en-la-economia-global.html>

Smilovitz, E (22 de agosto de 2012), *China, un mercado jugoso para México*,

Altonivel.com. Disponible en: <http://www.altonivel.com.mx/23046-objetivo-2020-tlc-asia-pacifico.html>

Solis, A, (Marzo 2015), *¿Cómo golpeará la desaceleración de China a América Latina?*

, Forbes México, Disponible en: <http://www.forbes.com.mx/como-golpear-la-desaceleracion-de-china-a-america-latina/>

YAJUPABlog, (19 de febrero de 2015), *México importa de China 12 veces sus*

exportaciones, Yajupablog. Disponible en: <http://www.yajupa.com/blog/México-importa-de-china-12-veces-sus-exportaciones/>