

## MULTIMEDIA-AMÉRICA LATINA-CHINA-COMERCIO: La presencia china en México

Por Pedro Saldaña Maurice

MÉXICO, 11 sep. (Xinhua) -- La Cumbre Empresarial China-América Latina y el Caribe en la ciudad china de Changsha el 12 y 13 de este mes pinta como una importante oportunidad de negocios entre México y China, afirmó hoy la Cámara de Comercio y Tecnología México-China (CCTMC).

La Octava Cumbre organizada por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) junto con el Consejo Chino para la Promoción del Comercio Internacional y el Gobierno de la Provincia de Hunan convocará a más de una veintena de empresarios y funcionarios mexicanos.

En entrevista con Xinhua, el vicepresidente de la Cámara, ingeniero Carlos Zarza, agregó que sí hay buenas perspectivas y entre más acercamientos de la región con China, más oportunidades habrá.

"Definitivamente China está interesada en América. Es un mercado muy grande y ellos tienen interés. Cada vez más chinos hablan español y al mismo tiempo se mueven más compañías asiáticas en el continente", apuntó.

De acuerdo con el libro "China, América Latina y el Caribe" (2010) presentado por la CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe) con datos del 2010, el valor del comercio bilateral alcanzó los 200.000 millones de dólares.

El gobierno de México dio un paso en los últimos meses al aprobar el Congreso 11 reformas en un intento por atraer la inversión extranjera. Para el especialista de la CCTM, en el sector energético va a haber más oportunidades para todos.

"En la rama petrolera creo que es lo que estaban esperando los chinos, pues tienen una experiencia enorme y empresas muy grandes. Me parece que estaban esperando esta oportunidad para invertir y ellos ven con muy buenos ojos las reformas", señaló el especialista.

La CCTMC indicó que la Cumbre de Changsha es un esfuerzo por mover los negocios concina "que no acaban de despegar. En la medida en que haya reuniones más frecuentes y especializadas se pueden ir quitando todos esos inconvenientes que aún existen y avanzaren el comercio".

A la Cámara se acercan pequeñas empresas que tienen el objetivo de exportar o que tienen proyectos de exportar a China.

"Pero se encuentran con una traba, porque el mercado es tan grande que a veces los pequeños no tienen las cantidades suficientes, ni la organización ni los medios para hacer una exportación como debiera hacerse allí. En resumen, no tienen el tamaño", destacó.

En relación a si tiene conocimiento de cuántas empresas mexicanas se han colocado en China, indicó que no existe un dato y no son muchas. Los casos que más se mencionan son las de aquellas empresas grandes (Bimbo, Corona, Cemex).

Y de empresas chinas establecidas en México "es aún más difícil. Las empresas chinas que se han establecido en México no vienen directamente de China, sino que muchas vienen a través de sus filiales o de algunas inversiones que tienen en otros países", explicó.

Zarza agregó "entonces, llega mucha inversión como americana cuando en realidad es China y de algún lugar de Europa. De las filiales estadounidense abren su filial en México y la registran como empresa mexicana".

"De ahí que las cifras que dan los gobiernos de China como de México no coinciden porque las contabilizan de forma diferente. Había que hacer un censo sin juzgar de donde viene, de donde es originalmente la empresa y todavía no hay quien levante la mano y diga yo lo hago", comentó.

De acuerdo con el diplomático mexicano y que fuera embajador de México en China, Sergio Ley, un centenar de empresas chinas abrieron oficinas de representación en busca de oportunidades de negocio.

El vicepresidente de la Cámara y también empresario indicó que una de las situaciones que desanima al hombre de negocios es porque hay desconocimiento y tabúes "y hasta hay quien dice que por el lenguaje pero yo no lo creo porque siempre y al final de cuentas se encuentra una forma de comunicarse.

"Creo que culturalmente hay una diferencia enorme. Tenemos formas de pensar diferente y a los primeros intercambios nos desilusionamos y lo peor de todo es que abandonamos la idea. Hay que pensar que es otro mundo totalmente diferente hay que vencer esa adversidad de pensamientos distintos", agregó.

China es un país con una cultura muy fuerte y con una política muy bien definida. Creo que de principio hasta la parte política a México le ha faltado manejarla bien. "Desde ahí se tiene que ir abriendo el ostión y bueno, China busca sobre todo materias primas y en América del Sur han encontrado socios", dijo.

"En México no. Creo que México está preparado para otras cosas, ni nada más para materias primas. En eso está bien México. Nosotros no nos distinguimos como proveedores de materias primas, sino con productos de valor agregado.

"Yo creo que también eso ha frenado inversiones. China busca materias primas y México debe mostrarle que podemos hacer más que materias primas en la medida en que vayan encareciendo sus costos y de que vayan viendo la conveniencia de sacar parte de su producción para atacar el mercado de América van a ir conociendo un país con posibilidades y las inversiones van a venir", expresó.

Zarza señaló que la normatividad de cada país es otro factor en contra de las inversiones tanto de aquí para allá como de China para México pero que no son casos exclusivos "todos los países lo hacen en mayor o menor grado".

La Octava Cumbre Empresarial reúne a líderes empresariales y funcionarios del más alto nivel para intercambiar ideas, experiencias en temas estratégicos para identificar oportunidades de negocios.