

EXITOS Y NO EXITOS EN LOS NEGOCIOS MEXICO-CHINA

JUAN CARLOS CANTE REYES

QUE NOS INTERESA

**¿Que nos gustaría
platicar durante
este tiempo?**

CONTEXTO

Datos generales de cada país

CÓMO ES CADA ECONOMÍA

| | China | | | | | |
|---|-----------|---------|---------|---------|---------|--------|
| | 2001–2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 |
| GDP (in billion USD at current value) | 1,722 | 2,713 | 3,499 | 4,521 | 4,991 | 5,879 |
| GDP (annual growth %) | 9.6 | 12.7 | 14.2 | 9.6 | 9.2 | 10.3 |
| GDP per capita (in current USD) | 1,334 | 2,069 | 2,651 | 3,414 | 3,749 | 4,393 |
| Gross national income per capita PPP (in current USD) | 3,258 | 4,790 | 5,610 | 6,250 | 6,860 | 7,570 |
| Gross capital formation (% GDP) | 40 | 43 | 42 | 44 | 48 | |
| Total reserves (incl. gold, current USD) (in billion USD) | 4,776 | 1,080.7 | 1,546.3 | 1,966.0 | 2,452.9 | |
| FDI, net inflows (BoP, in billion USD at current) | 54.938 | 78.095 | 138.413 | 147.791 | 78.193 | |
| | Mexico | | | | | |
| | 2001–2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 |
| GDP (in billion USD at current value) | 716 | 952 | 1,036 | 1,096 | 883 | 1,040 |
| GDP (annual growth %) | 1.4 | 5.2 | 3.3 | 1.5 | -6.1 | 5.5 |
| GDP per capita (in current USD) | 7,077 | 9,137 | 9,840 | 10,307 | 8,217 | 9,580 |
| Gross national income per capita PPP (in current USD) | 10,620 | 13,510 | 14,410 | 15,120 | 14,200 | 15,010 |
| Gross capital formation (% GDP) | 23 | 26 | 26 | 27 | 22 | |
| Total reserves (incl. gold) (in billion USD at current) | 58.6 | 76.3 | 87.2 | 95.3 | 99.9 | |
| FDI, net inflows (BoP, in billion USD at current) | 23.243 | 20.103 | 29.083 | 24.913 | 14.462 | |

Crecimiento

Ingreso per cápita


Crecimiento

Ingreso per cápita

¿SOMOS COMPETENCIA O ALIADOS?

Top 15 US Trade Partners, 2010 (in billion USD)

| Rank | | Exports | Imports | Total Trade | % of Total |
|------|-------------------------|---------|---------|-------------|------------|
| | Total, all countries | 1,278.1 | 1,912.1 | 3,190.2 | 100.0 |
| | Total, top 15 countries | 894.1 | 1,401.3 | 2,295.4 | 72.0 |
| 1 | Canada | 248.8 | 276.5 | 525.3 | 16.5 |
| 2 | China | 91.9 | 364.9 | 456.8 | 14.3 |
| 3 | Mexico | 163.3 | 229.7 | 393.0 | 12.3 |
| 4 | Japan | 60.5 | 120.3 | 180.9 | 5.7 |
| 5 | Germany | 48.2 | 82.7 | 130.9 | 4.1 |
| 6 | United Kingdom | 48.5 | 49.8 | 98.3 | 3.1 |
| 7 | South Korea | 38.8 | 48.9 | 87.7 | 2.7 |
| 8 | France | 27.0 | 38.6 | 65.6 | 2.1 |
| 9 | Taiwan | 26.0 | 35.9 | 61.9 | 1.9 |
| 10 | Brazil | 35.4 | 23.9 | 59.3 | 1.9 |
| 11 | Netherlands | 35.0 | 19.0 | 54.0 | 1.7 |
| 12 | India | 19.2 | 29.5 | 48.8 | 1.5 |
| 13 | Singapore | 29.1 | 17.5 | 46.6 | 1.5 |
| 14 | Venezuela | 10.7 | 32.8 | 43.4 | 1.4 |
| 15 | Saudi Arabia | 11.6 | 31.4 | 43.0 | 1.3 |

 China tiene
mas comercio
con nuestro
socio EU

¿QUÉ TAN RELEVANTES SOMOS PARA CHINA?

Top 10 China Trade Partners, 2010 (in billion USD)

| Rank | Exports | | | Imports | | |
|------|----------------|-------|------|---------------|-------|------|
| | Country | Value | % | Country | Value | % |
| 1 | United States | 220.8 | 18.4 | Japan | 130.9 | 13.0 |
| 2 | Hong Kong | 166.2 | 13.9 | South Korea | 102.6 | 10.2 |
| 3 | Japan | 97.9 | 8.1 | Taiwan | 85.7 | 8.4 |
| 4 | South Korea | 53.7 | 8.1 | United States | 77.4 | 7.7 |
| 5 | Germany | 49.9 | 4.5 | Germany | 55.8 | 5.5 |
| 6 | Netherlands | 36.7 | 3.1 | Australia | 39.4 | 3.9 |
| 7 | United Kingdom | 31.3 | 2.6 | Malaysia | 32.3 | 3.2 |
| 8 | Singapore | 30.1 | 2.5 | Brazil | 28.3 | 2.8 |
| 9 | India | 29.7 | 2.5 | Thailand | 24.9 | 2.4 |
| 10 | Australia | 20.6 | 1.7 | Saudi Arabia | 23.6 | 2.3 |

Fuente: Economic Liberalization and Trade Relations between México and China

RELACIÓN COMERCIAL MÉXICO-CHINA

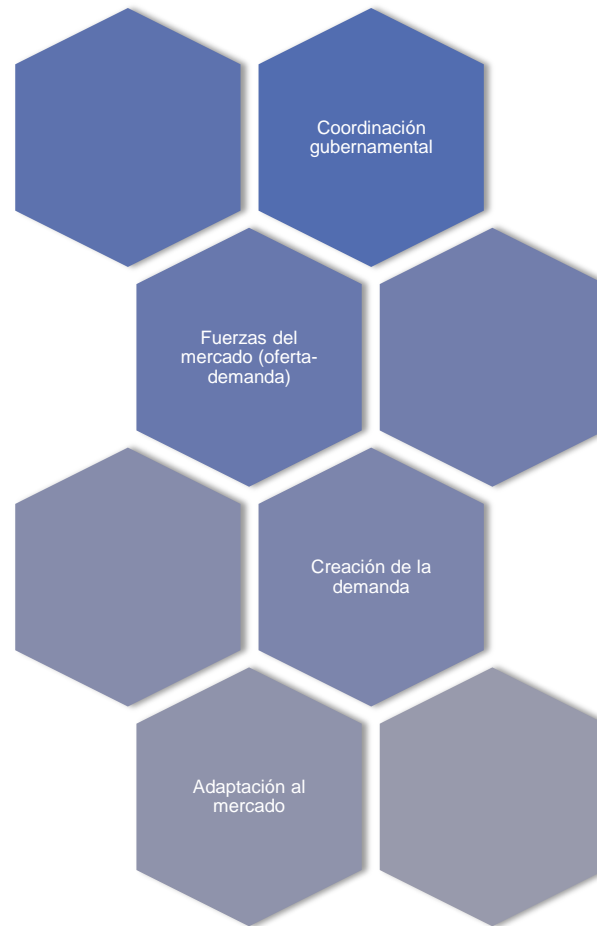
| | 2002 | 2012 | CRECIMIENTO | TASA MEDIA |
|---------------|-----------|------------|-------------|------------|
| Intercambio | 6,928 mdd | 62,657 mdd | 804 % | 25 % |
| Exportaciones | 654 mdd | 5,721 mdd | 775 % | 24 % |
| Importaciones | 6,274 mdd | 56,936 mdd | 807 % | 25 % |

CONTEXTO

- **Somos competencia para cubrir el mercado de EU.**
- **China ya es la segunda economía del mundo y sigue creciendo a gran velocidad.**
- **Tenemos un déficit comercial muy importante.**
- **Las empresas Chinas se están globalizando.**
- **La mano de obra China es ha encarecido a gran velocidad.**
- **Hay muchos nuevos ricos y una clase media cada vez mas amplia.**

COMO HACER NEGOCIOS EXITOSOS DE COMERCIO CON CHINA

Influyen muchos factores
pero considero que hay 4
importantes



COORDINACIÓN GUBERNAMENTAL

En China, la agenda política afecta positiva o negativamente la agenda económica. Difícilmente esta separada.

Un ejemplo de buena cooperación entre gobiernos es Francia donde sus marcas han tenido mucho éxito en el mercado Chino.

Otro ejemplo de una intensa agenda política es Estados Unidos con quien también hay una agenda económica muy activa.

COORDINACIÓN GUBERNAMENTAL

México ha tenido retos como OMC, Influenza, Tibet, etc.

Un negocio exitoso fue “afectado” por la agenda política en el caso de Aeroméxico con la influenza.

La experiencia del SARS “complicaron” el manejo de la influenza creando tensión gubernamental.

Estar o no alineado a los intereses de cada gobierno impulsa o limita los negocios. Ejemplo de Google y Facebook vs. Microsoft y Apple. Seguridad y creación de empleos.

FUERZAS DEL MERCADO (OFERTA-DEMANDA)

Como en todos los negocios, el éxito o fracaso lo determina la oferta y la demanda.

China demanda:

- **Materias primas básicas como minerales, materiales reciclados, químicos, petróleo, entre otras.**
- **Materias primas de manufactura como autopartes, madera, piedras (mármol y ónix), entre otras**
- **Alimentos como mariscos, granos, frutas, carne, etc.**

México demanda:

- **Productos de consumo económicos.**

Nuestra oferta es limitada y nuestra demanda es amplia.

FUERZAS DEL MERCADO (OFERTA-DEMANDA)

Hay grandes casos de éxito comercial con China como Chile, países de África, Venezuela, Japón y Corea del sur.

México ha incrementado sus exportaciones aceleradamente en:

- **Minerales**
- **Nuez pecanera**
- ***Mariscos**
- ***Frutas y verduras**
- **Productos cárnicos**

CREACIÓN DE LA DEMANDA

Anteriormente China demandaba productos básicos.

Actualmente ya demanda productos de segunda y tercera necesidad y en general han sido necesidades creadas.

Historia del “helado” en 1996

Productos muy exitosos como el whiskey, vinos, autos y accesorios de lujo, turismo, artículos de belleza (rastrillos), etc.

Un ejemplo de éxito mexicano es MASECA

CREACIÓN DE LA DEMANDA

Para lograr esto se requiere una gran inversión pero sobre todo, conocer el mercado y desarrollar una gran estrategia comercial.

Hay que usar TODAS las herramientas de mercadotecnia conocidas e incluso inventar nuevas.

Precio, canal, presentación, nombre de la marca, imagen, mensaje, presentación, empaque, promoción y publicidad, entre muchas otras cosas.

Éxitos: Marcas de lujo, KFC, Carrefour, Apple, Mercedes Benz

ADAPTACIÓN AL MERCADO

Tropicalizar los productos es básico para entrar al mercado Chino. Adaptarlo a la cultura.

Ejemplos:

- **Carrefour vende el pescado vivo.**
- **El Whiskey se toma con té verde y el vino con hielos y Coca Cola. Casi siempre en vasos chicos para “campei”**
- **Autos con llave de joyería.**

- **Caso de éxito mexicano es Maseca que se montó en la ola de moda “fast food” y entró con tortilla de harina para burritos y nachos logran un gran crecimiento. Y reto para Bimbo**

ÉXITO EN LO COMERCIAL

Hay un GRAN potencial para exportar materias primas que actualmente está muy desaprovechado.

México ha logrado acuerdos gubernamentales muy importantes para permitir la importación de aguacate, carne de cerdo, tequila y mariscos pero se requiere de una estrategia comercial muy agresiva. “Todos le quieren vender a China” IPAD

Materias primas, productos de valor agregado y turismo “tropicalizado” tienen un gran potencial.

Difícilmente es un mercado para emprender.

ÉXITO EN LA INVERSIÓN O COINVERSIÓN

Hay tres mercados muy interesantes en la relación bilateral

- **Estados Unidos**
- **China**
- **México**

El potencial de negocio para hacer coinversiones y atender a cualquiera de estos tres mercados es ENORME.

Caso de éxito: Autopartera KATCON y Softtec

China esta sacando su producción básica a Vietnam, Indonesia, Cambodia, Africa, etc. pero siguen estando lejos del mercado mas importante que es Estados Unidos.

ÉXITO EN LA INVERSIÓN O COINVERSIÓN

México presenta una posición geográfica muy importante, una red de proveeduría relativamente competente, mano de obra calificada, logística competitiva y un mercado interno interesante.

¿Que nos falta?

“Tropicalizar” o adaptar nuestra “oferta” para invertir en México.

Casos de no éxito: Minería, Golden Dragon, FAW.

LAS COSAS ESTÁN CAMBIANDO

Históricamente

Vocación exportadora baja

Pocas empresas transnacionales

México y EU es muy cómodo

Pero...

Nuevas generaciones mas internacionales.

Vocación emprendedora.

Barreras culturales bajas.

Mucho nuevo talento

Negocios virtuales como Apps, juegos, etc.

SI HAY GRANDES OPORTUNIDADES

- **China es un gran mercado**
- **Es necesaria una estrategia comercial**
- **Gran potencial en alianzas estratégicas**
- **Las nuevas generaciones en México tienen todo**
- **Cada vez hay mas interés y conocimiento por hacer negocios con China**
- **Hay una nueva dinámica en el gobierno federal con respecto a China**

MUCHAS GRACIAS !