

MEXICO Y CHINA: EXPERIENCIAS Y PROPUESTAS DE NEGOCIOS





MEXICO Y CHINA: EXPERIENCIAS Y PROPUESTAS DE NEGOCIOS

- INTRODUCCIÓN**
- OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS Y COOPERACIÓN:
SECTORES PRIVADO, ACADÉMICO Y PÚBLICO**
- RECOMENDACIONES**
- CONCLUSIÓN**

China, un país de contrastes



Sichuán



Shanghai

¿Que está ocurriendo en China y en el mundo?





SECTOR PRIVADO. OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS

-Agencias Aduanales y Empresas de Servicios Logísticos

Ofrecer servicios puerta a puerta.

- 1) Alianzas estratégicas con freight forwarders, Third Party Logistics (3PLs)
- 2) Coordinar a proveedores de servicios logísticos
- 3) Pertener a una asociación

-Abrir una comercializadora. Importar productos de China a México y exportar productos mexicanos a China.

Contar con dos oficinas: En China y en México. Desarrollar alianzas estratégicas con otras comercializadoras. Buscar proveedores en otros países (estratégico).



SECTOR PRIVADO. OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS

- Convertirse en un **representante de ventas** en México para una empresa china. Ejemplo: Empresa de Hangzhou.
- **Adquirir maquinaria a precios más bajos** que en otros países. Ejemplos: microscopio electrónico, prensa, etc.
- Ofrecer **productos mexicanos para el mercado de productos de lujo** en China. Competir con diseños innovadores y calidad: ropa, calzado, bebidas. 170 millones de clientes potenciales de productos de lujo (CABS). 10 a 13 millones compradores activos.
- **Restaurantes mexicanos en China.**



VENDIENDO EN CHINA (CLASE MEDIA Y ALTA)

1,300 millones de personas en China. Se pronostica que el 45% de la población será clase media en el año 2020 (Buró de Estadísticas de China).

Empresas que replican estrategias de mercadotecnia fracasan.

Necesario tropicalizar el producto y segmentar el mercado.

Productos prácticos, únicos y que ofrezcan valor agregado.

Marcas (imagen de éxito y/o elevado status social). Mianzi.



SECTOR PRIVADO. OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS

- **Atraer a México a turistas chinos** (Agencias de viajes).

La Organización Mundial de Turismo pronostica que **100 millones** de personas podrían viajar al extranjero anualmente a partir del año 2020.

* Organizar viajes turísticos y de negocios a China (Expo Mundial Shanghai 2010, Feria de Cantón, SIAL).

- Atraer a México a estudiantes chinos. Que continúen con su plan de estudios o que tomen cursos de español.

* Enviar mexicanos a China a estudiar el chino-mandarín o a estudiar su maestría. Universidad de Fudan en Shanghai.



SECTOR ACADÉMICO

- **Firmar convenios** con universidades en China para promover el intercambio de profesores (investigación y capacitación) y estudiantes.
- Participar en **seminarios y cursos de capacitación** financiados por el Gobierno chino.
- Aprender de la **coordinación** que existe entre el sector **académico** en China y los sectores **público y privado**. Desarrollar proyectos y ofrecer recomendaciones.
- Traer profesores chinos para que impartan cursos de chino mandarín y de cultura de negocios. Enviar a profesores mexicanos.

Seminario en China (Noviembre 2009)

- Un cambio en la manera de ver a China.





SECTOR PÚBLICO

- **Atracción de inversiones** (Estrategia going-out). Fortalecer las Relaciones México-China.
- Presentar **proyectos concretos** de inversión a la Embajada de China en México, a ProMéxico, al COMCE y al CCPIT para que sean presentados a empresarios chinos.
- Desarrollar **proyectos que beneficien a la sociedad** con apoyo del gobierno chino. Ejemplo: Bolivia (espina de mar).
- Aprender de un gobierno chino que es **promotor** y **facilitador**, creando un ambiente propicio para el desarrollo de sus empresas. Un gobierno que **invierte en educar a su sociedad** y que fomenta el amor por su país.



COORDINACIÓN sectores público, privado y académico

Ciudad del Automóvil en Shanghai

- Sector público promotor de la Ciudad del Automóvil (Shanghai, clúster automotriz). Actualmente no se permiten más armadoras, únicamente empresas que ofrezcan tecnología.
- Sector privado. Armadoras, proveedores.
- Sector académico. Profesores que son asesores del Gobierno chino / Campus de la Universidad de Tongji – proyectos para empresas.



México puede aprender de China:

- Clúster industriales / Desarrollo de parques industriales.
- Planes de desarrollo.
- Coordinación de los sectores público, privado y académico.
- Programas Sociales (Estrategias efectivas para reducir la pobreza).
- Estrategias para limpiar las ciudades (Beijing, Shanghai).
- Proyectos de infraestructura.
- Cómo confrontar una crisis.
- Cómo lograr que la sociedad crea en su gobierno.



El Emprendedor Global en China (Lic. Graciela Ampuero)

- Emprendedor: Ve oportunidades, identifica una idea, es capaz de llevarla a cabo y venderla.
- Negocios: Vende, compra o es puente (servicios).
- **No existe el producto o servicio que nos hará millonarios.**
- El éxito no está en la brillantez de una idea, sino en ser capaz de ponerla en práctica mejor que cualquier otra persona.
- Bisutería (emprendedor global).



PENSAMIENTO GENERAL-ESPECÍFICO

OFERTA EXPORTABLE: PRODUCTO O SERVICIO



DEMANDA DE MI PRODUCTO EN EL MUNDO



SELECCIÓN DE MERCADOS DE INTERÉS



INFORMACIÓN MACROECONÓMICA



INFORMACIÓN POR REGIÓN



SEGMENTO DE MERCADO

Es tiempo de...

- arriesgar y ser más agresivos en los negocios.
- desarrollar proyectos concretos.
- establecer alianzas estratégicas incluso con competidores.
- apostar por la educación.
- promover la honestidad.
- **ser estratégicos.**



Artículos: Cartas desde China

Perspectiva Global



Banco Mundial en China



谢谢!

Lic. Salvador Suárez Zaizar
Director para Asia y Oceanía, COMCE
ssuarez@comce.org.mx
www.comce.org.mx