



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA  
DE MÉXICO

---

---

FACULTAD DE ECONOMÍA

ANÁLISIS ACTUAL DE LAS RELACIONES:  
MÉXICO Y LA REPÚBLICA POPULAR CHINA

**T E S I S**

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

**LICENCIADO EN ECONOMÍA**

**P R E S E N T A :**

**PAEZ HERNANDEZ CLAUDIA XOCHITL**

ASESOR: DR. ROMAN MILLAN MORALES



CIUDAD UNIVERSITARIA, MÉXICO, D. F. AGOSTO 2005.

m. 347076



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

*A mis padres Ana y Roberto:*

*Por darme la vida, entender mis cambios,  
mis sueños y apoyarme en mis decisiones.  
Ellos aportaron lo material, las palabras  
de aliento para culminar mis proyectos.  
Gracias por confiar en mis sueños...  
que también son sus sueños.*

*A mis hermanos y hermana:*

*Por escuchar, compartir, apoyar  
mis sueños y locuras, y por estar ahí  
justo en el momento.*

*A mi Asesor Román Millán:*

*Por enseñarme que en la escuela no sólo  
se aprende de los libros, de las clases....  
la vida, la experiencia y los libros  
son el complemento para llegar a  
ser un profesional de la vida.*

*A mis abuela, abuelo Ramona y Nicolás:*

*Con sus relatos, enseñanzas y apoyo incondicional  
han motivado a mi imaginación de  
crear otros mundos... y llegó hasta la lejana china...*

*A mi abuela Dolores:*

*Ser el motor económico de su familia*

*A la lagartija Ing. Iván Galicia Dimas:*

*Por apoyarme a culminar una etapa más,  
de mi vida personal y profesional.  
Escuchar mis sueños para poder  
realizarlos. Gracias por TODO.*

## AGRADECIMIENTOS

*A la Universidad Nacional Autónoma de México, por ser la institución que me ha acogido como estudiante, en la cual mis sueños se han plasmado e incrementado en mi vida profesional y personal.*

*Al Gobierno de la Republica Popular China, por ser la parte estimulante para la culminación de este proyecto, y el inicio de otro que será fructífero.*

*A la embaajada de la Republica Popular China por las facilidades otorgada para la realización de entrevistas, documentos, conferencias.*

*A las Aduanas Maritimas de Mazatlán y Manzanillo por las entrevistas, visitas guiadas.*

*A Laoshí Román Millán por incrementar mis dudas...*

*A Dr. Leonardo Traversoni con agradecimiento y respeto*

*A Dra. Sandra Reyes por compartir sus experiencias profesionales y personales respecto a los chinos.*

*A José Antonio por su tiempo en encontrar la columna vertebral de esta investigación.*

*A todo el personal de la Facultad de Economía por brindarme el apoyo para emprender otros proyectos profesionales.*

*A profesor Miguel González Ibarra, por su interés en mis proyectos personales y profesionales.*

*A Profesor Raymundo Morales por el apoyo brindado .*

*A Profesora Rosa María García Torres por sus observaciones a dicha investigación.*

*A mis amigos que siguen ahí pese a que cada uno lleva caminos diferentes: Ramón, César, Armando, Jhonatan, Silvestre, Omar, Angelina, Irina, José Antonio, Tonalli. Y con los que comparto la afición de la cultura china: Emilia, Miguel, Carlos, Dai laoshí, Diana Xin, Rosa Chen, Claudia una amiga entrañable (Austriaca), Ricardo(Arg.).*

*A todas aquellas personas que hicieron posible la culminación de esta etapa profesional, a los compañeros, amigos y profesores con los cuales interactuamos en las aulas de la *Máxima Casa de Estudios*.*

# INDICE

Introducción.....	1
1. Marco conceptual.....	7
1.1. Comercio .....	7
1.2. Comercio exterior.....	9
1.3. Cultura.....	12
1.4. Inversiones.....	14
1.5. Turismo.....	17
2.- Antecedentes de las relaciones comerciales.....	19
2.1. La identidad cultural como motor de intercambios.....	19
2.2. El acercamiento de naciones: la Nao China y la Nueva España.....	21
2.3. antecedentes del siglo XX entre el comercio de China-México.....	23
3.-Comercio México-China .....	26
3.1 Relaciones Económicas México-China.....	26
3.2 El ingreso de China a la OMC.....	29
3.3 Las reglas de la OMC: México-China.....	31
3.4 Breve análisis de la economía de China.....	33
3.5 Balanza Comercial de China-México.....	38
3.6 Situaciones reales del comercio en México-China.....	43
3.7 Las oportunidades en el mercado interno de ambas naciones.....	46
3.8 Convenios por aprovechar.....	47
3.8.1 Convenios México-China: resultado de la Primera Reunión Binacional.....	47
4.- Inversiones México-China.....	50
4.1 Evolución de la Inversión Extranjera Directa en China.....	50
4.2 Incentivos para realizar la Inversión Extranjera Directa México-China.....	55
4.3 Intercambio de Inversión Extranjera Directa México-China.....	57
4.4 Inversiones chinas en México.....	58
4.5 Relaciones laborales.....	61
4.6 Inversiones de los mexicanos en China.....	63
4.7 Las coinversiones entre ambas naciones.....	65
5.- Un sector estratégico: el turismo.....	66
5.1 La evolución del turismo en México.....	66

5.2 México: país designado para el turismo por el gobierno chino.....	71
5.3 El turismo como alternativa para generar divisas.....	74
5.4 Los turistas chinos están ya en México.....	75
6.- Conclusiones.....	78
Anexo.....	81
Bibliografía.....	86
Hemerografía.....	88
Páginas electrónicas.....	90

## INTRODUCCIÓN

Esta investigación pretende realizar un breve análisis de las relaciones de la Republica Popular China – México.

Las relaciones diplomáticas entre ambas naciones, han favorecido a un trato cordial. Sin embargo, ambas partes no han mostrado un acercamiento para beneficiarse mutuamente, por ejemplo en comercio, inversión extranjera, turismo.

En los aspectos de Comercio desde 1975 se firmo un Convenio Comercial en el cual se comprometieron a realizar los mayores esfuerzos y tomar medidas necesarias para fomentar y ampliar el intercambio comercial y tratar de equilibrar la balanza , que hasta el momento es deficitaria para México. En 1975 China aun no se vislumbraba en el escenario internacional como un fuerte competidor y proveedor de productos.

Han pasado 35 años y la Republica Popular, es una de las fabricas más grande del mundo y esta insertando sus productos en casi todos los países que puedan comerciar con ella tengan o no convenios comerciales. Y en el caso de México, su rezago comercial comienza afectarle.

Durante 2004 la Republica Popular fue la segunda proveedora comercial de los Estados Unidos pese a que no han suscrito entre ellos un Tratado de Libre Comercio, la distancia aérea entre estas naciones es de 11,157.82 kilómetros aproximadamente, lo cual no ha sido un impedimento para desplazar en Estados Unidos, a México al tercer lugar como su socio comercial, vecino geográfico, del país Hegemónico de América del Norte.

En la idea de atraer las inversiones extranjeras, los países tratan de hacer todo lo posible para hacerse atractivos, dando incentivos fiscales, facilidades para abrir las empresas, favoreciendo los recursos naturales, y energéticos abundantes,

mano de obra abundante ( si está calificada mucho mejor), tecnología de imitación para perfeccionar, economía estable, etc. Lo que esto esta ocurriendo en la propia China, no en México. China es uno de los principales receptores de la inversión extranjera en el mundo.

Durante octubre de 1978 ambas naciones firmaron un Convenio de Cooperación Turística en el cual acordaron intercambiar personas para ser capacitadas en dichas experiencias turísticas y así ofrecer un mejor trato y servicio entre ambos países.

En 2004, México fue designado por el gobierno chino como "destino turístico aprobado". Gracias al aumento del intercambio turístico de ambas nacionalidades incrementado en los últimos años , y también favorecido por el poder adquisitivo de los chinos les permite viajar al extranjero. Estas fueron las pautas para que ambos gobiernos, en el 2004 firmaran un Acuerdo Turístico.

El intercambio cultural, turístico, comercial es más palpable de lo que muchas personas se pudieran imaginar. Los comerciantes chinos y los mexicanos se han encargado de fortalecer la presencia del intercambio entre ambas naciones.

Cabe mencionar que los comerciantes del sur de China, son aquellos más aventurados en salir con mercancías para vender, por su carácter de arriesgar sin conocer el destino, el idioma al cual van a ir a parar. Son aventureros naturales y México al parecer es una gran atracción para ellos.

Quienes habitamos en el Distrito Federal, tenemos la idea de que estamos siendo inundados de productos baratos: "made in China". Sin embargo los productos que llegan y se encuentran en México se pueden obtener en cualquier parte del mundo.



De acuerdo a mi experiencia e investigaciones personales y preguntando a dos personas francesas que vinieron de practicas estudiantiles a México, "si había productos chinos en Francia como en México?" La respuesta fue: "estamos igual de inundados de productos chinos".

Otra estudiante de nacionalidad austriaca quien realizaba su tesis sobre *el comercio chino en México* y se encontraba aquí por las mismas razones durante 2004, habiendo ella estudiado economía en Alemania, le realice el mismo cuestionamiento y la misma pregunta y fue la misma respuesta sólo que en Alemania llegan mercancía de mejor calidad "made in China".

Dentro de mis experiencias familiares, uno de mis hermanos habita en los Ángeles California y al hacerle los cuestionarios, fueron siempre las mismas respuestas; en donde el habita hay un 80% de productos "made in China".

Una entrañable amistad quien radica en Ottawa, Canadá desde que emigro a esa ciudad durante 1999 es que la señal en los productos "made in China" ya estaba implantando en esa área, pese a que los canadienses de ese lugar son extremadamente nacionalistas.

La duda que salta a la vista es de que si todos los mercados a nivel internacional están realmente inundados con lo "made in China", para lo cual se requeriría hacer un recorrido total que seguramente evidenciaría que mucho de ello es cierto.

Por cuanto se refiere a mis estudios y la experiencia en México para la elaboración de este trabajo de tesis, fue necesario realizar una investigación de campo en las aduanas marítimas mexicanas por las cuales supuestamente penetran las mercancías del Pacífico y en particular en los puertos de Manzanillo y Mazatlán, donde he realizado entrevistas y observaciones para conocer la magnitud de los intercambios y de los procedentes de China me encontré que el principal puerto de llegada es el de Manzanillo el cual cuenta con una magnífica

estructura para recibir barcos y cargamentos con gran agilidad. Y en el Puerto de Mazatlán, Sinaloa solo llegan los embarques cuando el de Manzanillo esta saturado de productos que se venden en las épocas de navidad y año nuevo.

Durante mi escala al estado de Sinaloa también en 2005, para realizar el mismo tipo de investigaciones me encontré que lamentablemente no existen estadísticas ni la posibilidad de tener cifras de inversión y de comercio establecidas en el Estado y de la cantidad de productos procedentes del oriente. En mi estancia en Sinaloa me entere de la proliferación de inversiones en restaurantes de comida china, así como comercios de la venta de productos de esos lugares. Y todo esto no está registrado estadísticamente por parte del gobierno del Estado para el público en general.

También realice *en situ* observando los trabajos y tareas de una de las principales fabricas e industrias textiles de la región cuyos dueños y capitalistas son sinaloenses asociados con firmas de Shang Hai.

Me sorprendió de manera interesante las relaciones laborales de nacionales chinos con ciudadanos sinaloense (específicamente mujeres de ambas nacionalidades) que no llegaron nunca a compartir una relación de amistad estrecha. Los motivos al parecer son el concepto de trabajo que desarrollan personalmente y difiere mucho entre ellas. Así por ejemplo las chinas dicen: " que viven para trabajar" en tanto que las sinaloenses "trabajan para vivir".

En 2004 tuve oportunidad de asistir a una Zona Económica Especial y la más dinámica de la Provincia Económica de China; Shang Hai. Donde pude con toda claridad darme cuenta y observar las grandes diferencias que abarcan casi todo los conceptos de convivencia y que en realidad ha sido el estímulo más poderoso que me impulsa el presente estudio.

Bajo esas experiencias convividas en México y China se desarrolla el presente trabajo enfocado a un breve análisis acerca de los temas : comercio, inversión extranjera y turismo bilateral entre ambas naciones y de acuerdo a mi personal punto de vista y experiencia.

Lo que es cierto y fundamental es que los empresarios chinos y mexicanos busquen siempre sacar provecho de cualquier tipo de convenio que permita dar a conocer sus productos, realizar coinversiones ya sea en China o en México.

Los productos que nos llegan, están en México porque han pasado legalmente por una aduana. El consumidor es en realidad quien se ha encargado de su permanencia en el mercado, porque su ingreso le permite la adquisición de ellos.

**Los Objetivos de este trabajo son:**

- Describir que con el recuento de las relaciones diplomáticas de México y China, ambas naciones no se han empeñado en realizar un verdadero acercamiento comercial.
- Plantear que las relaciones comerciales ayudan a fortalecer los vínculos entre naciones, difundir la cultura, y con ello a establecer óptimos mecanismos de comercialización, si y solo si los dos lados están interesados en que funcionen las relaciones comerciales.
- Enseñar que los convenios firmados (2004) por ambas naciones, tienen sus ventajas y desventajas hay que identificar cuales pueden beneficiar a México.
- Comprender que el factor cultural influye en las relaciones comerciales de intercambio, puede ocasionar choques dentro de las empresas de coinversión.

**La Hipótesis de esta investigación es:** Con los convenios comerciales y de turismo firmados entre ambas naciones, el beneficio comercial hasta el momento ha sido para la Republica Popular China, mientras **México** pierde competitividad en el mercado mundial. Sin embargo, **el sector turismo** puede ser un mecanismo para equilibrar la tendencia de déficit comercial para nuestro país.

Este trabajo de tesis esta estructurada de la siguiente forma. En *el capítulo 1* se hace la descripción de conceptos tales como: comercio, comercio exterior, inversión extranjera, turismo, cultura; en el *capítulo 2* es un recuento de las relaciones diplomáticas México y la Republica Popular China; el *capítulo 3* es un análisis actual de la relaciones comerciales bilaterales; ya en el *capítulo 4* se describe y se analiza de los intercambios de inversiones extranjeras entre ambas naciones, el *capítulo 5* un análisis de lo que ha sido el turismo entre México y China, y finalmente *el capítulo 6* están las conclusiones de la investigación.

Por último he de mencionar que esta investigación ha sido elaborada de manera teórica y práctica. Para esta última parte se realizaron visitas de campo a los siguientes lugares:

- Aduana Marítima . Mazatlán, Sinaloa y Manzanillo, Colima. México.
- Empresa de coninversión (China-México) . Max Ray . Culiacán, Sinaloa. México.
- Mercado de Tepito, Ciudad de México. México.
- Ciudad de Shang Hai. China.

*"Para tener éxito se requiere deshacerse de todas las nociones que lo obstaculizan, cambiar todas las prácticas y regulaciones que lo impiden y liberarse de los lastres sistémicos"*  
Jiang Zemin

## CAPITULO 1

### Marco conceptual

#### 1.1. Comercio

Este capítulo plantea conocer aquellos conceptos claves para el desarrollo de la investigación. Tales como: comercio, comercio exterior, inversión extranjera, turismo y cultura.

El comercio ha sido una de las actividades más antiguas del ser humano.

El comercio además es una parte activa y polémica de la economía.

*"El comercio deriva de un acto mercantil, pero también de otro netamente económico. La firma de convenios (o aun su carencia) cumplen con preceptos de oferta y demanda, que se identifican plenamente".<sup>1</sup>*

Con el comercio se dan las relaciones humanas, sociales, que contribuyen a las relaciones comerciales entre pueblos y naciones. Es la dinámica social y sin duda es el motor de la economía.

El acto de comercio surge cuando dos personas intercambian productos diferentes a lo que producen y que son esenciales para sus necesidades. Así en el momento en que se ponen de acuerdo dos grupos diferentes e intercambian bienes que satisfacen las necesidades de ambos grupos, presumiblemente esa ha sido la

---

<sup>1</sup> Millán Román, Apuntes de Relaciones económicas jurídicas, 2002.

pauta de muchos teóricos en la especulación de las definiciones del acto comercial.

Los recursos naturales de cada región o país son la base más importante para los intercambios y por ende del comercio.

Muchas son las acepciones y definiciones del termino comercio. Por ejemplo en la enciclopedia que publica el grupo Océano Editorial narra simplemente que el comercio es: “negociación que se hace comprando o vendiendo”, “comunicación y trato de unas agentes o pueblos con otros”.<sup>2</sup>

Como son muy numerosas, así como sus personajes, las ideas del teórico Paul Samuelson dice que: “actualmente las economías de punta se mueven bajo tres rasgos distintivos: dinero y capital ( a lo que se traduce en inversiones directa o de cartera), especialización y tecnología de punta y COMERCIO”.

Continuando la cita del celebre economista tenemos:

- *Las economías avanzadas se caracterizan por la presencia de una compleja red de comercio, entre los individuos y los países, que dependen de un elevado grado de especialización y de una intrincada división del trabajo.*
- *Las economías modernas utilizan abundantemente el dinero. El flujo monetario es la savia de su sistema. Constituye el patrón que sirve para medir el valor económico de las cosas y para financiar el comercio.*
- *Las tecnologías industriales modernas se basan en la utilización de enormes cantidades de capital: maquinaria de precisión, grandes fábricas y existencias. Los bienes de capital convierten la capacidad del hombre para trabajar en un factor de producción mucho más eficiente y permiten que la productividad sea mucho mayor que antes”.<sup>3</sup>*

Su definición de comercio :

*“El comercio fomenta la especialización y la especialización aumenta la productividad. A largo plazo, el aumento del comercio y de la productividad mejora el nivel de vida de todo el mundo”<sup>4</sup>*

---

<sup>2</sup> Océano Uno, Enciclopédico ilustrado, 1994.

<sup>3</sup> Samuelson, Paul, *Economía* Mc Graw-Hill, 1996. pag. 27.28.

<sup>4</sup> Samuelson, Paul, *Economía*, Mc Graw-Hill, 1996. pag.677.

## 1.2. Comercio exterior

El concepto de comercio exterior: " el que una nación tiene con otra"<sup>5</sup>. Esta breve acepción al parecer del teórico Adam Smith, y quien es partidario del principio *laissez-faire* y *laissez-passe* del librecambio. Escribió que:

*"el comercio solo era posible si un país tenía ventajas absolutas respecto a otro en la fabricación de un determinado bien"*.<sup>6</sup>

El *comercio internacional* se explicaba en ese entonces, por las diferencias de costos absolutos: las mercancías se comprarán casi siempre en los mercados más baratos.

Lo anterior sugiere de la libertad de comercio con el extranjero a fin del principio de organizar la división internacional del trabajo: "cada nación produciría lo que a sus condiciones propias permitieran y recibiría de las demás cuanto pudiera obtener de ellas mejor y más barato. Las aduanas protectoras y prohibitivas serían abolidas, pues en el terreno internacional imperarían también el principio de la libre competencia".Esto sigue siendo una norma que no ha cambiado.

Dichos principios sobre el liberalismo económico fueron bien recibidos por los hombre de negocios y comerciantes de aquella época, ya que se ajustaban a sus necesidades.

Otro hábil pensador de las ideas inglesas de la época, David Ricardo menciona que el *comercio internacional* depende de la *Ventaja Comparativa*. Lo cual sigue siendo cierto y es una norma que también la analizan y llevan acabo los empresarios chinos, en algunos casos, no en todos.

---

<sup>5</sup> Océano Uno, Diccionario Enciclopédico Ilustrado, edición 1994.

<sup>6</sup> Adam, Smith , *La Riqueza de las Naciones*,1990. FCE.

Esto es, el país más eficiente exportará aquellas mercancías cuyo coste comparativo sea más bajo debido a que cuenta con alguna ventaja comparativa e importará aquellas cuyo coste comparativo sea más elevado. Si cada país puede exportar y hacerse un hueco en el mercado mundial produciendo aquellas mercancías en las que posea ventaja comparativa y participar en las ganancias que procura esa pauta de especialización más intercambio, y en donde no son aconsejables políticas comerciales de carácter proteccionista.

La persistente teoría *de la Ventaja Comparativa* es aplicada al momento que se vive en nuestro contexto actual, en el cual el comercio internacional se desarrolla, ya que el país que no saca partido de su o sus ventajas comparativas no prospera en el comercio internacional.

Es lógico que lo ideal sería que el comercio entre dos naciones debe beneficiar a ambas, de lo contrario no se produciría beneficio mutuo, que se pondera tanto.

Las ventajas absolutas y comparativas siguen mencionándose.

Se dice por lo tanto que : la primera causa que explica la ganancia del comercio donde nace la especialización, este comportamiento es análogo a la especialización dentro de la sociedad donde cada individuo produce solo el bien en el que es relativamente mas eficiente e intercambia parte de su producción, según nos sigue diciendo las teorías de David Ricardo.

Bajo la definición de otro pensador, Paul Krugman:

*“Los países realizan comercio internacional por dos razones básicas, cada una de las cuales aporta su ganancia del comercio. En primer lugar los países comercian porque son diferentes entre sí . Las naciones, como los individuos, pueden beneficiarse de sus diferencias mediante una relación en la que cada uno hace aquello que sabe hacer*



*relativamente bien. En segundo lugar, los países comercian para conseguir economías de escala en la producción ”.*<sup>7</sup>

Como se ve de lo anterior sigue siendo la misma idea revolcada como dirían los dichos populares.

Si bien es cierto que los países intercambian mercancías, son las empresas quienes se encargan de poner las mercancías en las manos de diferentes consumidores a nivel mundial. Son las naciones por lo tanto quienes se encargan de las firmas de protocolos, convenios y tratados de comercio.

En la economía mundial, el termino que hemos venido analizando de comercio internacional tiene una relevancia importante, porque sin duda, debe esperarse que fomenta el crecimiento económico y de todo otro tipo.

*“A través del comercio internacional de bienes y servicios y de los flujos internacionales de dinero , las economías de los diferentes países están ahora más estrechamente relacionadas”.*<sup>8</sup> Cita del economista americano heredero de las ideas de sus ascendentes ingleses antes mencionadas.

---

<sup>7</sup> Kragman, Paul, Obstfeld Maurice, *Economía internacional , teoría y política*, tercera edición McGraw-Hill, 1995.

<sup>8</sup> Samuelson, Paul, Nordhaus, William, *Economía*, editorial McGram-Hill. 1996.

### 1.3. Cultura

El concepto del termino cultura, tiene muchos *bemoles*. Ha sido ampliamente abordado por infinidad de pensadores desde fines del siglo XIX, siendo los Antropólogos Sociales quienes le han dedicado más tiempo e interés en lograr composiciones sinfónicas del termino.

Entre ellos y para citar sólo a unos cuantos se encuentran; Tylor Edward<sup>9</sup> primer antropólogo y etnólogo profesional quien publico el primer libro acerca de *"Anahuac, México y los mexicanos"* publicado en 1861. Describe a la cultura como: *" Aquella totalidad compleja que incluye conocimientos, creencias, artes, valores moras, costumbres y todas las capacidades y hábitos adquiridos por el hombre como miembro de la sociedad"*.

En la enciclopedia virtual esta este concepto: *"cultura, conjunto de los modos de vida y de costumbres, así como de los conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial en una determinada época, grupo social, etc"*.<sup>10</sup>

Un papel importante en la homogenización de la cultura, tiene que ver con el desarrollo y sofisticación de los medios masivos de comunicación, los cuales expanden a través de estrategias publicitarias diversos bienes de consumo, con la finalidad de estandarizar estilos de vida, valores y costumbres de tal manera que cada vez es menos importante el contacto físico con las personas y los espacios para que suceda este fenómeno.

Son también esos medios los que unen a lo local con lo global. El internet, la radio, la televisión y la prensa llevan la información a todos los confines del

---

<sup>9</sup> El primer antropólogo y etnólogo profesional.

<sup>10</sup> <http://es.wikipedia.org/wiki/cultura>

planeta que muestran los acontecimientos, avances y movimientos que ocurren en los diferentes campos de la vida social, política y económica.

Ello significa que ante las embestidas de imponer la "cultura única" se opone la resistencia de los grupos culturales que al sentirse "amenazados" por la globalidad reclaman y defienden sus derechos a la diferenciación aún cuando algunos de sus grupos implementen medidas igual o más violentas, como es el caso de los fundamentalista extremos. De esta forma, en el contexto global, los paradigmas y el debate ideológico transcurre considerando categorías como el particularismo, equivocidad versus universalismo, hegemonismo, univocidad.

#### 1.4. Inversiones

El termino y significado de inversión como nos interesa es el relacionado básicamente al capital, que puede ser monetario, financiero, o algo que este relacionado con ambos.

El teórico y a veces muy practico Krugman nos dice que:

*"las inversiones son las cantidades acumuladas por las empresas para construir nuevas plantas y adquirir bienes de equipo con vista a la producción en el futuro."*<sup>11</sup> Aunque no expresa ni define que tipo de cantidades ni a que se refiere pero suponemos que son básicamente materiales, pues en el caso de las ideas que también pueden acumularse no se refiere el autor y las mismas.

Sabemos que las ideas también pueden ser aptas para la definición que nos referimos pues aunque no es el momento de mencionarlo, el dinero , los billetes y los valores son ultimadamente, ideas que todos compartimos y que al hacerlo les damos su valor correspondiente.

Se dividen prácticamente en dos tipos de inversiones:

Inversión Extranjera Directa (IED) e Indirecta, cuando nos referimos a este tipo procedente de las naciones diversas a donde llegan.

Debemos suponer que hay un entendimiento común y corriente para ese significado que muchos dicen, a su vez , es el origen del capital y del capitalismo.

---

<sup>11</sup> Krugman, Paul, Obstfeld, Maurice. *Economía Internacional teoría y política*, McGrawHill, 1995.

Se hace necesario brevemente referirse al otro significado importante de la materia que es: **la tierra**. Debido sin duda a que esta última es la cuna, lugar de crecimiento y a veces mortalmente de la finalidad o fin del capitalismo.

**La tierra** sólo puede entenderse como inversión, cuando forma parte del capital o capitalismo, puesto que no puede haber lo uno ni lo otro sin referirse necesariamente al lugar de su hábitat.

Lo anterior expuesto se puede entender en la cita que sigue, donde el termino **país**, es precisamente el significado de **tierra**.

La Inversión Extranjera Directa la conforman *“los flujos internacionales de capital en los que una empresa de un país crea o amplía una filial en otro país con el control de la empresa.”*<sup>12</sup>

La Inversión Extranjera Indirecta o de cartera esta constituida por los flujos internacionales de capital a la compra-venta de obligaciones y otros títulos financieros.

Para cualquier país o tierra, ambos tipos de inversión son bien recibidos en sus naciones, pero las que pueden ayudar a generar desarrollo, crecimiento económico son normalmente las primeras.

Por otro lado, y esto es muy lógico, las inversiones extranjeras directas de los países desarrollados, buscan países que les garanticen y ofrezcan:

- Reducción en los costos de producción
- Oferta de fuerza laboral a bajo costo
- Significativas incursiones de tecnología
- Y lucrativas ganancias

---

<sup>12</sup> Krugman, Paul, Obstfeld, Maurice, *Economía Internacional teoría y política*, McGrawHill, 1995.

Bajo este preámbulo es que la lucha por la IED en países subdesarrollados genera incentivos extras para atraerlas y protegerlas.

Alguna idea complementaria de lo que sucede con los grandes empresas de capital directo para invertir en el extranjero nos la expresa, desde el punto de vista de una estudiosa de las relaciones entre México y China y que se amolda a lo que realmente esta sucediendo en el territorio de la inversión extranjera es :

*“La distribución geográfica de la IED se explica por la política de búsqueda de la eficiencia de las empresas transnacionales (ETN) que han invertido en el extranjero como reacción al desafío de las inversiones de otras empresas, es decir por la búsqueda de una compensación a la amenaza de sus competidores ; así como por los adelantos tecnológicos que permiten establecer enlaces en tiempo real a largas distancias y por la liberalización de la política exterior.”<sup>13</sup>*

---

<sup>13</sup> Martínez, Elizabeth, *El ingreso de China a la Organización mundial del Comercio (OMC) y sus repercusiones en el comercio exterior mexicano*, Universidad Nacional Autónoma de México, 2003.

## 1.5. Turismo

El turismo es una de las actividades que tiene como principio involucrar el desplazamiento temporal de personas de su lugar de origen (turistas) y la recepción de los visitantes por una cierta comunidad en otro lugar (anfitriones).

Así también el turismo *"es la afición a viajar por placer, deportes o instrucción"*<sup>14</sup>, de acuerdo a la misma cita enciclopédica de Océano.

Turismo es el movimiento migratorio temporal, por tierra, mar o aire, que desplaza a los turistas de un punto geográfico a otro. La corriente turística puede desarrollarse dentro o fuera de un mismo país, generando el concepto de turismo interior, turismo exterior y turismo receptivo.

En un viaje turístico, lo importante es el desplazamiento del turista interesado por la belleza del lugar, en su gente, gastronomía, de la historia y obras culturales del lugar o por otra infinidad de factores que le dan origen.

El turismo también ha evolucionado gracias a la tecnología, los medios de comunicación. Principalmente a estos últimos, el turista puede obtener más información sobre los destinos posibles con la posibilidad de realizar la actividad de turismo.

Se espera que el turismo deje, tal como podría acontecer con la inversión externa directa y al interior de la región donde se presenta, una derrama económica

---

<sup>14</sup> Océano Uno, Diccionario Enciclopédico Ilustrado, edición 1994.

considerable de acuerdo al tiempo en que los turistas realizan sus viajes en dichas zonas.

La oferta turística de lugares por conocer en todo el mundo se ha incrementado en los últimos 30 años. Actualmente se pueden nombrar a 140 países como destinos turísticos designados con todas las características propicias y de confianza para llevar a cabo dicha tarea y acción a nivel mundial.

En turismo el termino de mercado es generalmente considerando en el plano geográfico para identificar a un país como emisor de turistas (Lanquar, Hollier, 1997). Los segmentos geográficos de este mercado pueden ser clasificados de la manera siguiente:

1. Mercado internacional:
  - o Residentes de los países vecinos (turismo intraregional), de los países próximos (turismo intraregional) y otros países (turismo interregional) - es decir que no son de la misma región geográfica del mundo.
  - o Nacionales, residentes en el extranjero (turismo intra e interregional)
  
2. Mercado nacional:
  - o Residentes del país (comprendidos residentes extranjeros, diplomáticos y estudiantes extranjeros.)



*“Todo el universo ha sido creado  
a partir de alguna cosa,  
que a su vez, ha sido creada de la nada”*

*Lao Tse, Tao te king*

## **CAPITULO 2**

### **Antecedentes de las Relaciones Comerciales**

#### **2.1. *Identidad cultural como motor de intercambios***

La identidad cultural, el saber y conocer de donde y de quien es la sangre que llevamos en las venas, hace a cualquier civilización investigar, indagar sobre sus orígenes... el pasado.

La historia la realiza y hace el hombre, de acuerdo a los intereses que convengan en el momento. Existe una teoría del paleontólogo Patrick Goodman quien afirma: *que los primeros pobladores, del homo sapiens sapiens salieron de California para dispersarse por el mundo, por el Sur del Continente Americano, algunos más cruzaron el estrecho de Bering para recorrer lo que actualmente conocemos como Europa, África y Asia. Con el paso del tiempo el hombre ha tenido la necesidad de buscar su identidad cultural.*

La civilización china, grande en la historia, contribuyó en el desarrollo de la sociedad mundial con inventos como la pólvora, la brújula, el papel, el papel dinero, la imprenta. Por su parte las civilizaciones antecesoras de la mexicana, la maya y la azteca también contribuyeron en la astronomía, la agricultura, calendario azteca con exactitud casi precisa, las matemáticas, que han servido a la humanidad.

A simple vista dichas civilizaciones nos parecerían tan distintas pero en sus estructuras fundamentales fueron muy similares: emperador, naturaleza y potchencas fueron las bases de la estructura social. En dichas civilizaciones tuvieron emperadores , la naturaleza estudiada dándole un toque de místico y los

potchencas que eran los espías, los viajeros, los comerciantes, los intermediarios entre las civilizaciones.

En la historia de los grandes navegantes, destaca uno con una flota de 400 navíos que recorrieron el mundo, se tiene una hipótesis, con la intención de explorar el mundo y sobre todo saber su identidad cultural.

Ese gran navegante, Zheng He, recorrió los océanos con la finalidad de buscar la identidad cultural del imperio chino en el mundo durante 1400-1410, llegando antes que Cristóbal Colón a tierra Americana. Esta es una presunción para la historia, pero es un precedente para iniciar el intercambio cultural entre las culturas maya, azteca y el imperio chino, buscando el origen de la civilización, y de ahí los intercambios que se dieron.

Dichos intercambios ha sido la base para que las dos naciones diferentes en lenguaje, costumbres inicien sus relaciones comerciales, ese fue el principio entre México y China. El intercambio marítimo terminó con la dinastía Qing (1641-1911) porque adoptaron políticas para rechazar el comercio y el transporte marítimo extranjeros. Durante ese tiempo permanecieron cerrados en su Muralla famosa.

Y la civilización maya y azteca fueron invadidas, aniquiladas, mezcladas con la sangre conquistadora: la hispana que mucho tenía de árabe en sus raíces. El conocimiento de nuestros antepasados fue aniquilado junto con ellos.

## 2.2. *El acercamiento de naciones: la Nao China y la Nueva España*

No conocemos una fecha exacta. Sin embargo hay anécdotas y datos que mencionan que *"en febrero de 1565 Miguel López de Legazpi, acompañado del fraile Andrés de Urdaneta llegaron a la isla Cebú, en las Filipinas, después de haber partido en noviembre de 1564 del Puerto de Navidad, en la Nueva Galicia."*<sup>15</sup> Con la colonización a Filipinas se realizó un acercamiento comercial entre la Nueva España y China. Pero más específicamente entre China –Filipinas-Nueva España. Ignoramos si nuestros antecesores mayas toltecas, o aztecas hayan incursionado en el Océano Pacífico más allá de los límites de sus costas.

Filipinas fue el enlace entre La Nueva España y China. La Nueva España importaba manufacturas chinas y exportaba plata. Fernand Braudel menciona en su libro Los orígenes del Comercio, *que más del 60% de toda la plata que se exportó a España de los territorios de América durante los tres siglos de su conquista quedo en manos de los chinos, quienes la convirtieron en su moneda fuerte y la cambiaban incluso por sus producciones de oro.*<sup>16</sup>

De acuerdo como menciona en su libro La Nao de China, González Blanco: "en el puerto de Acapulco se dieron todos estos intercambios comerciales que siguieron vigentes después del virreinato colonial. Pero no solo se dieron intercambios de mercancías, también de personas que fueron vendidas como esclavos en la Nueva España".<sup>17</sup>

Otro personaje que contribuyo al acercamiento entre ambas naciones fue Antonio María Bucareli Urzua, Virrey de la Nueva España, quien desde las costas de San Francisco seguía la ruta de la Nao.

---

<sup>15</sup> González Blanco Garrido, Salomón, *Qi y la ultima Nao a Manila*, HACINAS México, 1994.

<sup>16</sup> Braudel, Bernard, *Los orígenes del comercio*

<sup>17</sup> González Blanco Garrido, Salomón, *Qi y la ultima Nao a Manila*, HACINAS México, 1994.

Para México independiente la moneda estaba hecha de plata y con la cual pudieron hacer intercambios con los comerciantes chinos que aceptaban la moneda mexicana como pago de sus transacciones y contratos comerciales.

*La Secretaria de Relaciones Exteriores de México en su publicación informativa menciona: "Hay fechas que datan de las relaciones diplomáticas entre México y China desde el 14 de diciembre de 1889."*<sup>18</sup>

Resulta interesante la reflexión del ¿por qué? México debe mirar hacia estos mercados lejanos geográficamente, distintos en sus culturas, religiones, idiomas, formas de hacer negocios, gustos y preferencias.<sup>19</sup>

Es hasta diciembre de 1899 cuando México y China suscribieron un "Tratado de Amistad, comercio y navegación" en Washington D.C, en el cual establecieron las bases para facilitar el comercio bilateral. Es el inicio de la interacción económica bilateral.

---

<sup>18</sup> Carpeta informativa de la Secretaria de Relaciones Exteriores, 2001.

<sup>19</sup> Guía para hacer negocios en Asia y Oceanía, Bancomext.

### 2.3 Antecedentes del siglo XX entre el comercio de China-México

La moderna relación comercial que tienen México y China, existe desde hace más de cien años, intensificada por la migración de muchos habitantes de China a México utilizándolo como trampolín para llegar a Estados Unidos de América.<sup>20</sup>

Durante el siglo XX México mantuvo sus representaciones diplomáticas en China en forma regular. En octubre de 1904, México establece su primera representación oficial y acreditó a su primer Embajador en ese país. A raíz del triunfo de la fracción comunista en la guerra civil china, México retiró su representación a finales de 1948; sin embargo en la década de los setenta, al normalizarse las relaciones oficiales de la República Popular China (RPC) con la comunidad internacional y su aceptación como miembro de la ONU, México reestablece relaciones diplomáticas con el Gobierno de Beijing el 14 de febrero de 1972, retirando el reconocimiento a Taiwán.<sup>21</sup>

Después de esa fecha, se efectuaron exportaciones mexicanas de algodón a la RPC e importaciones de arroz como principio de un intercambio comercial amigable. También se *puso en marcha un programa de intercambio cultural, científico y tecnológico. Se le daría el tratado de la nación más favorecida. Habría facilidades portuarias y aduanales para facilitar el intercambio de mercancías y se harían los pagos en moneda convertible al tipo de cambio vigente*<sup>22</sup> todo ello de acuerdo a los principios señalados en la Organización Mundial de Comercio(OMC)

Desde 1972 a la fecha los presidentes de México han visitado oficialmente la RPC, interesados en promover las inversiones entre ambas naciones, sin embargo son pocos los convenios que se han logrado poner en práctica.

---

<sup>20</sup> Levy-Dabbah, Simón, *China: La fabrica más grande del mundo*, Ediciones fiscales ISEF, México 2004, pag. 229.

<sup>21</sup> Carpeta informativa de Relaciones Exteriores, 2001.

<sup>22</sup> El gobierno mexicano, Presidencia de la Republica , segunda época 1973, pp 252.

En 1973 se firmo un Convenio Comercial , que tenía por alcance el intercambio tecnológico, regular las importaciones y exportaciones, revisar las tarifas aduaneras.

Sin embargo, a partir de 1974 durante la firma de un nuevo Convenio Comercial y de Cooperación, el cual permitió elevar el comercio mexicano – chino hasta el momento actual un balance de 2000 millones de dólares anuales, partiendo prácticamente de un nivel de cero de hace 26 años.<sup>23</sup>

*En 1975 México suscribió otro Convenio de Cooperación Técnica y Científica con RPC que le dio un impulso sustantivo a los interlocutores en esta materia.*

A partir de 1978 se signaron dos Convenios importantes: Cooperación Turística y de intercambio Cultural, los puntos centrales de los mismos derivan de: un intercambio de información entre ambas naciones de lugares atractivos al turismo internacional, un intercambio de personas para capacitar en el ámbito turístico e idioma para poder brindar una mayor atención al turista chino y mexicano. Así mismo ofrecer información para los trámites de estancia en dichas naciones de los posibles turistas. Una muestra significativa de que el comercio entre ambas naciones era importante, ya que en 1982 firmaron un Convenio de Cooperación para facilitar el tráfico marítimo.

Durante 1986 suscribe un convenio consular con el cual regularon la situación de ambas embajadas y representaciones en el exterior. En 1987 Convenio de Cooperación en materia de Planeación Económica y Social, en el cual se planteó la posibilidad de buscar un intercambio de informaciones en la planeación económica, estabilización macroeconómica, apertura de las exportaciones e importaciones, incremento en la productividad, que generen igual y beneficio mutuo.

---

<sup>23</sup>China se lanza a comerciar, publicado en Macroeconomía, Diciembre 2001.

Para 1989, se refuerza el Convenio de Cooperación Técnica y Científico, con el objetivo de intercambiar conocimientos en dichas áreas. Posteriormente en 1990 fue sustituido por un Convenio ampliado al que se le adicionaron otras áreas de cooperación. En el marco de este convenio se han suscrito varios Acuerdos interinstitucionales, en materia de medicina, agricultura, entre los que destacan: Acuerdo sobre cooperación para el desarrollo rural entre la Secretaría de la Reforma Agraria y el Ministerio de la RPC de 1993; Acuerdo de Cooperación en materia agropecuaria entre la actual Secretaría de Agricultura, Ganadería Desarrollo Rural Pesca y Alimentación SAGARPA y el Ministerio de Agricultura firmado en 1996.<sup>24</sup>

En el sexenio del presidente Ernesto Zedillo, se manifestó abiertamente el interés de crear vínculos más estrechos económicamente con la RPC, en el Plan de Desarrollo 1995-2000, se menciona lo siguiente: “ Así mismo, buscaremos establecer vínculos más estrechos con la República Popular China, con el fin de multiplicar las oportunidades de intercambio comercial con esa nación”.<sup>25</sup>

Resaltando que a principios de 1995 el Ministro en turno Li Peng visitó nuestro país y el presidente Zedillo a finales del mismo año devolvió la cortesía con una visita a China. De dicha visita se concretaron los siguientes puntos: un Acuerdo sobre la cooperación en el combate al tráfico ilícito y abuso de estupefacientes, sustancias psicotrópicas, y control de precursores químicos; un Acuerdo en materia agropecuaria.

---

<sup>24</sup> Martínez, Elizabeth, *El ingreso de China a la organización Mundial de Comercio (OMC) y sus repercusiones en el comercio exterior mexicano*, 2003. Tesis UNAM.

<sup>25</sup> *Plan Nacional de Desarrollo 1995-2000*, México, Secretaría de Hacienda y Crédito Público, 1995, p14 cit. Por Cornejo Romer Alejandro.

*"Los antiguos chinos dijeron: el tiempo, la posición geográfica y las relaciones humanas ejercen su influencia en el desenlace de triunfo o fracaso de una guerra, en el destino de prosperidad o decadencia de un país."*<sup>26</sup>

## CAPITULO 3

### Comercio México- China

#### 3.1 Relaciones Económicas México-China

Las relaciones diplomáticas, económicas y políticas se propiciaron e incrementaron con la entrada de China a la Organización Naciones Unidas. Con el presidente Luis Echeverría fue el inicio de un mayor acercamiento con proyectos para mejorar la relación entre ambas naciones, como por ejemplo: Programas Especiales para la Enseñanza del Español a Estudiantes de la República Popular de China, y de la enseñanza del Chino Mandarín a estudiantes en México.

La Presidenta de la Cámara de Comercio Exterior de China Li Huifen mencionó y propició en su visita a empresarios mexicanos *"el futuro es muy promisorio y el comercio y la cooperación económica entre los dos países crecerán de una manera inusitada en los próximos años"*.<sup>27</sup>

La moderna relación comercial que tienen México y China, existe desde hace más de un siglo, intensificada por la migración de muchos habitantes de China a México utilizándolo como trampolín para llegar a Estados Unidos de América.<sup>28</sup> Si bien es cierto que durante el siglo XIX y como consecuencia de la realización de las vías ferreas en Estados Unidos y en el norte de México, existió una emigración desde Oriente basada principalmente en trabajadores chinos que fueron contratados por las empresas constructoras y que a la finalidad de dicha tarea

---

<sup>26</sup> Ma Ke y Li Jun, *El comercio en China*, China Intercontinental Press, China, 2004.

<sup>27</sup> Idem.

<sup>28</sup> Levy-Dabbah, Simón, *China: La fabrica más grande del mundo*, Ediciones fiscales ISEF, México 2004.



permanecieron tanto en Estados Unidos como en territorio de México. Sólo quiero mencionar que esa etapa fue muy nefasta para dichas personas pues muchas fueron asesinadas en una política de exterminio propiciada por gobiernos revolucionarios de mi país que deseaban tener el beneplácito de los norteamericanos en ese tipo de tareas.<sup>29</sup>

En el gobierno del presidente Ernesto Zedillo, en 1995 la relación México-China se mostraba muy prometedora ya que la inversión de China en la nación mexicana fue un asunto señalado en el Plan Nacional de Desarrollo 1995-2000, en el que se mencionó lo siguiente: "Así mismo, buscaremos establecer vínculos más estrechos con la Republica Popular China, con el fin de multiplicar las oportunidades de intercambio comercial con esa nación".<sup>30</sup> No tenemos cifras comparativas ni tampoco ciertas de que dicho Plan se hubiese llevado a cabo.

Lamentablemente durante el 2000 y 2001 las relaciones diplomáticas tuvieron un estancamiento, a consecuencia del cambio de aparato de gobierno de Vicente Fox que busco fortalecer lazos con Estados Unidos de América, dejando de lado los avances del anterior mandatario presidencial, con respecto a las intenciones de buscar un mayor vínculo entre México y China. En este periodo se recuerda notablemente un desprestigio haciendo uso de todos los medios de comunicación para satanizar los productos provenientes de China.

En el 2001 el mandatario Presidencial visitó la Republica Popular China, con el objetivo de: "*Vamos a China a buscar reciprocidad, porque toda relación comercial tiene que ajustarse a un sano equilibrio, de otra manera no puede ser permanente. Respaldo el ingreso de China a la OMC implicaría que México dejará de recibir los recursos de aranceles "de hasta mil por ciento" que pagan los productores chinos que entran a México*".<sup>31</sup> En dicha visita el Presidente mexicano, afirmó: "*Al tiempo que estimó que en el año 2025 la economía china*

---

<sup>29</sup> En la época del presidente Calles es la más significativa de exterminio de dichos trabajadores en el norte

<sup>30</sup> Plan Nacional de Desarrollo 1995-2000, México, Secretaría de Hacienda y Crédito Público 1995, p14. cit. Por Romer Comejo Alejandro "México y China. Entre la

<sup>31</sup> Mayolo López. Reforma 2001.

*generará cinco trillones de dólares y la mexicana tres, frente a ese panorama , lo mejor es no quedarse fuera, el que se quede fuera es un tonto".* Las visitas entre los mandatarios ha sido reciproca para ambas naciones. Dichas visitas han tenido como fin reiterar la voluntad de mantener las excelentes relaciones políticas a la par de dinamizar el intercambio económico.<sup>32</sup>

Las reuniones y las visitas de Estado, principalmente se dan en el ámbito político con el intento de mejorar las relaciones comerciales bilaterales, ante lo cual es obvio que los chinos si se han dedicado a conocer el mercado mexicano, nuestra cultura, idioma, tradiciones, costumbres, para poder entrar al consumidor mexicano. Como puede demostrarse al buscar en el mercado de Tepito del Distrito Federal, a los comerciantes de esa nacionalidad, los cuales responden con conocimiento acerca de nuestras necesidades y futuras relaciones. Otro ejemplo notable es el número de productos sensibles para los mexicanos como la bandera y las imágenes de la virgen de Guadalupe que son manufacturados en China.

China es, de acuerdo a datos de la FAO, un país con autosuficiencia alimentaria. Y será en 20 años la principal potencia económica de Asia, sobrepasando a Japón, Si bien México realmente desea diversificar sus relaciones y no concentrarlas con Norteamérica, como viene ocurriendo, la opción real nuestra es desde luego relacionarnos con ese otro continente que es China.<sup>33</sup>

---

<sup>32</sup> Levy-Dabbah, Simón, *China: La fabrica más grande del mundo*, Ediciones fiscales ISEF, México 2004.

<sup>33</sup> Agustín Gutiérrez Canet, publicado en El Universal.

### 3.2. El ingreso de China a la OMC

En 1986 China solicitó su ingreso al GATT (hoy OMC), precisamente cuando propicio las recomendaciones de apertura comercial y negociar la reducción arancelaria por sectores. Las negociaciones fueron arduas y laboriosas, porque para el gobierno chino era difícil romper las barreras arancelarias en ciertos sectores.

China inicio negociaciones con los países interesados en invertir, exportar e importar, obviamente en los sectores en los que es competitivo.

Es hasta el 10 de noviembre de 2001 cuando se acepta como miembro de la OMC. *"La incorporación de China a la OMC es una decisión estratégica que el Gobierno chino ha tomado en momento en que se intensifica la globalización de la economía mundial. El hecho marca una nueva etapa en la reforma y apertura de China".*<sup>34</sup> A partir de esa fecha se ha incrementado notablemente esa decisión.

El embajador de China en México Shen Yunao señalo: "en la historia mundial del comercio es difícil encontrar un precedente así, de aplicar medida compensatorias antidumping contra un número tan grande de artículos de un país y someterlos a una tasa tan alta. Son medidas evidentemente generalizadas y de carácter proteccionista".<sup>35</sup>

A consecuencia de esas ideas la producción china que entra a México tiene cuotas compensatorias hasta 1105 % desde 1991 para compensar el daño a la industria nacional, sin que tengamos una evaluación correcta de tal medida.

Las cifras muestran el incremento de productos en casi 15 años, por parte de las exportaciones un índice de 200 %, mientras que en las importaciones es de 1220

---

<sup>34</sup> China 2002, Editorial Nueva Estrella, Primera Edición 2002, China Beijing.

<sup>35</sup> "Entrevista del Embajador Shen Yunao de China en México" Proceso. México 3 de octubre de 1999.

%. México y China forman parte de la Organización Mundial del Comercio, sin embargo no llevan a cabo tal cual debe ser el libre comercio, entre ambas naciones se han interpuesto barreras y cuotas compensatorias para proteger el mercado nacional de ambas.

*"La liberación del mercado de capitales debería dejarse para cuando la liberalización comercial se haya alcanzado."*<sup>36</sup> Son las ideas que se tienen en mente para que esto último se logre.

---

<sup>36</sup> Apertura Liberalización del comercio, [www.xinhuanet.com.cn](http://www.xinhuanet.com.cn)

### 3.3. Las reglas de la OMC: México y China

La Organización Mundial del Comercio (OMC) es el único órgano internacional que se ocupa de las normas que rigen el comercio entre los países.<sup>37</sup> Algunos consideran que es una institución de “libre comercio”, lo cual es falso, ya que autoriza el sistema de aranceles, como una medida de protección interna a los mercados.

La mayoría de los países que realizan un intercambio comercial son miembros de la OMC. Es a través de los gobiernos de cada país que solicita su ingreso, para estar en igualdad de condiciones para comerciar.

El propósito primordial es ayudar a que las corrientes comerciales circulen con la máxima libertad posible, asegurar que los miembros conozcan las normas que rigen el comercio así como la solución de diferencias.

*Sus principales objetivos son:*

- *Ser un foro para negociaciones comerciales,*
- *Establecer un mecanismo imparcial de solución de diferencias,*
- *Alcanzar una mayor liberalización del comercio mediante negociaciones,*

*Los principios son:*

- *La no discriminación del comercio ( la cláusula de Nación Más Favorecida),*
- *Un comercio libre de obstáculos,*
- *Libre competencia que evite las prácticas desleales del comercio,*
- *Disposiciones especiales para los países menos adelantados, otorgándoles más tiempo para adaptar los acuerdos.*<sup>38</sup>

---

<sup>37</sup> [www.omc-org.com](http://www.omc-org.com)

<sup>38</sup> Martínez, Elizabeth, *El ingreso de China a la organización Mundial de Comercio (OMC) y sus repercusiones en el comercio exterior mexicano*, 2003. Tesis UNAM.

Con la entrada de China a la OMC, México ha pugnado para que China reduzca los aranceles impuestos a productos mexicanos, como el café, el jugo de naranja, tequila, entre otros productos, que abrirían sin dudarlo el mercado Chino a México.<sup>39</sup>

Así mismo México, por medio de la Secretaría de Economía emitió en 1994 una resolución a productos chinos dentro del mercado mexicano lo siguiente:

*“ de conformidad con los resultados del análisis de los argumentos y las pruebas presentadas por la Cámara Nacional de la Industria Textil, La Cámara Nacional de la Industria del Vestido, así como de la información de la SECOFI tuvo a su disposición, se determinó que existen elementos suficientes para suponer que la supresión de las cuotas compensatorias sobre las importaciones de prendas de vestir y otras confecciones textiles chinas darían lugar a la repetición del daño a la industria nacional en función de la situación, del mercado internacional y de la capacidad exportadora de prendas de vestir de la Republica Popular China”.<sup>40</sup>*

El gobierno de China ha intentado negociar esta medida de “dumping” ante el gobierno mexicano, pero no se ha tenido hasta el momento ningún resultado.

Los representantes del gobierno de China por su parte, se encuentra muy interesados, trabajando de forma muy cercana, tiene un cuerpo diplomático<sup>41</sup> en México estudiando el comportamiento de los mexicanos ante el consumo de productos y entrar más en el gusto del consumidor. Esta es una gran diferencia entre nosotros y ellos. El gobierno nuestro sólo se enfoca en las relaciones diplomáticas, pero no se compromete, ni con los interesados, dígame comerciantes y exportadores, para que las relaciones comerciales beneficien recíprocamente.

---

<sup>39</sup> Levy-Dabbah, Simón, *China: La fabrica más grande del mundo*, Ediciones fiscales ISEF, México 2004.

<sup>40</sup> Levy-Dabbah, Simón, *China: La fabrica más grande del mundo*, Ediciones fiscales ISEF, México 2004.

<sup>41</sup> Son un estilo de Potchencas, espías que se utilizaban para conocer de otro pueblo.

### 3.4 Breve análisis de la economía de China

Bajo la perspectiva y análisis de Yuan Zhengqing<sup>42</sup> : “China ha aportado un 14 por ciento del Producto Interno Bruto (PIB) mundial-global de 1980 a 2000, luego de aplicarse la paridad de poder adquisitivo, quedando en segundo lugar después de EE.UU., que acumuló en igual período un 20,7 por ciento.

Mientras esto ocurría, China alcanzaba un crecimiento anual promedio superior al 9 por ciento en los últimos 25 años. En términos del comercio mundial, el 4,7 por ciento registrado por China se situó en tercer lugar mundial, en tanto EE.UU. y Japón alcanzaban el primero y segundo lugares respectivos, con 14,4 y 6,9 por ciento, respectivamente.”

Las importaciones y exportaciones de China llegaron a \$850.000 millones en 2003, con lo cual el país se convirtió en el mayor comerciante del globo. Pero hay algo más importante aún: los beneficios que muchas economías, en especial de los países y regiones vecinos, han obtenido del sólido comercio exterior de China desde que ésta accediera a la Organización Mundial del Comercio (OMC) y ampliara un tanto más su mercado.<sup>43</sup>

El desempeño de China ha beneficiado a varios países de la zona y la región. Ante la apreciación de Zhang Ming: *“El robusto comercio exterior de China no sólo beneficia el propio crecimiento del país, sino que ayuda a la recuperación de muchas economías vecinas”*.

El economista Donald Straszheim, publicó un artículo en The Washington Observer en el que precisó: *“China está acelerando su paso hacia la economía de mercado y su rápido crecimiento está produciendo ventajas directas para otros países y regiones en la región de Asia y el Pacífico, al desempeñar un papel importante de importador y exportador en todo el planeta. Al dejar constancia de*

<sup>42</sup> Investigador del Instituto de Economía y Política Mundiales, subordinado a la Academia China de Ciencias Sociales

<sup>43</sup> Wu Zongzhi, Da paso al dragon, www.xinhuanet.com.cn

su profunda impresión sobre la pujante economía y comercio internacional de Asia.

Otra opinión acerca de este fenómeno lo expresa Jean-Claude Trichet, presidente del Banco Central Europeo, quien expresó: *“la certeza de que se fortalece el poderío de China, país que con sus aportes al crecimiento global está atrayendo sobre sí el interés de la comunidad internacional.”*

Debido al impulso de la reforma y apertura, China está intensificando la integración con el mundo exterior.

En un reciente informe investigativo, JP Morgan Chase, bufet económico norteamericano pronosticó que el consumo substituiría la inversión como factor dominante en la evolución del ciclo de crecimiento de China antes de 2008.

Como parte de dicho ciclo, los automóviles se convertirán en los artículos de mayor peso en el consumo. JP Morgan expresó que el consumidor chino gana en confianza después de años de hacer una fijación con la fiebre de cuentas de ahorro. Señaló asimismo que *el “auge” en la inversión y la exportación otorgaría un espaldarazo al consumo, pues ambos se han traducido en un incremento de los ingresos de las familias chinas.*<sup>44</sup>

Es tan estable la economía china que en el 2004 el Centro Estatal de Información de China (CEI), pronosticó : *la economía nacional crecerá en 8,5 por ciento, en momentos en que el ciclo de desarrollo económico transita de la etapa de recuperación a la de prosperidad, afirmó la CEI.*<sup>45</sup>

Después de hacer un pronóstico correcto sobre la tendencia del desarrollo económico de la economía china en años recientes, el profesor Song Guoqing, del Centro para las Investigaciones Económicas de China, de la Universidad de Pekín, afirmó recientemente que:

---

<sup>44</sup> Wu Zongzhi, Da paso al dragon, www.xinhuanet.com.cn

<sup>45</sup> idem.



*la tasa de desarrollo económico del país llegaría a un 9 por ciento en 2004, y que en el segundo trimestre alcanzaría probablemente un 10 por ciento. Ambas cifras superan lo registrado en 2003. 'Aunque el período de oro' del crecimiento de China se ha mantenido por espacio de 25 años", indicó Song, "el mismo no se desacelerará en los 20 años próximos, y el crecimiento del PIB en los 10 próximos años nunca será inferior al 8 por ciento".<sup>46</sup>*

Para que la economía mundial funcione bien en sincronía con China, Zhang Yansheng<sup>47</sup> sugiere: *"que la clave radica en qué actitud, estrategia y política adopta China para integrarse a la economía mundial, y si los otros países podrían adaptarse al nivel de desarrollo de China".*

En los últimos años, China se ha convertido en el tercer importador a nivel mundial, por lo que es considerado como un mercado que puede absorber muchos de los productos mexicanos.

Según estadísticas del Ministerio de Transporte (MT) de China, el número de contenedores manejados anualmente por los puertos chinos se disparó desde 15.59 millones en 1999 hasta 48 millones en 2003. China manejó aproximadamente una cuarta parte de los contenedores del transporte marítimo global el año pasado.<sup>48</sup> Las cifras anteriores nos hablan de lo ocurrido hace dos años.

Un sondeo del MT estima que los puertos en la parte continental de China (sin incluir a Hong Kong, Macao y Taiwán) *"podrán manejar un total de 3,000 millones*

---

<sup>46</sup> Idem.

<sup>47</sup> Director del Instituto para la Economía Internacional, subordinado a la Comisión de Desarrollo Nacional y Reforma de China.

<sup>48</sup> [www.xinhuanet.com.cn](http://www.xinhuanet.com.cn)

*de toneladas de carga y 100 millones de TEUs para 2010, que harán de China el centro de manejo de contenedores más grande del mundo”.*<sup>49</sup>

En 2003, Shang Hai, el puerto más grande en la parte continental de China, ocupó el tercer lugar mundial en cantidades de manejo de carga, detrás solamente de Hong Kong del país y de Singapur. Con el puerto de Agua Profunda Yangshan de Shanghai, la metrópolis oriental china espera contar ahora con aproximadamente 10 kilómetros de costa de agua profunda y 50 atracaderos de agua profunda. Es muy probable que el puerto de Shanghai se convierta en el puerto de comercio más grande del mundo para el año 2020, según un plan divulgado por la administración portuaria de Shang Hai.<sup>50</sup>

En tanto que para el Secretario de Economía Fernando Canales Clariond, *“el comercio por sí solo no puede resolver todos los problemas de la economía nacional”*, a pesar de que México es la octava potencia exportadora con la red de tratados de libre comercio más amplia del mundo. El único camino que le queda a México para salir adelante es en palabras Fernando Canales, *“el trabajo que debemos realizar para fortalecer las fuentes internas de crecimiento nadie lo va a hacer por nosotros: lo tenemos que llevar a cabo los mexicanos. Tenemos que crear un ambiente de negocios propicio para la inversión y el desarrollo de las empresas, para que fluyan los recursos de residentes nacionales y extranjeros hacia nuestro país, y se cree un proceso virtuoso de crecimiento y generación de empleos bien remunerados. Tenemos que reducir a las empresas los costos de operar en el territorio nacional y consolidar un mercado de trabajo en el que se premie el esfuerzo y la productividad con salarios crecientes”*. Palabras simplemente de aliento sin que tengan comprobación en los hechos.

La importancia de China en la economía mundial varía por sector. Sin embargo, hoy controlan el 70% de la industria del juguete a nivel mundial, el 60 % de la

---

<sup>49</sup> [www.xinhuanet.com.cn](http://www.xinhuanet.com.cn)

<sup>50</sup> [www.xinhuanet.com.cn](http://www.xinhuanet.com.cn)

producción de bicicletas, el 50 % de ropa, el 55% de las industrias del calzado, el 50% de la producción de cámaras y teléfonos<sup>51</sup> y en la industria automotriz.

El milagro chino ha permitido transformar las condiciones económicas de 200 millones de chinos en pobreza extrema, que han pasado a la clase media en menos de 10 años.<sup>52</sup>

Este año se graduarán en China 325 mil ingenieros. Independientemente de los recursos naturales, la verdadera riqueza de China es su gente con preparación científica aplicada a desarrollar tecnología.<sup>53</sup>

En los próximos cinco años China será una importante fábrica a nivel mundial de manufacturas de alta tecnología.

---

<sup>51</sup> El Universal, Management, 16 /agosto/2004.

<sup>52</sup> China como potencia industrial, [www.xinhuanet.com.cn](http://www.xinhuanet.com.cn)

<sup>53</sup> [www.chinatoday.com.cn](http://www.chinatoday.com.cn)

### 3.5. Balanza Comercial de China y México

El intercambio comercial entre México y China en los últimos 15 años ha sido con saldo a favor de China, durante esos años pero con un incremento de las importaciones chinas. Y un significativo intercambio de exportaciones para México.

CUADRO 3.1

Balanza Comercial México- China				
(miles de dólares)				
Año	Comercio Total	Exportaciones	Importaciones	Saldo
1989	289,000	94,000	195,000	-101,000
1990	24,831	8,989	15,842	-6,853
1991	205,014	62,639	142,375	-79,736
1992	450,806	20,639	430,167	-409,528
1993	431,230	44,781	386,449	-341,668
1994	541,827	42,168	499,659	-457,491
1995	557,596	37,008	520,588	-483,580
1996	797,997	38,286	759,711	-721,425
1997	1,293,266	45,885	1,247,381	-1,201,496
1998	1,722,486	105,984	1,616,502	-1,510,518
1999	2,047,407	126,345	1,921,062	-1,794,717
2000	3,083,216	203,592	2,879,624	-2,676,032
2001	4,309,041	281,782	4,027,259	-3,745,477
2002	6,730,328	455,942	6,274,386	-5,818,444
2003	9,863,861	463,024	9,400,837	-8,937,813
2004	14,924,460	466,733	14,457,727	-13,990,994
2005 <sup>1</sup>	4,948,677	191,823	4,756,854	-4,565,031

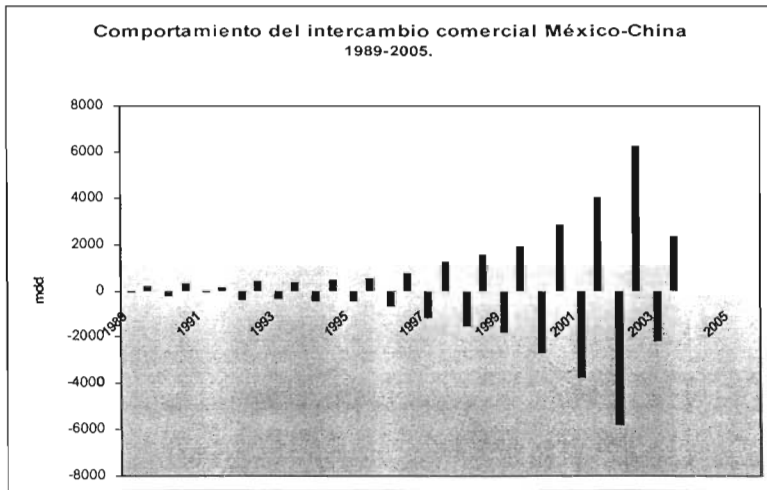
Fuente: Elaboración propia con base de datos de la Secretaría de Economía, con base en datos del Banco de México. <sup>1</sup> Periodo enero-abril

Si bien el comercio entre México y China ha seguido creciendo a un ritmo acelerado, el desarrollo en la estructura del mismo ha sido muy irregular la parte mexicana, lo cual acusa los altibajos de un comercio exterior coyuntural y accidentado. Esta situación se observa, sobre todo, en las importaciones de México.<sup>54</sup>

<sup>54</sup> Roldan Eduardo, *Las relaciones Económicas de China: OMC, México, Estados Unidos, Taiwán, y la Unión Europea*, AMEI Plaza y Valdez, 2003, México.

De 1991 a 1996 la balanza comercial de México-China, mantiene una tendencia promedio casi constante en el comportamiento del Comercio Total de 497,411 mdd, pero es de 1997 a 2004, la misma ha aumentado hasta 5,496,758 mdd. La actual Relación Bilateral Comercial de México y China es deficitaria para nuestro país, en el 2004 sumó 14,924,460 mdd.

GRÁFICA 3.1



Fuente: Elaboración propia con base en datos de la Secretaría de Economía, con base en datos del Banco de México. /1 Periodo enero-abril

Por otro lado China incrementó, durante ese periodo, el flujo de sus exportaciones, ocasionando desde 1989 un mayor déficit comercial, también provocó el reclamo de los productores mexicanos de bicicletas, calzado, herramientas, textiles (hilados y tejidos de fibras sintéticas y artificiales), Juguetes, lápices, maquinas, prendas de vestir, sustancias químicas orgánicas, vajillas, velas, accesorios de equipos eléctricos y sus partes, entre otros quienes solicitaron a SECOFI la imposición de cuotas compensatorias por el daño a la industria nacional.<sup>55</sup>

<sup>55</sup> Martínez, Elizabeth, *El ingreso de China a la organización Mundial de Comercio (OMC) y sus repercusiones en el comercio exterior mexicano*, 2003. Tesis UNAM.

Ante dichas medidas implementadas por el gobierno mexicano para intentar frenar las importaciones chinas, sin embargo las estadísticas de importaciones y exportaciones han repuntado más acerca del número de las mercancías procedentes del lejano oriente.

Durante 1988 a 1999, México sólo ha sido un espectador ante el intercambio comercial de productos chinos, puesto que esa nación no repuntaba como un competidor comercial en el ámbito mundial, en tanto el gobierno mexicano puso mayor énfasis en sus relaciones de negociación del Tratado de Libre Comercio de América del Norte y los empresarios mexicanos no tenían interés en conocer lo que estaba pasando en China con las empresas y la producción. Aunado al poco interés del gobierno mexicano en el mercado oriental.

Los productos en los que China ha incrementado sus exportaciones en México desde 1989 son : bicicletas, calzado, herramientas, textiles(hilados y tejidos de fibras sintéticas y artificiales), juguetes, lápices, maquinarias, prendas de vestir, sustancias químicas y orgánicas, vajillas, velas, accesorios de equipos eléctricos y sus partes principalmente, los productores nacionales presentaron quejas ante dichos sectores para que el gobierno mexicano impusiera cuotas compensatorias por el daño a la industria nacional. El resultado de las prácticas desleales del comercio fue la aplicación de cuotas compensatorias hasta de 1105% a más de cuatro mil productos chinos.

CUADRO 3.2

Principales productos importados por México procedentes de China (Valores en dólares)					
Fracción	Descripción	2002 abril-dic	2003 ene-dic	2004 ene-dic	2005 ene-abril
	Total	5,079,331,060	9,400,837,752	14,457,726,646	4,756,854,299
8473.30.02	Circuitos modulares.	4,756,854	572,680,455	836,166,632	250,602,255
8471.60.05	Impresoras por inyección de tinta.	24,025,937	250,407,809	586,809,677	105,303,127
8542.29.99	Los demás.	84,431,636	424,884,230	473,504,923	95,494,511
8473.30.01	Reconocibles como concebidas exclusivamente para máquinas y aparatos de la Partida 84.71, excepto circuitos modulares constituidos por componentes ele	187,056,535	547,339,885	471,860,476	154,330,405
8529.90.99	Los demás	19,177,700	204,497,746	464,038,641	169,037,432
8471.60.03	Impresoras láser, con capacidad de reproducción superior a 20 páginas por minuto.	6,022,784	239,401,404	357,129,680	91,120,889
8471.70.01	Unidades de memoria.	147,033,976	326,038,025	336,473,064	72,217,333
8529.90.06	Circuitos modulares reconocibles como concebidos exclusivamente para lo comprendido en las partidas 85.25 a 85	21,467,954	49,345,198	283,905,327	92,839,649
8521.90.02	Consolas lectoras/reproductoras de discos de video	133,591,699	197,251,979	271,856,933	78,052,950

	digitalizado (DVD), discos compactos (CD, CD ROM) y demás soportes similares				
8471.30.01	Máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos, digitales, portátiles, de peso inferior o igual a 10 kg, que estén constituidas, al me	8,857,972	108,089,203	245,935,527	95,168,512
8471.80.01	Reconocibles como concebidas exclusivamente para su incorporación física en máquinas automáticas de tratamiento o procesamiento de datos.	58,156,735	186,761,478	229,741,148	37,929,116
9802.00.08	Mercancías para el Programa de Promoción Sectorial de la Industria Fotográfica, cuando Las empresas se ajusten a los requisitos de la Regla 8a de las	0	1,464,414	180,706,784	102,481,513
Fuente: Elaboración propia con datos de la Secretaría de Economía.					

México es el segundo socio comercial de China en América Latina. Antes de ser desplazado por Brasil, Venezuela, Cuba y Argentina.

El año pasado, las empresas mexicanas exportaron a China productos por valor de 463 millones de dólares, en tanto que las ventas del país asiático a México sumaron 9 mil 400 millones de dólares, cifras que supusieron un incremento del 50% respecto a 2002.

México exporta a China principalmente piezas para computadoras, partes para automóviles, cerveza, partes para aparatos de telefonía y aparatos de telecomunicación.

Por otro lado, las empresas chinas venden piezas para computadoras, partes para televisores y radios, reproductores de vídeo, computadoras portátiles, juguetes, calzado y textiles.

CUADRO 3.3

Principales productos exportados por México a China (Valores en dólares)					
Fracción	Descripción	2002 abril-dic	2003 ene-dic	2004 ene-dic	2005 ene-abril
	Total	365,208,329	463,023,892	466,732,619	191,823,292
8473.30.01	Reconocibles como concebidas exclusivamente para maquinas y aparatos de la Partida 84.71, excepto circuitos modulares constituidos por componentes eléctricos.	216,536,343	249,176,173	201,477,658	24,510,163
2603.00.01	Minerales de cobre y sus concentrados	3,282,286	5,534,740	45,436,837	6,382,237
8409.91.99	Los demás	11,998,010	16,230,078	18,280,638	4,800,267
2933.71.01	6-Haxenolactama (epsilon caprolactama)	1,689,750	6,818,058	13,398,766	7,354,443
2203.00.01	Cerveza de Malta	5,595,837	10,995,212	11,941,549	3,455,323
5501.30.01	Acrílicos o modaacrílicos	4,967,082	3,797,109	8,732,645	8,057,650
8483.10.01	Flechas o cigüeñales	885,610	226,761	8,543,987	141,543
8473.30.02	Circuitos modulares	24,540,283	39,407,616	7,685,912	3,705,331
7401.10.01	Matas de cobre	0	4,662,584	7,429,784	5,317,390

8409.99.01	Culatas(cabezas ) o monobloques	935	3,570,015	7,121,565	11,880
5502.00.99	Los demás	40	51	6,751,912	5,671,627
4114.20.01	Cueros y pieles charolados y sus imitaciones de cueros o pieles chapados; cueros y pieles metalizados.	797,729	2,488,621	6,355,258	4,448,794
7403.11.01	Cátodos y secciones de cátodos	0	0	6,314,157	6,585,713
3702.54.01	De anchura superior a 16 mm, pero inferior o igual a 35mm y longitud inferior o igual a 30 m, exceptos para dispositivos.	0	479,346	6,297,349	0
8708.99.05	Bolsa de aire para dispositivos de seguridad	0	0	6,295,617	3,737,536
0306.13.01	Camarones , langostinos y demás Decápodos natantia.	583,460	0	5,281,629	0
Fuente:Elaboración propia con datos de la Secretaria de Economía.					



### 3.6. Situaciones reales del comercio en México-China

Con el repunte económico de China y los productos de bajos costos son fuentes de atracción para comerciantes que buscan ganancias mayores, y van en busca del mercado que los ofrece: China. Van y vienen con las mercancías que compran sin guías de turistas, sin traductores ellos el dinero, y las mercancías. Las cuales se encuentran en el mercado de Tepito, en la Ciudad de México, y que se distribuyen de ahí en la República Mexicana. Más los comerciantes chinos que traen sus mercancía legalmente, con esto no se dice que la de los comerciantes mexicanos no sea legal, también entra legalmente al país pues pagan el transporte ya sea de avión o de barco al salir de China y al ingresar a la aduana de Manzanillo.

Manzanillo es el puerto por el cual entran las mercancías procedentes de Asia principalmente la de China, cuando se satura el puerto, entran por el puerto de Mazatlán en vísperas de la navidad.

Pese que Manzanillo es el segundo puerto comercial por el que entra mercancía de Asia, se distribuye en su totalidad para el Distrito Federal. En el interior de Colima y Manzanillo no se encuentra con facilidad la mercancía procedente de Asia, ya que va a parar a las bodegas en el Distrito Federal para ser distribuida. En las pocas tiendas de importaciones de procedencia china los precios son al 200% más que en un almacén y en alguna tienda en el Distrito Federal. Caso muy diferente en Culiacán, en donde se encuentran precios un 10% más bajos que en el mercado de Tepito.

En el estado de Sinaloa en Culiacán, es interesante destacar que hay muchos comercios de importaciones chinas, restaurantes chinos que no están registrados en la Secretaría de Economía en la Dirección General de Inversiones Extranjeras.

Y tomando en cuenta que el mercado mexicano no es el objetivo principal de los productores chinos. Los importadores son de nacionalidad china, pero también los mexicanos contribuyen a introducir mercancías legalmente al país, es decir cumplir con los requisitos, pagar los impuestos o cuotas compensatorias dependiendo del producto que se trate, no porque les agrade importar o traer mercancías de china, de las ganancias que obtienen mantienen a sus familias, ante la falta de un trabajo fijo, una política de planeación a largo plazo como es el caso de China.

Es importante mencionar que cualquier mercancía originaria de China se importa legalmente. Principalmente por las aduanas marítimas, que para el caso de las mercancías de origen chino es Manzanillo segundo puerto de importancia, la Aduana registra 600 operaciones diarias, de las cuales las importaciones de origen asiático representan 76%<sup>56</sup>, es decir 456 operaciones son de productos chinos.

Los comerciantes del mercado de Tepito, hacen viajes a China para traer su mercancía de forma legal, ya sea en el avión o mandarla por barco de cargamento. Es sorprendente que dichos comerciantes se aventuren por las ganancias que los productos les dejan, la cotización de un viaje a China va de los 1400 dólares a los 17000 dólares en temporada alta, más el hospedaje que de una semana es de 500 dólares con comida. La inversión que realizan la recuperan con la mercancía que trae en sus maletas en el avión, pues como son viajeros frecuentes tienen preferencia de equipaje. Y al ingresar al aeropuerto internacional de la Ciudad de México declara la mercancía que traen en maletas y listo no pagan impuestos. Para después llevarlas al mercado de Tepito como novedad del momento y vaya que si son novedad del momento hasta en China.

---

<sup>56</sup> Aduana México, Tianguis y mercancías china no son sinónimo de contrabando, Mario E. Chagoya Landin, 2004.

El fin de obtener una ganancia es el motor de los comerciantes, no importa el idioma, la cultura... lo que importa es cuanto pueden obtener de la venta de sus mercancías.

Para los chinos que se aventuran a traer sus mercancías a México les cuesta más trabajo ingresar sus productos. La primera barrera con la que se enfrentan es el idioma. Por el cual su cargamento en la Aduana de Manzanillo puede permanecer por dos, tres meses sin que se pueda efectuar ningún trámite de salida de mercancía. Efectivamente hay muchas Agencias Aduanales, pero es muy escueto que alguna tenga un traductor español-chino que pueda brindar asesoría oportuna a los comerciantes chinos.

En circunstancias reales son los mexicanos quienes tienen más facilidades para ingresar los productos chinos ante las adunas mexicanas.

### 3.7. Las oportunidades en el mercado interno de ambas naciones

El número de consumidores en China puede significar un mercado atractivo para los productores del mundo, casi cerca de 1,300 millones de personas con un ingreso per cápita de 766.72 dólares. Tomando en cuenta que con el ingreso de China a la Organización Mundial de Comercio los productos chinos se intercambian con más facilidad en el mundo pues se supervisa un libre comercio entre los socios de esta organización.

Para el caso de México que tiene una población de 101.1 millones de habitantes con un ingreso per cápita de 6,300 dólares anuales.

Las áreas de oportunidad de inversión y alianzas estratégicas para nuestro país en China son en la agricultura, ya que tenemos la posibilidad de exportar frutas y verduras así como café enlatado, otro sector en el cual tenemos la posibilidad de realizar alianza con China es en la pesca ya que los dos países contamos con un gran litoral, de los cuales si realizamos una adecuada explotación de ellos podremos obtener enormes beneficios de este recurso natural del cual somos privilegiados de tener.<sup>57</sup>

En otros sectores en los cuales México puede ser proveedor de China es la industria de alimentos procesados, chocolate y confitería, jugos de frutas, alimentos tradicionales de nuestro país, la industria de la cerveza la cual tiene buen recibimiento por los consumidores chinos, vino de mesa y el tequila.

Los productos antes mencionados, los empresarios deberían de poner énfasis para iniciar negociaciones para exportar a China.

Un dato importante es el idioma. Para los chinos es importante por lo menos tener frases de cortesía en Chino Mandarín. Confían más en las personas que se toman la molestia de saber de su cultura, su lengua, costumbres.

---

<sup>57</sup> Levy-Dabbah, Simón, *China: La fabrica más grande del mundo*, Ediciones fiscales ISEF, México 2004.

### 3.8. Convenios por aprovechar

Los días 16 y 17 de agosto de 2003 se celebró en Beijing, RPC, la Primera Reunión de la Comisión Binacional México – China, cuyo establecimiento fue acordado por el presidente Vicente Fox y el Primer Ministro chino Wen Jiabao, en diciembre de 2003, en reconocimiento de la importancia que ambos gobiernos otorgan al desarrollo de la relación desde una perspectiva estratégica y de largo plazo.<sup>58</sup> Cabe señalar que desde antes México y China han firmado acuerdos relevantes en sectores estratégicos energía, comercio y turismo

Con la visita del mandatario Vicente Fox, los alcances de dicha reunión tuvieron por objetivo crear lazos a través de convenios. Se firman en un ambiente casi empantanado, en México se estaba haciendo una campaña de desprestigio a China con sus productos en el mercado interno.

Las correspondientes autoridades mexicanas y chinas, han acordado trabajar conjuntamente en estos convenios para un beneficio mutuo y responsable.

Estos convenios pueden favorecer a las relaciones comerciales entre ambas naciones, pero también pueden generar desequilibrios que acentúen la brecha comercial que existe en la balanza comercial.

#### 3.8.1 Convenios México-China: resultado de la Primera Reunión Binacional.

En la visita del mandatario Vicente Fox y un conjunto de Secretarios de Estado, han llegado al grado de un entendimiento en materia de convenios. Los siguientes alcances de dicha reunión da pie a los siguientes convenios de los cuales México puede salir beneficiado si y sólo si busca los productos para generar el equilibrio en la Balanza Comercial.

---

<sup>58</sup> [www.presidencia.gob.mx](http://www.presidencia.gob.mx), Comunicado de Prensa No. 169, Diciembre 2004.

Los Convenios o Acuerdos resultado de la Primera Reunión de la Comisión Binacional México – China:

- Acuerdo Sanitario entre México-China. El cual tiene como objetivo iniciar una relación comercial de productos del campo, donde en el caso mexicano destaca el aguacate Hass.

El Secretario de la SAGARPA, Javier Usabiaga Arroyo mencionó que: "es el principio de un intercambio comercial, el cual seguramente será ampliado conforme los productores vayan perfeccionando sus capacidades productivas y la calidad de los productos que obtienen del campo, además de incorporarse cada vez más a una economía de mercado para atender los nichos altamente competitivos."<sup>59</sup>

Dicho Acuerdo determina que las partes desarrollarán medidas y requisitos de inspección y cuarentena para la importación o exportación de animales y productos de origen animal, plantas y productos de origen vegetal y alimentos, los cuales serán acordes con las reglas del Acuerdo de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias de la Organización Mundial de Comercio.<sup>60</sup>

Así mismo, los empresarios chinos y mexicanos buscaran sacar provecho a estos convenios para dar a conocer sus productos, realizar coinversiones ya sea en China o en México y tratar de evitar ese ambiente de linchamiento a los productos chinos en el mercado interno. Los productos están en México porque han pasado legalmente por una aduana. El consumidor es quien se ha encargado de su

---

<sup>59</sup> [www.sagarpa.gob](http://www.sagarpa.gob). Boletín

<sup>60</sup> [www.sagarpa.gob](http://www.sagarpa.gob). Boletín

permanencia en el mercado, porque su ingreso le permite la adquisición de estos y le alcanza para más por el momento.

En Marzo de 2005 representantes chinos y mexicanos firmaron un acuerdo “ *en el marco jurídico del trabajo y la seguridad social, en políticas de mercado laboral, incluyendo la promoción de empleo así como en condiciones laborales e inspección del trabajo y diálogo social.* ”<sup>61</sup>

La firma de dicho acuerdo se llevo a cabo en Beijing. Dicho convenio tiene una vigencia de 5 años con posibilidad de renovarlo después de analizar resultados del intercambio laboral.

Lamentablemente y debido a las condiciones de inestabilidad política y social que prevalecieron en las dos naciones después de 1971, hicieron imposible el desarrollo de comercio bilateral, los contactos se caracterizaron por encuentros y desencuentros entre mexicanos y chinos.

---

<sup>61</sup> [www.stps.gov.mx](http://www.stps.gov.mx)

*"Roba el cielo y  
pon allá arriba  
un sol falso "*  
*Proverbio Chino*

#### **4.- Inversiones México - China**

##### **4.1 Evolución de la Inversión Extranjera Directa en China**

Con la apertura y las reformas al exterior en 1979, China ha invertido en su nación en: aeropuertos, puertos marítimos, telecomunicaciones, agua potable, electricidad, y gas.

El gobierno Chino ha elaborado leyes, reglamentos, estatutos para regular a las empresas con inversión extranjera. Dicho sistema de leyes principalmente son: "Ley de la República Popular China sobre empresas de coinversión chino-extranjera", "Ley de la República Popular China sobre empresas de cooperación chino-extranjera" y "Ley de la República Popular China sobre empresas de capital extranjero"<sup>62</sup>. Dichas leyes han ayudado a que funcionen casi perfectamente las inversiones en China.

Así mismo el gobierno ha firmado con muchos países acuerdos sobre estímulo y protección mutua de inversiones y acuerdos sobre evitación de doble recaudación de impuestos, lo cual da garantías y seguridad a los inversionistas extranjeros.

China utiliza inversiones extranjeras principalmente en las siguientes formas: inversión directa, préstamo exterior y otros tipos de inversión. La inversión directa comprende empresas de coinversión chino-extranjera, empresas de cooperación chino-extranjera, empresas de capital extranjero (exclusivamente inversión extranjera) empresas accionarias con inversión extranjera, y explotación

---

<sup>62</sup> Se anexan los documentos correspondientes a dichas leyes.



mediante cooperación chino-extranjera. El préstamo exterior incluye préstamo tomado al gobierno de otro país, a una organización financiera internacional, a un banco extranjero, crédito por exportación y emisión de títulos de deuda en el exterior.<sup>63</sup>

Las Provincias chinas con mayor inversión extranjera son:

- Shang Hai: es una de las ciudades con mayor infraestructura, con una población de 14.5 millones de habitantes, con una actividad industrial de día y de noche, con el puerto más activo de China, con un gobierno más accesible para la realización de los negocios y de turismo. Es la principal ciudad comercial de China. Unos 270 nuevos proyectos de inversión extranjera por 380 millones de dólares fueron aprobados en Shanghai, la segunda ciudad china y su principal centro económico, en los dos primeros meses del 2004.<sup>64</sup>
- Guang Zhou: tiene zonas económicas especiales que incluyen Shenzhen, Zhuhai y Shantou. *Se tienen registradas inversiones por 100 billones de dólares.*<sup>65</sup>

Cabe indicar y resaltar que hay Zonas Económicas Especiales (ZEE) las cuales en 1980 fueron abiertas por el gobierno chino en: Shenzhen, Shantou, y Zhuhai (Guang Dong), Xiamen(Fujian) y Hainan. El objetivo de las ZEE fue introducir fondos foráneos, tecnologías avanzadas y experiencias de administración así como ir preparando la introducción del papel regulador del mercado. Estas ZEE tienen políticas preferenciales para los inversores.

En 1984 el gobierno chino abrió 14 ciudades portuarias más como ZEE: Dalian, Quinhuangdao, Tianjin, Yuntai, Qingdao, Lianyungang, Nantong, Shanghai, Ningbo, Wenzhou, Fuzhou, Guangzhou, Zhanjiang y Beihai. En estas ZEE los

---

<sup>63</sup> Ma Le Li Jun, *El comercio en China*, China intercontinental Press 2004.

<sup>64</sup> Shang Hai Daily, [www.shanghaidaily.com.cn](http://www.shanghaidaily.com.cn) 2004.

<sup>65</sup> Levy-Dabbah, Simón, *China: La fabrica más grande del mundo*, Ediciones fiscales ISEF, México 2004.

primeros años fueron una inversión de infraestructura, preparando la etapa exportadora centrada en la industria procesadora. Para 1990 abre el Gobierno una zona más: Pudong . Básicamente es una franja económica abierta en el río Yangsé.

Después de 1992 se abrieron algunas ciudades fronterizas y las capitales de todas las provincias y regiones autónomas, y se fundaron, en ciudades grandes y medianas, 15 áreas de derechos arancelarios, 49 zonas nacionales de desarrollo económico y tecnológico y 53 zonas de desarrollo de altas y nuevas tecnológicas.<sup>66</sup>

Estas ZEE han acumulado experiencia en el procesamiento de productos y las exportaciones, combinan la ciencia, la industria y el comercio. Actualmente en las ZEE se concentran más las inversiones extranjeras en China.

La zona de Pudong ha alcanzado un desarrollo acelerado para la industria, el comercio, servicios. Así como Shang Hai una ciudad con altos rascacielos, estructuras de segundos y terceros pisos, con industrias que trabajan día y noche, así como trabajadores construyendo edificios de una manzana para vivir en ellos, o edificios de dos manzanas para negocios de tecnología, calzado, ropa, con un turismo nacional e internacional, etc. Quien visita dicha ciudad percibe el progreso y desarrollo que es un aliciente para manejar en la Bolsa de Valores, se han ampliado los derechos de examen y autorización de las inversiones; los bancos de inversiones foráneas gestionan con renminbi.<sup>67</sup>

Los ciudadanos chinos pueden invertir en casas, pero al cabo de 70 años está obligado a devolverla al Estado, aunque para entonces, para fortuna de sus hijos o nietos , gozara de una prerrogativa para adquirir el inmueble.<sup>68</sup>

---

<sup>66</sup> Levy-Dabbah, Simón, *China: La fabrica más grande del mundo*, Ediciones fiscales ISEF, México 2004. pag. 194.

<sup>67</sup> Idem

<sup>68</sup> Mayolo López, Reforma.

Durante 2002 China fue receptora de \$52,700 millones de dólares de Inversión Extranjera Directa. El gobierno dá la bienvenida a profesionales y emprendedores, cada vez hay más oportunidades para las empresas extranjeras pero con un alto riesgo comercial y de propiedad intelectual.<sup>69</sup>

Pero este panorama de economía de mercado es parte de una gran estrategia la cual consistió en exigir a los inversionistas extranjeros la creación de "Joint Ventures" (negocios compartidos) para que estos arrojaran su método de trabajo, su técnica y dejar tecnología en el país para que los productos sean exportados y logren altas cantidades de exportación de productos chinos.<sup>70</sup> Esto desde mi punto de vista personal es la esencia y estímulo de la nueva vanguardia industrial china.

Aproximadamente son 10,000 empresas extranjeras que tienen inversiones en China desde que abrió sus puertas al mundo. Tales inversiones han venido aumentando en los grandes proyectos, principalmente en el sector de manufacturación en la rama de equipos electrónicos y de telecomunicaciones.<sup>71</sup>

En cuanto a si es posible mantener un modo de crecimiento tan vinculado a las inversiones, el profesor economista Gao Huiqing, insistió : *"en que el alto radio de inversión es inevitable en el proceso de despegue económico. A la luz de la experiencia extranjera, dijo, una inversión sostenida y rápida de activos fijos, que tenga como telón de fondo un crecimiento relativamente constante del consumo, es imprescindible para asegurar el sano crecimiento económico. Dado que el dinero del gobierno se utiliza principalmente en proyectos de bienestar público como el transporte, la construcción municipal y la protección del medio ambiente, el mismo calificará finalmente en la categoría de consumo. Por tanto, no hay razón*

---

<sup>69</sup> Levy-Dabbah Simón, *China: la fabrica más grande del mundo*, 2004 Ediciones Fiscales ISEF. pag. 174

<sup>70</sup> Idem. Pág. 174.

<sup>71</sup> Ma Ke y Li Jun, *El Comercio en China*, China Intercontinental Press 2004.

*para la ansiedad por la inversión excesiva y el gasto contraído del consumidor, concluyó Gao.*<sup>72</sup>

China atrajo 53,500 millones de dólares en inversión directa extranjera en 2003, lo que constituye casi una décima parte del total mundial. Bajo estas circunstancias, algunos de sus vecinos regionales comenzaron a preocuparse por la posibilidad de que sus propias perspectivas de desarrollo se vieran eclipsadas por el mejoramiento de la situación en China. Ciertos países desarrollados, tales como Japón y Estados Unidos, también han presionado a China para que ésta revalúe su moneda, una acción que supuestamente disminuiría las ventajas que hoy ostenta el país.<sup>73</sup> Las últimas noticias confirman la revaloración de la moneda china ante dichas presiones internacionales.

El distrito de Pudong sigue siendo el más atractivo para la inversión de más de 80 países y regiones como EEUU, Japón, Hong Kong, Alemania, Austria y Francia como los principales inversores.

Un 70 por ciento de los proyectos son en el sector servicios, como banca, aseguradoras y consultorías mientras que otros son proveedoras de componentes para la automoción.<sup>74</sup>

La Revista Fortune de julio del 2004 reporta en su edición de las 500 empresas más importantes del mundo, grandes cambios, en la composición de dichas empresas por país en la última década. En dicha publicación los analistas destacan el crecimiento de facturación en el 2003, 358,000 millones de dólares, cifra que sorprende porque en el año 1994 China contribuía tan sólo con 3 empresas con ventas totales de 41 mil millones de dólares.<sup>75</sup>

---

<sup>72</sup> Miembro del Comité de Expertos del Centro Estatal de Información de China (CEI).

<sup>73</sup> Wu Zongzhi, Da paso al dragón. [www.xinhuanet.com.cn](http://www.xinhuanet.com.cn)

<sup>74</sup> Shang Hai Daily, 2004. [www.shanghaidaily.com.cn](http://www.shanghaidaily.com.cn)

<sup>75</sup> Reporte Económico Lloyd 2004.

## 4.2. Incentivos para realizar la Inversión Extranjera Directa México- China.

Para que un país sea "atractivo" para los inversionistas, se toman aspectos de

:

- *Población o mano de obra barata*
- *Infraestructura del país (puertos, autopistas, aeropuertos , para poder trasladar la producción)*
- *Insumos*
- *Incentivos fiscales y reducción de tramites para instalar una empresa.*

Para el caso de los inversionistas chinos que quieran instalar en México una empresa:

tiene las ventajas de :

- *Cercanía con Estados Unidos*
- *Mano de obra calificada*
- *Seguridad de propiedad intelectual*
- *Tratados comerciales*
- *Sistema político y legal estables*

Y los inversionistas mexicanos que quieran instalar una empresa en China llevan las ventajas de :

- *Costo de mano de obra (USD\$1.00 vs USD\$2.50 por hora)*
- *Cadena de proveedores*
- *Acceso al mercado asiático*
- *Incentivos muy atractivos*
- *Costo de servicios(impuestos bajos)*

Durante el 2004, el interés de México y China por las inversiones extranjeras, ambas naciones negociarán un Acuerdo de protección de inversiones. La primera ronda de negociaciones para un acuerdo de protección recíproca de inversiones (APRI).

El acuerdo fue el resultado de un viaje de un grupo de empresarios mexicanos y autoridades federales a China, en el cual ambas partes acordaron sobre la negociación de un acuerdo de protección de inversiones en función de que ambas naciones manifestaron interés por invertir en ambos territorios.<sup>76</sup>

En el último año México descendió en materia de competitividad y atractivo para las inversiones, tan sólo en este último ámbito el país bajo del lugar dos al 23, de acuerdo a un estudio de la consultora At Kearney.

---

<sup>76</sup> [www.xinhuanet.com.cn](http://www.xinhuanet.com.cn)

### 4.3. Intercambio de Inversión Extranjera Directa México-China

El intercambio de Inversión Extranjera Directa entre China y México son poco perceptibles. Si se toma en cuenta el monto de IED de China en el resto del mundo como lo demuestran las estadísticas de 2004 que tienen como principal destino América Latina con 889 millones de dólares de los mil 800 millones que China exportó en inversiones.<sup>77</sup> Siendo Brasil el principal receptor de las inversiones en los sectores de energía, minerales y productos agrícolas y la entrada a sus mercados industriales y de consumo.<sup>78</sup>

Se cuenta con 339 empresas con capital chino establecidas en México hasta marzo del 2005, de un total de 30860 empresas de capital extranjero, lo que equivale a 1.09%.

CUADRO 4.1

Distribución por sectores de la inversión China en México		
Sectores	Empresas	Part%
Agropecuario	1	0.3
Minería y extracción	1	0.3
<b>Industria manufacturera</b>	<b>76</b>	<b>22.4</b>
Electricidad y agua	0	0.0
Construcción	3	0.9
<b>Comercio</b>	<b>205</b>	<b>60.5</b>
Transportes y comunicaciones	1	0.3
Servicios financieros	7	2.1
Otros servicio <sup>1/</sup>	45	13.3
<b>Total</b>	<b>339</b>	<b>100</b>

1/ Al mes de Marzo del 2005.  
Fuente: Secretaría de Economía, Dirección General de Inversión Extranjera

En 2004 el capital chino represento el 0.5% del total de Inversión Extranjera Directa.

<sup>77</sup> La Jornada, AL principal destino de inversiones , 6 de enero de 2005.

<sup>78</sup> Idem.

#### 4.4. Inversiones chinas en México.

México es atractivo para los países que quieren aprovechar los múltiples convenios comerciales, principalmente el TLCAN. Antes del ingreso de China a la OMC, a los empresarios chinos el mercado estadounidense les representaba la puerta rápida al instalar sus empresas cerca del vecino del norte. Actualmente esto ya no tiene demasiado peso, porque en China los incentivos para instalar un negocio son mayores que en México.

CUADRO 4.2

Inversión de China en México (miles de dólares)				
	Anual <sup>1/</sup>		Acumulado <sup>2/</sup>	
Año	Inv de China	Total IED	Inv. de China	Total EID
1994	1,476.3	10,661,330.7	1,476.3	10,661,330.7
1995	5,415.9	8,345,012.1	6,892.2	19,006,342.9
1996	10,068.8	7,836,255.1	16,960.9	26,842,598.0
1997	4,913.7	12,199,653.4	21,874.6	39,042,251.4
1998	11,388.8	8,359,272.4	33,263.3	47,401,523.8
1999	4,984.3	13,336,872.5	38,247.6	60,738,396.3
2000	10,770.6	16,909,556.6	49,018.2	77,647,952.9
2001	2,388.7	27,720,764.9	51,406.9	105,368,717.9
2002	-1,788.3	15,325,221.8	49,618.6	120,693,939.7
2003	15,592.2	11,663,611.8	65,210.8	132,357,551.5
2004	11,040.5	16,115,079.5	76,215.3	148,472,631.0
2005	-2,197.8	3,252,586.7	74,053.4	151,725,217.7

1/No incluye para 2004 y 2005 la estimación de la IED realizada que aún no ha sido notificada al RIED.  
2/Para el período 1994-1998 la inversión extranjera directa(IED) se integra con los montos notificados al RNIE.  
3/ Al respecto 31 de marzo de 2005.  
Fuente: Secretaría de Economía, Dirección General de Inversiones Extranjeras

Las empresas con inversión china se dedican principalmente a las actividades del sector comercio (61.6% del total) y de la industria manufacturera (24.1%), y se localizan en mayor medida en el Distrito Federal, Baja California, el Estado de México y Jalisco.<sup>79</sup>

<sup>79</sup> [www.economia.gob.mx](http://www.economia.gob.mx) pagina consultada hasta agosto de 2005.



Con una distribución en el territorio nacional conformado de la siguiente forma:

CUADRO 4.3.

Inversión China en territorio Mexicano 2005		
Estados	Empresas	Part. %
Distrito Federal	209	61.7
Baja California	34	10.0
Estado de México	25	7.4
Jalisco	13	3.8
Yucatán	13	3.8
Guanajuato	7	2.1
Nuevo León	7	2.1
Chihuahua	6	1.8
Tabasco	5	1.5
Quintana Roo	4	1.2

\*/ Al mes de marzo de 2005.  
Fuente: Secretaría de Economía. Dirección General de Inversión Extranjera.

El destino de las inversiones chinas es principalmente en la industria textil. Las inversiones chinas en México ascendieron a 135 millones de dólares entre enero y marzo de 2004, en 177 empresas dedicadas al comercio y 73 de la industria manufacturera, básicamente confección textil.<sup>80</sup> Ante las cifras anteriores no aparece la evolución de las inversiones textiles en Sinaloa.

CUADRO 4.4

Inversión China por sectorial en México ( miles de dólares)									
Sectores	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005 <sup>1/</sup>	Acumulado 1999-2005 <sup>2/</sup>	Part. %
Total	4,984.3	10,770.6	2,388.7	-1,788.3	15,592.2	11,040.5	-2,197.8	40,790.1	100
Agropecuario	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	5.5	0.0
Minería y extracción	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Industria manufacturera	4,094.7	9,138.8	503.7	-4,375.4	4,732.3	6,831.4	589.5	21,515.0	52.7
Electricidad y agua	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Construcción	0.0	0.0	-24.1	0.0	167.2	0.0	0.0	143.2	0.4
Comercio	730.9	1606.2	1,839.3	1,319.4	2,216.7	1,203.8	231.6	9,147.9	22.4
Transportes y comunicaciones	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Servicios financieros	5.4	10.1	0.0	800.2	8,394.0	2,837.8	-3,023.5	9,024.0	22.1
Otros servicios <sup>3/</sup>	153.4	15.5	69.7	462.1	82.0	167.5	4.5	954.6	2.3

1/ Enero-Marzo.  
2/Notificada al 31 de marzo de 2005.  
3/Servicios comunales y sociales; hoteles y restaurantes; profesionales.  
Fuente: Secretaría de Economía. Dirección General de Inversión Extranjera.

<sup>80</sup> La Jornada, AL principal destino de las inversiones chinas, 6 de enero de 2005.

En México operan alrededor de 5,200 restaurantes de comida china, de los cuales el 40% están asentados en el norte del país, en la zona fronteriza de Tijuana, Mexicali, Ciudad Juárez, Laredo, Piedras Negras, entre otras importantes ciudades, aunque en el Distrito Federal tenemos el China Town en donde hay unos 30 restaurantes de comida oriental, pero funcionan los famosos cafés de chinos, cadena de bisquets nació de un concepto de café de chinos, aunque el café con pan curiosamente no se consume en China.<sup>81</sup>

---

<sup>81</sup> [www.sectur.gob.mx](http://www.sectur.gob.mx), Boletín de Sectur.

#### 4.5. Relaciones laborales

El intercambio de la IED ha generado el intercambio cultural, llevando consigo los patrones culturales al ámbito laboral. Las empresas multinacionales se desplazan en busca de fuerza de trabajo, materias primas baratas y/o ubicaciones geográficas favorables a su deseo de expansión. Es así como dirigen sus estructuras administrativas (directivos, capacitadores, cuadros técnicos), capitales y tecnología hacia países y regiones que les brinden esto además de subsidios y toda clase incentivos fiscales que les permite acceder a mercados externos.<sup>82</sup>

Para el caso de las empresas de capital chino, con administración de chinos han surgido roces con personal mexicano. En una interacción de acciones como en la organización, jerarquías, acatamiento de normas, supervisiones, que se reflejan en el desempeño de todos los trabajadores. Pero cabe resaltar que dependiendo de la situación geográfica en la cual se instale la empresa china dependen las fricciones de los trabajadores.

En el caso de una empresa maquiladora instalada en Culiacán, llamada Maxray<sup>83</sup>, la cual el capital es de Shang Hai así como los altos mandos de la empresa, empleados de mandos medios y algunas mujeres en maquila de nacionalidad China, empleadas mexicanas de origen sinaloense en la base de la maquila, generó fricciones entre los trabajadores de aquella empresa. Ante esta mezcla de nacionalidades, ideologías se dieron altercados entre las tres diferentes categorías de trabajadores.

También hay trabajadoras de nacionalidad china en el mismo rango que mexicanas, generándose, un distanciamiento marcado de relación laboral y

---

<sup>82</sup> Reyes García, Sandra Irene, "Factores culturales y ambiente organizacional. El caso de la implantación de una organización china en México", UAM-I, 2004, tesis de Doctorado.

<sup>83</sup> En una visita a Culiacán en enero de 2005, como complemento de lo que acontece con una multinacional entrevisté a la Dra. Sandra Irene Reyes su experiencia como trabajadora de base y de confianza para su estudio de Posgrado. Es importante señalar que el gobierno activo de Sinaloa quería hacer atractivo su estado para los inversionistas asiáticos, principalmente los Chinos de RPC, pero fueron los shanghaineses quienes invirtieron con miras al TLCAN y con la opción de que en aquellos años la RPC aún no era miembro de la OMC.

personal, las trabajadoras chinas no se mezclaban con las mexicanas, dedicaban más tiempo a coser las prendas, sólo disponían de media hora de comida, llegando una hora más temprano, una salida hasta tres o cuatro horas después que las empleadas mexicanas, por una parte el idioma era una barrera pero la ideología de las empleadas chinas es vivir para trabajar. Por otro lado con los directivos chinos: una porque las mujeres en Culiacán hablan fuerte y sin rodeos, son ellas quienes llevan el control de casa. Los directivos chinos con las políticas de recursos humanos y de trato a la diversidad cultural intensifican la explotación, los desacuerdos, diferentes interpretaciones y el sentimiento de "exclusión" de los trabajadores.<sup>84</sup>

CUADRO 4.5

Las diferencias entre idiosincrasia de mexicanos y chinos :	
Mexicanos	Chinos
Trabaja para vivir	Vive para trabajar
Impuntual	Puntual
"Egoista, no se sabe trabajar en equipo, sólo se ve para sí y no se piensa en los demás" <sup>85</sup>	Sabe trabajar en equipo.
Flojo, se <i>atiene a lo que vaya sucediendo, pues "Dios así lo quiso"</i> . <sup>86</sup>	Activo. Previsor
Fuente: Elaboración propia	

<sup>84</sup> Reyes Garcia, Sandra Irene, "Factores culturales y ambiente organizacional. El caso de la implantación de una organización china en México", UAM-I, 2004, tesis de Doctorado.

<sup>85</sup> Levy-Dabbah Simón, China: la fabrica más grande del mundo, Ediciones Fiscales ISEF, 2004.

<sup>86</sup> Levy-Dabbah Simón, China: la fabrica más grande del mundo, Ediciones Fiscales ISEF, 2004.

#### 4.6. Las inversiones de los mexicanos en China

En el caso de los inversionistas mexicanos, tienen interés marcado y destacado en restaurantes de comida mexicana en China. Tal es el caso de los 30 empresarios restauranteros mexicanos que visitaron Beijing y Shang Hai entre febrero y marzo de 2005, cumpliendo tan solo con el acercamiento para encontrar futuras posibilidades mutuas.

El Presidente Nacional de la Cámara Nacional de Restauranteros (CANIRAC) Rafael de Jesús Saavedra Álvarez informo que tiene la intención de invertir en un complejo de comida mexicana en China. Y durante su estancia en Asia tuvo la oportunidad de contactar a un grupo de empresarios tailandeses que tienen la intención de poner una cadena de restaurantes de comida mexicana en Bangkok.<sup>87</sup> Pero en donde están más interesados en invertir es en China en donde se establecieron contactos con autoridades con el fin de obtener facilidades para la inversión en este rubro en una relación bilateral para los restauranteros mexicanos y chinos.

En general las autoridades chinas ven a la industria restaurantera como una oportunidad de crecimiento sobre todo por la generación de empleos, una de las grandes virtudes es la importante ocupación de mano de obra por los bajos salarios que se pagan en China, además por otro lado está que en la cultura de los chinos está el comer fuera de casa, por necesidad de su trabajo y también la familia china gusta de salir y comer fuera de casa. Los chinos son unos facilitadores del crecimiento en inversión de restaurantes, están abiertos a la participación de la inversión extranjera, quieren ser promotores de nuevas inversiones en restaurantes y atraer conceptos de comida mexicana para su país.<sup>88</sup>

---

<sup>87</sup> [www.sectur.gob.mx](http://www.sectur.gob.mx), Boletín No. 38 Fonatur.

<sup>88</sup> [www.sectur.gob.mx](http://www.sectur.gob.mx), boletín No. 38 Fonatur.

Un caso que llama la atención es el de Grupo de la Cervecería Modelo se ha introducido con gran éxito al mercado Chino con la cerveza Corona que se consume en grandes cantidades en los restaurantes chinos y en los de corte mexicano que se operan en Beijing y ShangHai.

- *La empresa mexicana Gas Uribe estableció en Pudong la empresa Tai Hai Su Chuang Uribe Liquid Gas Co. Para la distribución de gas para uso doméstico. EL monto de este proyecto es de 0.48 mdd.*
- *Televisa firmo un acuerdo con su contraparte china para la transmisión en ese país de sus productos.<sup>89</sup>*

---

<sup>89</sup> Carpeta informativa de Dirección General de Relaciones Económicas Bilaterales Secretaria de Relaciones Exteriores 2002

#### 4.7. Las coinversiones entre ambas naciones

Para México el mercado chino es de 1300 millones de personas, para los inversionistas chinos el mercado mexicano o invertir en México tiene ventajas por los recursos naturales, la cercanía con Estados Unidos y Latinoamérica, reducir aranceles. Empresas mexicanas han desarrollado proyectos de coinversión con empresas chinas. Algunos de los proyectos de los que se tiene conocimiento son:

- La empresa de D'Viño, S.A. de C.V. esta realizando una campaña promocional internacional para la introducción en el mercado chino del mezcal oaxaqueño. En este contexto, representantes de la empresa visitaron China y Hong Kong en septiembre de 2001 con objeto de continuar con las labores de promoción.
- México Inter.. group estableció en Shanghai el Restaurante "Ay Caramba".
- CODESIN y empresas de la Provincia de Hubei , Wahan establecieron en ese lugar una coinversión para desarrollar el cultivo del nopal en China.<sup>90</sup>

---

<sup>90</sup> Carpeta informativa de Dirección General de Relaciones Económicas Bilaterales Secretaria de Relaciones Exteriores 2002.

*"El turismo debe ser prioridad de Estado"*

*John McCarthy*

## **CAPITULO 5**

### **Un sector estratégico: el turismo**

#### **5.1 La evolución del turismo en México**

El turismo aparece en la actualidad como uno de los sectores más dinámicos de la economía e importantes en el mundo, tanto por su nivel de inversión, participación en el empleo, aportación de divisas, como por la contribución al desarrollo regional. Aporta alrededor del 11% de la producción mundial y genera uno de cada once empleos.<sup>91</sup>

Actualmente el turismo se considera como líder en el intercambio comercial mundial y esta generando uno de cada nueve empleos a nivel mundial. Estimaciones de la Organización Mundial de Turismo indican que la participación del turismo en el Producto Interno Bruto Mundial para el año 2005 será del 11.4% y generará el 11.6% de la aportación en impuestos.

México tiene recursos naturales, lugares designados patrimonios de la humanidad, vestigios históricos, son atractivos al turismo internacional. México es visitado principalmente por estadounidenses, europeos, latinoamericanos, principalmente. Con la globalización, los medios de comunicación electrónicos es más accesible la información en cualquier parte del mundo. Es sabido que este año México ha sido designado por el gobierno chino como un país destinado para el turismo chino.

En México el sector turismo es el tercer receptor de divisas que aporta al Producto Interno Bruto y contribuye con más del 9% de los empleos directos e

---

<sup>91</sup> Carlos Ernesto Gutiérrez . Organización Mundial del Turismo entrevista 2002.



indirectos. A nivel mundial, México ocupa el 8 sitio en captación de turistas internacionales y el 12 en captación de divisas.

Para el director de Fonatur, John McCarthy, los puntos clave que convierten al sector en estratégico para el país: *“Además de nuestra posición geográfica – frontera con Estados Unidos–, son elementos como la riqueza cultural y un amplio patrimonio turístico, donde ni los chinos pueden competir con nosotros”.*

El turismo en México esta enfocado como lo dice John McCarthy: *“Independientemente de que estamos cerca de EE.UU., se percibe inseguridad en otras partes del mundo, además de que el euro revaluado y el dólar devaluado nos hacen un destino muy atractivo para los europeos y para los estadounidenses”.* Así mismo destaca ventajas favorables en: *“La actitud del mexicano y toda la diversidad de opciones, de cosas que tenemos para ofrecer, como la calidez, lo cual nos hace superiores a la mayoría de nuestros competidores”.*

En 2004 el turismo en México creció un 12%, con una derrama de 10,500 millones de dólares, se desplazaron 700 millones de turistas en el mundo, para el 2025 se moverán aproximadamente 2,100 millones.<sup>92</sup>

Es necesario entender que el turismo es una pieza importante para la economía del país, y las inversiones nacionales. En FONATUR se utilizan los Centros Integralmente Planeados (CIPs), con los cuales se busca reafirmar los lugares turísticos del país. En los CIPs la tasa de ocupación hotelera en 2004 llegó a 70% de su capacidad. Por si fuera poco el 40% son turistas extranjeros quienes contribuyeron a captar 54% de las divisas que México obtiene por este concepto.

Las inversiones en desarrollo turístico están creciendo, hay gran interés de inversionistas en lugares como Huatulco, Ixtapa, Loreto, que son menos tradicionales para el turismo y van a darle un impulso.

---

<sup>92</sup> Entrevista a John McCarty Director de FONATUR , 2005 publicada en boletín de FONATUR.

El objetivo de FONATUR en palabras de su Director: "FONATUR tiene que volver a atraer la inversión de otros sectores. El turismo tiene que ser otra vez una forma para diversificar inversiones. Estamos atrayendo algunos nuevos sectores a invertir en turismo y se trata tanto de inversionistas nacionales no tradicionales en el turismo, como extranjeros que jamás habían volteado a ver a México más que como un lugar para visitar".

Asimismo Jhon McCarthy describe a FONATUR: "un organismo clave y estratégico no sólo para el desarrollo del turismo en México, sino también para capitalizar a la industria y, así, la generación de empleos en nuestro país." También McCarthy, dijo "una demanda impresionante por desarrollo inmobiliario en lugares tradicionales en Cancún o la Riviera Maya y los Cabos".

México tiene una diversidad de recursos reales y potenciales que le permiten ubicarse en forma destacada en lo que la demanda turística va a solicitar en este momento y en un futuro. México cuenta con una gran infraestructura hotelera que le permite recibir al año 20 millones de visitantes, con ingreso de ocho mil quinientos millones de dólares que convierten el turismo en la tercera fuente de ingresos de divisas, detrás del petróleo y las remesas que envían de Estados Unidos los trabajadores migrantes mexicanos.<sup>93</sup>

Para los turistas internacionales según el reporte económico de Lloyd : *el clima, las playas y los paisajes mexicanos ha hecho de México el 8vo. Destino turístico a nivel mundial.*<sup>94</sup>

En su informe a su vez la Secretaria de Turismo informó que durante el tercer trimestre del 2005, 5.8 millones de turistas del exterior visitaron México, 12.3 % más que en el mismo periodo del año pasado.<sup>95</sup>

---

<sup>93</sup> Hernández Angel, Ecoturismo : potencial desaprovechado, FONATUR boletín.

<sup>94</sup> Reporte Económico de México , Lloyd.

<sup>95</sup> Reporte Económico de México, Lloyd

La Operadora de Sociedades de Inversión Lloyd lo atribuye al incremento de 17.5% en los vuelos internacionales a México. Los ingresos por turismo en este periodo llegaron a 3,480 millones de dólares, 9.4% más que en el 2004, con un promedio de 746.20 dólares por visitante ( con estancia de más de un día).<sup>96</sup>

Los analistas de Lloyd esperan que durante el 2005, 22 millones de turistas visiten México.

Durante 1995-2004, México en promedio por ingresos por turismo en principales destinos a nivel ocupó el 12 lugar con 7.83 miles de millones de dólares. Por su parte China en ese mismo periodo fue el 7 lugar con ingresos por turismo en principales destinos con 14.38 miles de millones de dólares.

Para el caso de México la tendencia del turismo en estos años ha sido en un incremento de 34.74%. El turismo en China por su parte también registró una evolución de 63.6% más que en 1995.

CUADRO 5.1

<b>Principales destinos en el mundo por sus ingresos por visitantes internacionales en 2004</b>										
Miles de millones de personas) País	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Total Mundial	405.9	436.5	438.3	440.1	455.4	477.0	463.6	480.3	523.2	n.d
Estados Unidos	63.4	69.8	73.3	71.3	74.9	82.0	72.3	66.7	64.5	65.1
España	25.4	26.7	26.7	29.7	32.4	31.5	32.9	33.9	33.8	41.9
Francia	27.5	28.4	28.0	29.9	31.5	30.8	30.0	32.7	37.0	37.6
Italia	28.7	30.0	29.7	29.9	28.4	27.5	25.8	26.9	31.2	32.3
Reino Unido	18.6	19.2	20.0	21.0	20.2	19.5	16.3	20.6	22.8	24.8
China	8.7	10.2	12.1	12.6	14.1	16.2	17.8	20.4	17.4	23.9
Alemania	17.9	17.4	16.5	16.4	16.7	18.5	17.2	19.0	23.0	23.7
Turquia	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	15.6
Austria	13.5	12.8	11.0	11.2	12.5	9.9	10.1	11.2	14.1	14.0
Canadá	7.9	8.6	8.8	9.4	10.2	10.7	10.8	10.7	10.6	11.7
Grecia	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	11.6
México	6.2	6.9	7.6	7.5	7.2	8.3	8.4	8.9	9.5	10.8
Hong Kong	9.6	10.8	9.2	7.1	7.2	7.9	8.2	7.5	7.7	10.2
Países Bajos	6.6	6.5	6.3	6.8	ND	7.0	ND	7.7	9.2	9.1
Suiza	9.4	8.8	7.9	7.8	ND	7.5	7.6	7.9	9.3	5.4

Fuente: Secretaría de turismo. Datos preliminares con base en información del Barómetro de la Organización Mundial de Turismo y de páginas de internet de Administraciones Nacionales de Turismo de algunos países.

<sup>96</sup> Reporte Económico Lloyd.

En el 2004 México en la captación de divisas, ocupa el 12 lugar a nivel mundial, reafirmando con ellos su competitividad y la preferencia del turismo internacional.<sup>97</sup>

El gasto medio de los turistas de internacional observó un máximo histórico de 673.7 dólares por estancia y registró un incremento anual de 4.4 por ciento.

A nivel mundial en llegadas por turismo en principales destinos, de 1995-2004 México en promedio ocupó el octavo lugar, China el cuarto. Ambos países han tenido incrementos, pero la demanda del turismo en China ha sido de 186.5%. En México la tendencia de la demanda llegadas del turismo se ha mantenido de 1995-2003, y en 2004 ha mostrado un incremento de 1.5 millones de turistas.

CUADRO 5.2

Principales llegadas por turismo en principales destinos										
(Millones de dólares)	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
País										
Francia	60.0	62.4	67.3	70.0	73.0	75.6	75.2	77.0	75.0	75.1
España	38.8	46.5	43.3	47.4	46.8	47.9	50.1	52.3	51.8	53.6
Estados Unidos	43.4	40.5	47.8	46.4	48.5	50.9	45.5	43.6	41.2	46.1
China	20.0	22.8	23.8	25.1	27.0	31.2	33.2	26.6	33.0	37.3
Italia	31.1	32.9	34.7	34.9	36.5	41.2	39.1	39.8	39.6	37.3
Reino Unido	23.6	25.2	25.6	25.7	25.4	25.2	22.8	24.2	24.7	27.4
Austria	17.2	17.3	16.6	17.4	17.5	18.0	18.2	18.6	19.1	ND
México	20.2	21.4	19.4	19.4	19.0	20.6	19.8	19.7	18.7	20.6
Alemania	14.8	17.1	15.6	16.5	17.1	19.0	17.9	18.0	18.4	20.1
Canadá	16.9	20.7	17.6	18.9	19.5	19.7	19.7	20.1	17.5	19.1

Fuente: SECTUR, compendio Estadístico del Turismo, 2002 y 2004. OMT, Datos esenciales edición 2004. ([www.world-tourism.org](http://www.world-tourism.org))

Para 2004 la influencia de turistas internacionales a nuestro país sumó un total de 20.6 millones de personas, cifra superior en 10.5 por ciento a la registrada en el mismo periodo del año anterior.<sup>98</sup> Pero comparada con 1995 solo hubo 1.5% de crecimiento.

<sup>97</sup> [www.sectur.gob](http://www.sectur.gob) boletín

<sup>98</sup> [www.sectur.gob](http://www.sectur.gob)

## 5.2. México : país designado para el turismo por el gobierno Chino

Las relaciones diplomáticas entre México y la Republica Popular China reiniciaron en 1972 cuando México reconoció a China como país independiente ante la Organización de las Naciones Unidas. En agosto de 1978 China y México firmaron un **Convenio de Cooperación turística**, en cual se ambas naciones acordaron: *"informar respectivamente sobre los recursos turísticos, las normas y medidas de admisión, equipamiento y servicios, las normas del control sobre alojamiento, hospedaje al turismo, régimen de las agencias de viajes, sobre las leyes que cada país dirija la protección y conservación de recursos naturales y culturales. Intercambiaran becarios para su capacitación en materia de servicios turísticos , a través de los organismos intercambiarán a intervalos irregulares delegaciones de servicios turísticos para celebrar encuentros e intercambiaran experiencias"*<sup>99</sup>. México aún no era un país designado para el turismo chino.

Han pasado ya casi 27 años desde que este Convenio entro en vigor, y el intercambio de turismo solo ha sido diplomático y comercial entre ambas naciones. A nivel turismo han sido contados los grupos de intercambio que han visitado México. Son empresarios chinos los que vienen a México a invertir. En cambio para el turismo mexicano que ha visitado China han sido grupos numerosos interesados por el enigma y la historia del pueblo chino.

De unos tres o cuatro años atrás hemos visto grupos de chinos que visitan el país, no tan números si deseosos de conocer más de la cultura mexicana. Estos intercambios de turistas chinos y mexicanos que van y vienen han dado la pauta para establecer oficialmente el acercamiento entre pueblos, pese a las diferencias del idioma, de costumbres, ideologías. Ahora el pueblo chino tiene posibilidades de viajar y lo esta haciendo. Se sabe que un buen número de sus habitantes tienen la posibilidad de viajar y cuentan con los elementos para ello. Nada de eso es aprovechado por nosotros.

---

<sup>99</sup> [www.sre.gob.mx](http://www.sre.gob.mx)

En agosto de 2004, México y la República Popular China se reunieron en Beijing dando paso a la **Primera Reunión de la Comisión Binacional México-China**. En dicha reunión México fue designado como **Destino Turístico Aprobado** para los nacionales chinos.

Es así como el 24 de Enero de 2004 México y la República Popular China firmaron un acuerdo en materia turística. Esta es la parte importante por la cual México y la República Popular China reinician intercambio de turismo oficialmente.

La diferencia del primer convenio turístico firmado en 1978 y el de 2004 radica en que en el año 2005 hay 22 millones de turistas chinos que están saliendo a conocer el mundo. Pero otra gran diferencia es que mientras en China el gobierno si se preparo para esta etapa enseñando el idioma español , en México la única institución oficial que se dedico a enseñar el idioma Chino oficial fue el Centro de Enseñanza de Lenguas Extranjeras, en el Campus Aragón, Zaragoza de la UNAM en el cual se imparte a estudiantes y al publico en general, los cuales tienen intereses diferentes enfocados a diversos aspectos de la cultura china, pero no encaminados a cubrir un hueco; el sector turismo.

Hasta hace dos o tres años que en otras instituciones como el ITESM campus Monterrey se inicio la enseñanza por el auge económico y de ahí en diversos Campus se ha expandido la enseñanza del idioma en dicha Institución por la importancia y relevancia que tiene académica y económicamente en China.

En Culiacán se creo la Universidad Asia-Pacífico, la cual tiene como objetivo preparar a estudiantes en el comercio exterior y un curso introductorio del idioma chino.

Con estas escuelas que se han encargado de difundir a estudiantes mexicanos el idioma chino, aun hay un vacío que esta vacante y que el gobierno mexicano y chino firmaron hace casi 27 años atrás: el turismo chino.

En el caso del gobierno chino, ellos si han preparado a estudiantes chinos en el idioma español. Para el caso de México, este espacio es muy reducido y los pocos estudiantes que se interesan en el idioma, se van a China a perfeccionar el idioma, estando allá encuentran trabajo que su país no puede ofrecerles y se quedan allá a vivir.

### 5.3 El turismo como una alternativa para generar divisas

Con respecto al potencial turístico que México puede captar de China este será muy importante, es por ello que CANIRAC está muy interesada en abrir espacios a través de la gastronomía mexicana que es tan diversa y rica por sus regionalismos lo que se espera permitirá tener mayor aceptación por parte de los destinos turísticos mexicanos y haciendo una gran difusión y promoción en Asia.<sup>100</sup>

Finalmente su representante, explicó que los conceptos de comida china en México si funcionan bien si se puede dar esta interacción entre ambos países; nosotros tenemos que trabajar intensamente para poder atender al mercado turístico chino en los próximos años, presidente de la CANIRAC.

A los Chinos les interesa hacer turismo cultural, de arqueología, saber de etnias, es un turismo idóneo para nuestras ciudades coloniales y pueblos mágicos, no vienen exclusivamente a la playa y al sol, por lo que tendremos que acondicionarnos para atender este potencial mercado asiático que pronto nos visitará, por ello tendremos que prepararnos mejor.<sup>101</sup>

---

<sup>100</sup> Boletín Sectur pagina web.

<sup>101</sup> Boletín de Sectur pagina web



## 5.4 Los turistas chinos están ya en México

A menos de un año en que se firmó el Convenio de Intercambio entre Turistas chinos-mexicanos, el primer grupo de 36 turistas chinos ya ha arribado a México.

A los turistas chinos les interesa conocer las culturas aztecas, mayas, toltecas, con las cuales sienten lazos de proximidad con su cultura.

Lo cual se constata en la publicación de una investigación de los **Orígenes chinos del calendario Azteca(X)** de Song Baozhong<sup>102</sup> y Wang Dayou<sup>103</sup>, en la cual explican : *“ los chinos, como los indígenas americanos, sostenían que las cifras nueve y trece son singulares, y representan los números sagrados y de mayor importancia. Por el contrario los occidentales los consideraban un infortunio”*.<sup>104</sup>

*Durante el evento, en el cual se conmemoró también el Día del Agente de Viajes, Madrid Flores comentó que, adicionalmente, la Sectur impartirá cursos de capacitación a los empleados de las agencias de viajes y otros prestadores de servicios, con la finalidad de que alcancen mejores niveles de competencia para recibir a los turistas orientales.*

Por su parte, Eduardo Paniagua Morales, Presidente del Consejo Directivo de la Asociación Mexicana de Agencias de Viajes en Quintana Roo, informó *“que este primer grupo de turistas chinos está conformado por 36 personas que viajarán vía Frankfurt, Alemania, con destino final en Cancún, Quintana Roo”*. Lo cual al parecer, es el destino más popular que a ellos les interesa, no tanto por sus playas sino por la tradición cultural indígena del país.

---

<sup>102</sup> Llamado también Yaosong, es profesor asociado del seminario de Beijing Informa.

<sup>103</sup> Conocido también Shaohua, es redactor de la Casa Editorial Huaxia.

<sup>104</sup> Orígenes Chinos del calendario Azteca(X), Song Baozhong y Wang Dayou, publicado en China Hoy, octubre 2004, México.

Explicó que permanecerán en promedio 15 días, en los cuales tendrán la oportunidad de visitar los estados de Quintana Roo, Yucatán, Campeche, Tabasco, Chiapas, Oaxaca, Puebla y Ciudad de México.

Pronosticó que gracias a los esfuerzos del Gobierno Federal y de las autoridades locales, así como de los empresarios, cobrará auge el número de visitantes chinos a México en los próximos años<sup>105</sup>

El gobierno chino permite a sus connacionales llevar para su gasto al exterior de 5,000 dólares por persona, México debe de aprovechar y preparar a promotores del turismo para atender las exigencias de los turistas chinos.

Con todas las buenas intenciones del gobierno mexicano y la Secretaría de Turismo interesadas en ganar turistas chinos a destinos mexicanos, el representante de prestadores de servicios turísticos, José López de GL Tours, reconoció que si bien Puerto Vallarta es un buen mercado, no está preparado para recibir este mercado, principalmente por la barrera del idioma, habría que traer traductor especial, lo cual subiría los costos.<sup>106</sup>

De las 72 agencias designadas por SECTUR, la ubicación se encuentra en :

- 41 agencias en el Distrito Federal
- 12 en Cancún
- 4 en Tijuana

Cada una de las cuales deberá contar con un guía experto en el idioma mandarín.<sup>107</sup>

---

<sup>105</sup> Boletín Informativo de Sectur pagina web. Consultada el 29 de julio de 2005.

<sup>106</sup> Síntesis Informativa. Vallarta Opina, 2005.

<sup>107</sup> [www.presidencia.gob.mx](http://www.presidencia.gob.mx)

Una de las agencias anteriormente ya ha trabajado con turistas chinos, la gerente general Silvia Aguilar calcula que su agencia: *"captará al menos 2 mil turistas chinos al año, para llevarlos a la Ciudad de México y destinos en el sureste del País."*<sup>108</sup>

La experiencia con turistas chinos de dicha agencia de turismo es: *"los pocos chinos que hemos atendido tiene un nivel alto, que gastan en promedio cinco mil dólares, con una estancia de cinco días mínimo, dos en la ciudad y tres en playa"*.<sup>109</sup>

Las agencias designadas atribuyen el incremento del turismo chino en México a la agilización de trámites en la Embajada de México en China.

La directora de Viajes Olin, Cecilia Galván afirma que: *"esperan su primer grupo de 25 chinos para septiembre a Monterrey y Culiacán con el objetivo de las Ferias Agroindustriales"*.<sup>110</sup>

Por su parte la SECTUR hace estimaciones en los próximos 5 años para un mercado potencial de 100,000 de turistas chinos en México.

El potencial del turismo que México puede explotar para hacer de este sector, uno de los más importantes que contribuya al crecimiento, desarrollo de la población de México. Porque como menciona el Secretario de Turismo : *"es un sector que ni los chinos nos pueden ganar"* la forma en que se puede demostrar son los hechos. Y el slogan que promueve la Secretaria *"hagamos de México un lugar para el turismo"*.

---

<sup>108</sup> [www.presidencia.gob.mx](http://www.presidencia.gob.mx)

<sup>109</sup> [www.sectur.gob.mx](http://www.sectur.gob.mx)

<sup>110</sup> [www.sectur.gob.mx](http://www.sectur.gob.mx)

*"Mientras se gana algo  
no se pierde nada"  
Sancho Panza*

## CAPITULO 6

### CONCLUSIONES

El comercio sigue siendo una de las actividades principales del hombre, es el motor de la economía. Sin embargo para el caso de nuestro país el rezago industrial se ve reflejado ante los avances de países como la República Popular China, quien físicamente y literalmente se está comiendo al mundo. Los representantes de cada país se encargan de regular el comercio internacional por medio de sus aduanas y de la OMC, pero son los empresarios quienes se encargan de hacer competitivos los productos en el mercado mundial ayudados por los incentivos que cada país ofrece.

Las relaciones diplomáticas que han sostenido oficialmente México y la República Popular China son acercamientos de palabra y papel, porque estas tienen una trayectoria de 35 años en los cuales, México ha jugado un papel pasivo ante la actividad de los empresarios y comerciantes chinos. La falta de iniciativa por conocer, comprender la cultura de oriente para los negocios está rezagando a nuestro país de las nuevas tecnologías y de las fuertes inversiones.

La Balanza Comercial para México ha sido deficitaria, mientras que los comerciantes chinos se han aventurado en una cultura que se afirma es diferente, sin embargo en estos años se han encargado de investigar, observar la conducta de los mexicanos ante el entorno cultural en se desarrolla para poder ingresar con esos productos en cada hogar mexicano, considerando el ingreso de cada uno y las fiestas religiosas, y el apego a lo "barato" y desechable.

Si el gobierno mexicano quiere evitar o frenar la oleada de emigración de los inversionistas a China, deberá crear Zonas Económicas Estratégicas en donde los insumos sean competitivos a precios internacionales. Pero no sólo recae la

solución en los gobiernos, los empresarios deben tener la iniciativa de conocer más la cultura china u oriental para poder ingresar los productos en los cuales es agradable al paladar de los asiáticos, contemplando el número de consumidores que se pudieran cautivar. Esto es por el lado llegar a su región con los productos mexicanos que son aceptados y comercializados por los mismos chinos.

La situación geográfica que tiene México es observada por los empresarios chinos, uno por el socio comercial del Norte que tiene una población con poder adquisitivo atrayente para los productos chinos. Aprovechar la cercanía que nos une a los países del Sur y del Norte para dar incentivos a los empresarios chinos en instalar sus empresas y dejar tecnología en nuestro país. Pero existe un rezago en el ámbito académico industrial a nuestros jóvenes científicos se les estimula para abandonar el país y llevar sus conocimientos a otros países en que son aprovechados.

Así mismo comprometerse no sólo diplomáticamente en realizar convenios, acuerdos, si se dejan al olvido, cambio de gabinete con ideas "nuevas", sin seguir una línea o un Plan económico que favorezca a empresarios nacionales, inversionistas, trabajadores.

El gobierno mexicano debe de dejar ver a China como competencia, hay que aprender a combinar esfuerzos de ambas naciones para beneficiar a la población. Los comerciantes mexicanos contribuyen a esa "ola" de productos chinos que les dejan jugosas ganancias.

Si en verdad se quiere dinamizar el sector turismo con los chinos como turistas, es necesario empezar la capacitación de profesionales que investiguen las costumbre, cultura de los chinos para poder atenderlos mejor y recomienden a México como destino turístico designado para viajar.

El legado de la cultura maya, azteca, toltecas, etcétera, es el motor atractivo que tenemos que aprovechar para vender ese concepto a los turistas chinos. Partiendo del precedente de la identidad cultural y del vínculo que sus investigadores, antropólogos están haciendo.

Empresarios mexicanos en sector turismo, hotelero debe poner especial énfasis en esas rutas turísticas para prepararse a recibir al turista chino que por lo menos gastará aproximadamente 5,000 dólares por persona en su estancia en México. Si México no puede ser competitivo en productos, si puede ser un excelente receptor de divisas internacionales a través del turismo, dando empleos a nuestros nacionales.

## ANEXO

MEMORANDUM DE ENTENDIMIENTO ENTRE LA SECRETARIA DE TURISMO DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS Y LA ADMINISTRACIÓN NACIONAL DE TURISMO DE LA REPUBLICA POPULAR CHINA PARA LA FACILITACIÓN DE VIAJES DE TURISTAS CHINOS EN GRUPO A MÉXICO.

La Secretaría de Turismo de los Estados Unidos Mexicanos( en adelante denominada "la parte Mexicana") y la Administración Nacional de Turismo de la República Popular China ( en adelante denominada "la parte China"), ha llegado a un acuerdo para la facilitación de viajes de turistas chinos en grupo a México y han convenido lo siguiente:

### ARTICULO I

1.La Parte China deberá designar a las agencias de viaje en China ( en adelante denominadas "agencias de viaje chinas designadas"), que hayan sido autorizadas por la Administración Nacional de Turismo de China (ANTC), para operar y organizar viajes al extranjero para ciudadanos chinos, que viajen como turistas en grupo a México.

2.La Parte Mexicana deberá designar, conforme a normas específicas, las agencias de viaje que están interesadas en ser operadores de viajes de turistas chinos en grupo a México( en adelante denominadas " las agencias de viaje mexicanas designadas".

3.Las partes se deberán confirmar por escrito la lista que contengan sus respectivas agencias de viaje designadas, la que deberá incluir el nombre de las compañías, direcciones, números telefónicos y de fax, direcciones de correo electrónico y personas a contactar, etc,. En caso de que cualquier de las Partes realice algún cambio a la lista de agencias de viaje designadas, deberá informarle a la Otra por escrito, semestralmente.

4.Las agencias de viaje designadas en la lista de ambas Partes, estarán facultadas para seleccionar, de manera indispensable, a su contraparte de negocios de la lista de la otra Parte, para que suscriban contratos en los que consten los servicios que cada una de ellas se comprometen a proporcionar.

### ARTICULO II

1.Los derechos legítimos e intereses de ciudadanos chinos que viajen en grupo a México de conformidad con el presente Memorándum de Entendimiento, estarán protegidos en México y en

China por sus respectivas legislaciones aplicables en cada país. En caso de que cualquiera de las agencias mexicanas y chinas designadas incumpla con alguna de sus obligaciones, se sujetará a los procedimientos legales en su respectivo país de origen. Si la autoridad del país en cuestión determina que la agencia designada cometió una falta grave, ésta perderá su condición de agencia designada.

2.La Parte Mexicana y sus instituciones turísticas o los proveedores de servicios turísticos mexicanos deberán establecer líneas telefónicas para consulta y asistencia de emergencia para turistas chinos. Además, la Parte Mexicana deberá solicitar a los proveedores de servicios turísticos mexicanos poner a disposición de las agencias de viaje chinas designadas, información que es relevante para los turistas chinos, en particular la relacionada con posibilidades de viaje a destinos turísticos mexicanos, servicios turísticos y sus precios, así como información adicional que pueda ayudar a proteger los derechos legítimos de los turistas.

### ARTICULO III

1.La Parte China solicita que los grupos de turistas chinos que salgan y regresen desde o hacia territorio chino lo hagan en grupo cuando viajen a México. Las agencias de viaje chinas designadas deberán asignar un guía de turistas para casa grupo, quien deberá contar con la documentación correspondiente a la calidad y características migratoria de "no inmigrante visitante".

2.La Parte mexicana deberá solicitar a las agencias de viaje mexicana designadas que asignen un guía de turistas para cada grupo de turistas chinos que viajen a México, quien colaborará con el guía de turistas chinos, para resolver cualquier problema que se presente a los turistas chinos durante su viaje en México.

### ARTICULO IV

1.La Parte China deberá solicitar a cada agencia de viaje china designada que nombre ante ella, un máximo de cinco mensajeros, para facilitar ante la Embajada o Consulados de México en China las visas para los turistas chinos que viajen en grupo. La Parte China deberá promocionar a la Embajada, para su registro, la información relativa a los representantes y mensajeros autorizados por cada agencia de viaje china designada. Los mensajeros deberán portar tarjetas de identificación emitidas por la Parte China, así como un pase para su acceso a la Embajada o Consulados de México en China, emitido por la Embajada.



2. Para la tramitación de las solicitudes de visas para los grupos de turistas chinos que viajen a México, las agencias de viaje chinas designadas deberán presentar los documentos siguientes:

- a) Carta oficial firmada por los representantes autorizados de la agencia de viaje designadas:
- b) Lista con los nombres de los integrantes del grupo turístico:
- c) Formatos de solicitud debidamente llenados por todos los miembros del grupo turísticos:
- d) Fotografía de los solicitantes; y
- e) Pasaporte de cada integrante de l grupo turístico válido por un mínimo de seis meses.

Las Partes deberán solicitar a sus respectivas agencias de viaje designados que conserven una fotocopia de cada uno de los pasaportes de los integrantes del grupo de turistas chinos que viajen a México.

3. La embajada o los consulados de México en China deberán estampar cada una de las formas migratorias con la leyenda "ADS".

4. La parte mexicana realizará las gestiones necesarias para que la Embajada o los Consulados de México en China hagan lo posible por facilitar el procedimiento de solicitud de visa para los turistas chinos que viajen en grupo, y brindará a los mensajeros de las agencias de viaje chinas designadas, facilidades de acceso a la Embajada y Consulados para entregar las solicitudes de visa.

5. Las visas que otorguen la Embajada o los Consulados de México en China serán válidas solamente por la duración del viaje a México que haya sido solicitado por la agencia de viaje china designada, el que no podrá exceder de 90(noventa) días.

6. La Embajada o los Consulados de México en China no deberán aceptar solicitudes de visa para turistas chinos en grupo a México, presentada por cualquier agencia de viaje, unidad o persona que no sean las agencias de viaje chinas designadas; ni presentadas a nombre de grupos de turistas chinos por cualquier organización o persona de México, o de otro país radicada en China. Si la Embajada o los Consulados de México en China emiten visas atendiendo las solicitudes antes señaladas, por la Parte China no será responsable por ningún problema que pueda suscitarse dentro de territorio mexicano.

7. En caso de que cualquier integrante de los grupos de turistas chinos exceda su periodo de estancia de manera ilegal, las agencias de viaje designadas de ambas Partes deberán notificar y trabajar de manera inmediata con las dependencias competentes de ambas Partes, para ayudar al retorno y recepción del turista, quien deberá ser remitido por el Gobierno de la Republica Popular China. Para comprobar la identidad del nacional chino para el propósito de su readmisión se deberá proveer evidencia documental.

#### ARTICULO V

Ambas partes deberán realizar sus mejores esfuerzos para resolver cualquier problema que surja en el curso de las actividades de viaje que tengan lugar al amparo del presente Memorandum de Entendimiento.

#### ARTICULO VI

Para garantizar la operación efectiva de los grupos de turistas chinos que viajen a México, las dependencias competentes de ambas Partes deberán intercambiar información y datos de tiempo, y trabajar coordinadas para perfeccionar las medidas de supervisión de los turistas chinos que viajen en grupo a México. Representantes de ambas Partes deberán reunirse cuando sea necesario, a petición de alguna de ellas.

#### ARTICULO VII

El presente Memorandum de Entendimiento entrará en vigor a partir de la fecha de su firma y continuará vigente hasta que cualquiera de las Partes notifique por escrito su decisión de darlo por terminado con 30 días de antelación.

La terminación del presente de Memorandum de entendimiento no afectará el desarrollo de los viajes que se hayan autorizado previamente entre las agencias de ambos países.

#### ARTICULO VIII

Los viajes organizados para turistas chinos en grupo a México iniciarán tan pronto como ambas Partes completen los preparativos respectivos.

El presente Memorandum de Entendimiento es firmado en la Ciudad de México, el 24 de enero de 2005, en dos ejemplares originales en idiomas español, chino e inglés, siendo todos los textos

igualmente auténticos. En caso de cualquier divergencia en la interpretación, prevalecerá el texto en inglés.

POR LA SECRETARIA DE TURISMO  
DE LOS  
ESTADOS UNIDOS MEXICANOS

POR LA ADMINISTRACIÓN NACIONAL  
DE TURISMO DE LA  
REPUBLICA POPULAR CHINA

Rodolfo Elizondo Torres  
Secretario

Zhou Wenzhong  
Viceministro de Relaciones Exteriores

#### ANEXO

##### Declaración conjunta para la Definición de Evidencia Documental

Las Partes Contratantes acuerdan que la evidencia documental a que se refiere el Artículo 4, párrafo 7 del presente Memorandum de Entendimiento, deberá incluir una copia del pasaporte y de la forma migratoria de los turistas chinos, los cuales deberán ser conservados por las agencias de viaje designadas.

## Bibliografía Básica

1. Anguiano, Eugenio, China contemporánea. La construcción de un país(desde 1949). México, Ed. COLMES, 2001.
2. Bassols Batalla Ángel, Temas de un momento crítico, Universidad Nacional Autónoma de México, México, 1996.
3. Braudel Fernand, Los orígenes de México.
4. Carpeta informativa de la Secretaria de Relaciones Exteriores,2001,2002.
5. Como exportar a la Republica Popular China, Instituto Mexicano de Comercio Exterior, México, 1974.
6. Colección China. Economía. Beijing, Ediciones en lenguas extranjeras,1993,1996,1997.
7. China 2002,Editorial Nueva Estrella, Beijing, 2002.
8. China 2004, Editorial Nueva Estrella , Beijing, 2004.
9. Dornbusch Rudiger y Fisher Stanley, Macroeconomía, MaGraw Hill, España, 1994.
10. El gobierno mexicano, Presidencia de la Republica, segunda época 1973.
11. Gernet, Jacques, El mundo chino, Barcelona, Crítica, 1999.
12. González Blanco Garrido Salomón, Qi y la última Nao a Manila, HACINAS México, 1994.
13. Guía para hacer negocios en Asia y Oceanía, Bancomext, 2005.
14. Krugman Paul y Obstfeld, Economía Internacional teoría y Política, McGraw Hill, España, 1995.
15. Ma Ke y Jun Li, El comercio en China, Editorial China intercontinental Press, China, 2004.
16. Martínez Elizabeth, El ingreso de China a la Organización Mundial del Comercio (OMC) y sus repercusiones en el comercio exterior mexicano, México, 2003 Tesis.
17. México y el Asia Pacifico, 2004.
18. Nishijima Shoji y Smith Peter, Cooperación o rivalidad: integración regional en las Américas y la Cuenca de Pacifico, México, Miguel Ángel Porrúa, 1997.

19. Levy-Dabbah, Simón, China: la fabrica más grande del mundo, ediciones fiscales ISEF, México 2004.
20. Ortiz Wadgymar Arturo, La nueva economía mundial, actualidad de las teorías del comercio internacional en un mundo globalizado, Miguel Ángel Porrúa, México, 1999.
21. Océano Uno, Enciclopédico ilustrado, edición 1994.
22. Plan Nacional de Desarrollo 1995-2000, México, Secretaría de Hacienda y Crédito Público, 1995.
23. Reyes García, Sandra Irene, Factores culturales y ambiente organizacional. El caso de la implantación de una organización china en México, UAM-I, 2004, Tesis para obtener el grado de Doctorado.
24. Roldán Eduardo, Las relaciones económicas de China OMC, México, Estados Unidos, Taiwán y la Unión Europea, Plaza y Valdés, México, 2003.
25. Rosas María Cristina, México y la política comercial externa de las grandes potencias, Miguel Ángel Porrúa, México, 1999.
26. Samuelson Paul, Nordhaus William, Economía, editorial McGraw-Hill, 1996.
27. Secretaría de Relaciones Exteriores, comunicados de prensa.
28. Situación económica de la Republica Popular China, Dirección General de Relaciones Económicas con América Latina y Asia Pacifico, Secretaría de Relaciones Exteriores, enero 2001.
29. Supachai Panitchpakdi. China and the WTO, Singapur, John Wiley & Sons (Asia) Pte Ltd, 2002.
30. Tamames Ramón, Estructura económica internacional, Ciencias Sociales Alianza Editorial, Madrid, 1999.
31. Tylor Edward, Anahuac, México y los mexicanos, publicado en 1861.
32. Vidalí Carvajal Carlos, El mercado de la Republica Popular China, (perspectivas y posibilidades para México), Comercio Exterior.
33. Wang James, Contemporary Chinese Politics, Prentice Hall, 1995.
34. Witker Jorge y Jaramillo Gerardo, Comercio Exterior de México, Marco Jurídico y operativo, Mc Graw Hill Interamericana, México, 1996.

## HEMEROGRAFIA

- América latina principal destino de inversiones, La Jornada, 2005.
- Artes Sinenses, Román Millán, abril 2002. Senado de la República.
- Aquí y en China, Reforma, junio 2001.
- Busca China ser motor de la economía mundial, El Universal, octubre 2002.
- Cinco empresas mexicanas ya trabajan con éxito en China, La Crisis, 2004.
- China se lanza a comerciar, Macroeconomía, diciembre 2001.
- China hoy: la consolidación de una nueva potencia global, Eugenio Anguiano Roch, abril 2002, Senado de la República.
- China en sus últimos 20 años, China Hoy, octubre 2004.
- Conflictos con China a la OMC, El Universal, octubre 2002.
- Conocimiento de la República Popular China, textos, viajes, etcétera del Dr. Ángel Bassols Batalla. 2002.
- Debe China abatir corrupción, el Universal, octubre 2002.
- Desarticulación interna de la planta industrial, El Financiero, febrero de 2004.
- Deteriora China la producción nacional de calzado, El Economista, enero 2001.
- Devora el dragón chino a las expectativas mexicanas, El Financiero, febrero 2004.
- Entrevista del embajador Shen Yunao de China en México, Proceso, México 3 de octubre de 1999.
- Esta en chino vencer a China, Reforma, diciembre 2004.
- El comercio chino arrollaría al mercado nacional en sólo 10 años, el Financiero 14 de septiembre de 2001.
- El futuro de China, Reforma, octubre 2001.
- Foreign Affairs en español, 2003, 2004.
- Fox en China, Reforma, junio 2001.
- Inconveniente en realizar acuerdo comercial con China: Serra Puche, La Crisis, 18 de junio 2004.
- Infraestructura rezaga al país, El Universal, octubre 2002.
- México, seguro para el comercio e inversión, El Universal, octubre 2002.
- México – China, revista comercio exterior y negocios, septiembre 2001.
- Nao, proyectos de intercambios, Román Millán, una visita en Shang Hai 2003.
- La industria, con 6 años de gracia para enfrentar a China, El Financiero, 14 de septiembre de 2001.
- La China roja viste a la moda, Reforma junio 2001.
- Las tres Chinas y Sinaloa, Román Millán, marzo 2004.
- Las relaciones de México con la Gran China, Mercado de Valores, febrero 2001.
- Las reformas económicas en China: alcances y retos, Comercio Exterior julio 1999.

- Lleva China educación a otro nivel, Reforma septiembre 2004.
- Orígenes chinos del calendario azteca (X), China Hoy, octubre 2004.
- Puede México crecer al ritmo de China- Fox, Reforma junio 2001.
- Proponen creación de TLC con China, Reforma, 5 de marzo de 2001.
- Producción de bajo coste, ¿bendición o castigo?, China Hoy, junio 2005.
- Reporte Económico Lloyd 2004.
- Repunte comercial chino-latinoamericano, China Hoy, julio 2005.
- Reunión con Diputados de la Republica Popular China, boletín de la CAAAREM, noviembre 2004.
- Shang Hai: aparador del capitalismo chino, La Monde Diplomatique septiembre 2000.
- Sobre el presente y el futuro de China, Wang Qingyuan, 2002. invitado de la Cátedra Econo-Juris.
- Tianguis y mercancías china no son sinónimo de contrabando, Aduana México, SHCP, 2004.
- Tratar bien la relación entre planificación y mercado, profundizando sin cesar la reforma del sistema de planificación., CEPAL, seminarios y conferencias noviembre 2000.
- Una mirada hacia China y el ayer y hoy del Tibet, Ren Jingyu , embajador de la Republica Popular China, charla en la Cámara de Diputados. 2005.

Paginas electrónicas consultadas:

- Agencia de noticias chinas. [www.xinhuanet.com.cn](http://www.xinhuanet.com.cn)
- Banco Mundial World Bank, página visitada agosto de 2005.
- Bancomext 2005 [www.bancomext.com](http://www.bancomext.com)
- [www.china.org.cn](http://www.china.org.cn)
- INEGI Banco de Información económica. Consultada hasta agosto 2005, [www.inegi.gob.mx](http://www.inegi.gob.mx)
- Ministerio de comercio en China. [www.moftec.gov.cn](http://www.moftec.gov.cn)
- Organización Mundial del Comercio, consultada hasta agosto 2005. [www.wto.org](http://www.wto.org), [www.omc.org.com](http://www.omc.org.com)
- Organización Mundial del Turismo. [www.world-tourism.org](http://www.world-tourism.org)
- Periódico chino. [www.peopledaily.com.cn](http://www.peopledaily.com.cn)
- Periódico chino. [www.chinatoday.com.cn](http://www.chinatoday.com.cn)
- Presidencia de la Republica Mexicana. [www.presidencia.gob.mx](http://www.presidencia.gob.mx)
- Revista The economist. [www.economist.com](http://www.economist.com)
- Secretaria de Agricultura. [www.sagarpa.gob.mx](http://www.sagarpa.gob.mx)
- Secretaria de Economía. Consultada hasta agosto 2005. [www.economia.gob.mx](http://www.economia.gob.mx)
- Secretaria de Relaciones Exteriores consultada hasta agosto 2005. [www.sre.gob.mx](http://www.sre.gob.mx)
- Secretaria de Trabajo y Previsión Social. [www.stps.gob.mx](http://www.stps.gob.mx)
- Secretaria de Turismo. consultada hasta agosto de 2005. [www.sectur.gob.mx](http://www.sectur.gob.mx)
- <http://es.wikipedia.org/wiki/cultura>
- [www.shanghaidaily.com.cn](http://www.shanghaidaily.com.cn) pagina consultada 2004, 2005.