

China es el principal socio comercial de México en Asia. Con este país realiza 60% de los intercambios comerciales en la región. Y, sin embargo, es la única nación con la que no tiene un acuerdo formal. “Esta es una gran oportunidad para que nuestro país elimine barreras arancelarias y cree un posible acuerdo comercial con el gigante asiático”, refirió Luz María de la Mora, directora de LMM Consulting, consultora especializada en inteligencia de negocios, durante su participación en el XXIV Congreso del Comercio Exterior Mexicano. De lograrlo, no sólo se incrementarían el total del comercio entre ambos países (75,000 millones de dólares), sino también se abriría una puerta a nuevos horizontes de negocio. Aunque la necesidad de diversificar mercados ha sido una advertencia constante, en el último año se ha agudizado, con la llegada del presidente Donald Trump a la Casa Blanca y la renegociación de Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN). “Es momento de que México, los empresarios y los emprendedores den nuevos pasos hacia una diversificación efectiva de su comercio con el mundo”, dijo Enrique Peña Nieto durante la inauguración del Centro Cultural y de Convenciones de Oaxaca. Lee más: México pierde 650,000 empleos por su relación económica con China, según la OIT El mandatario mencionó que las exportaciones de las compañías nacionales están concentradas en pocos mercados, principalmente en Estados Unidos –que recibe 80% de ellas–. Pero hay productos nacionales que están buscando posicionamiento en otros continentes, como el asiático. Y China es el principal objetivo a conquistar. Como muestra del interés comercial por este país, durante su reciente gira por el país asiático, el presidente firmó un convenio de colaboración entre Proméxico y Alibaba, empresa china de comercio electrónico, para apoyar a las pequeñas y medianas empresas mexicanas (pymes) a comercializar sus productos en esa región. De esta manera, el gigante del e-commerce liderado por Jack Ma implementará un programa de capacitación para las pymes el último trimestre del año. La finalidad es que las empresas tengan acceso a los 500 millones de consumidores que tiene la plataforma. “Tener acceso a un instrumento que hace transacciones por 500,000 millones de dólares, lo equivalente al monto de las exportaciones totales entre México y Estados Unidos, es lo mejor que le pudo haber pasado a las empresas mexicanas”, expresó Jorge Alberto Lozoya, ex embajador de México en Malasia, quien aseguró que el escenario luce prometedor. Lee más: Las nuevas oportunidades para el comercio exterior de México

África, el nuevo continente En la búsqueda de nuevos socios comerciales, México no debe concentrarse solo en Asia o la Unión Europea, sino que debe mirar más allá y tomar en serio a África. Eso es lo que advirtió Cassio Luiselli Fernández, ex embajador de México en Sudáfrica, pues aseguró que el continente es una gran opción para los negocios. “Los nichos son clarísimos y van más allá de productos agrícolas”, expresó. Los países africanos están dispuestos a consumir desde cobijas nacionales, cigarrillos y automóviles, hasta productos farmacéuticos y alimentos como cereal y tortilla. Recordó que en el sur del continente los habitantes están acostumbrados a consumir maíz blanco. De hecho, los tamales mexicanos son muy cotizados. Sin embargo, la falta de interés y persistencia de los empresarios facilita que otros competidores lleguen antes y dominen el mercado. “Como Brasil, que se están quedando con todo”, advirtió. Sin embargo, aunque África ofrezca más de 50 oportunidades distintas de negocio, la realidad es que la distancia y la complejidad a la hora de trasladar la mercancía reduce las posibilidades de un intercambio real. Lee más: Valentín Diez descarta usar el Plan B en comercio exterior

Para Valentín Diez Morodo, presidente del Consejo Mexicano de Comercio Exterior (Comce), la apuesta más confiable a la hora de experimentar con nuevos mercados es la Alianza del Pacífico, bloque económico que no sólo va creciendo en número de participantes, sino que actualmente ha liberado de aranceles a 90% de los

productos como se comercializan en la región. “Existe nerviosismo por nuestros vecinos del norte, pero la idea es buscar alianzas y consolidaciones comerciales. Aunque dudo mucho que haya una salida de Estados Unidos, lo mejor es voltear a ver a nuestros vecinos del sur”, comentó al término de la inauguración del XXIV Congreso del Comercio Exterior Mexicano.]]>

Leer más: [Expansión - Economía](#)