



SEMINARIO DE CÁMARAS DE COMERCIO
**LATINOAMERICANAS PARA
PROMOCIÓN Y COOPERACIÓN
CON CHINA**

Lic. Daniella Martínez

| Lic. Fernanda Rodríguez



XII Cumbre Empresarial **China-LAC**

**¿cómo aprovechar las oportunidades
empresariales y comerciales?**

XII Cumbre Empresarial China-LAC

¿cómo aprovechar las oportunidades empresariales
y comerciales?



En el Centro Internacional de Exposiciones y Convenciones de Zhuhai, China, se llevó a cabo la XII Cumbre Empresarial China-LAC, con el objetivo de promover la cooperación económico-comercial entre China y América Latina y el Caribe (LAC). La delegación mexicana conformada por autoridades, empresarios, académicos, representantes de organizaciones, asociaciones, cámaras y entidades financieras, trabajaron en incrementar y consolidar las oportunidades comerciales de la oferta exportable de México hacia el mercado chino así como en la búsqueda de nuevos socios, a través de sesiones plenarias, seminarios técnicos, exposiciones, mesas de diálogo, y conferencias de negocios.

En la inauguración del evento, se recordó que desde 2007, año en el cual se realizó la Primer Cumbre, se ha trabajado por lograr una cooperación que otorgue beneficios mutuos y que permita analizar las tendencias del desarrollo económico y comercial internacional, para afrontar con mayores elementos los retos que derivan del entorno competitivo en el cual se desarrolla el mundo.

En esta ocasión el área de exhibición tuvo un espacio de 20,000 metros cuadrados y atrajo alrededor de 1,200 personalidades de ambas regiones, y la comitiva del país azteca implementó una estrategia proactiva para promocionar a México como una nación competitiva y vanguardista, que cuenta con productos y servicios de la más alta calidad, espacios turístico de talla mundial, y derivado de las reformas estructurales, entre otros factores, se ha convertido en un lugar atractivo para recibir inversión extranjera, aunado a las ventajas que desprenden de la cantidad de tratados de libre comercio que tiene vigentes y a la estabilidad macroeconómica que ha mostrado en los más recientes años.

La Cumbre Empresarial China-LAC se celebra anualmente intercalando una edición en el país asiático y otra en alguna nación de América Latina y el Caribe, siendo México, Chile, Colombia, Perú, Costa Rica, y Uruguay, países que ya han sido anfitriones, y a través de esta sinergia y de la iniciativa del Consejo Chino para el Fomento del Comercio Internacional, se ha conseguido una participación histórica superior a los 12,000 empresarios, resultando esta Cumbre, según el propio gobierno Chino, en una marca estrella en la cooperación entre China y LAC.





Otros temas que se destacaron en la Cumbre por su trascendencia en las actividades comerciales y en el fortalecimiento de la actividad económica, fueron:

1 Se debe apoyar a las pequeñas y medianas empresas exportadoras de América Latina y el Caribe en su proceso de internacionalización, particularmente al mercado Chino, debido a las características de su economía y mercado. Existe el desafío de emprender una marca propia con una ventaja competitiva sostenible.

2 Inversión en infraestructura es clave para hacer más eficientes los procesos logísticos y reducir costos, lo cual permite elevar los niveles de competitividad.

3 La Cuarta Revolución Industrial que incluye innovación, nuevas tecnologías, automatización, inteligencia artificial, no destruye empleos, simplemente al reemplazar el trabajo manual se crea uno mucho mejor remunerado y con mayor valor agregado. El impacto se ve reflejado en el crecimiento económico.

4 Los países latinoamericanos necesitan incorporar tecnología de punta y mayor financiamiento para poder desarrollar un mejor: producto, cadena de valor y su medio de distribución. China es un aliado estratégico como proveedor de tecnología y financiamiento, porque ofrece soluciones.

5 Es necesario tener planes a largo plazo y verdaderamente echar raíces, poseer manufactura local, cumpliendo las reglas tributarias de cada país y a través de técnicas de marketing lograr el reconocimiento de las marcas Chinas.

6 Educación. Incrementar el número de graduados en maestrías y doctorados, para tener innovación autónoma sustentable, y con el desarrollo de patentes.

7 Tips para invertir en China: 1. Pensar a largo plazo; 2. Aprender de lo que China ya utiliza, no hay que innovar si ya hay herramientas que funcionan; y 3. No tener miedo a cometer errores.

8 Visión de Panamá. Parte de un modelo de negocio atractivo entre LAC y Asia es aumentar la competitividad de los puertos marítimos, pues apoyan la logística mundial; también fomentar la disminución de aranceles logrando así reducir los costos.

9 Visión de una empresa brasileña. Creación de productos personalizados para la necesidad de cada país, es difícil como también lo es entrar a China ya que es un mercado sumamente competitivo pero a su vez da la oportunidad debido a su increíble infraestructura y tecnología.

Finalmente se anunció que la XIII Cumbre Empresarial China-LAC 2019 se realizará en Panamá: "Para este país representa una excelente oportunidad de confirmar su posición como la Gran Conexión de América Latina", concluyó el Viceministro de Comercio Exterior de Panamá, Néstor González.



www.concanaco.com.mx