

II. MERCADO CHINO: REFLEXIONES SOBRE LA EXPERIENCIA DE EXPORTACIÓN DE TEQUILA Y ESCENARIOS PARA PRODUCIR ESA BEBIDA Y OTROS PRODUCTOS EN CHINA

Bernardo Méndez Lugo¹

Introducción

En este ensayo nos enfocamos a estudiar el caso específico del potencial del mercado chino para la exportación de tequila, se considera importante dar una visión panorámica de la relación comercial bilateral entre México y China ya que al estar revisando las herramientas del Centro Internacional de Comercio (ITC por sus siglas en inglés) se han encontrado datos relevantes de indicadores que ameritan tener una visión más amplia del mercado chino por las oportunidades que existen en muchos rubros de nuestros productos y servicios demandados por China, las oportunidades de inversión para empresas mexicanas en dicho país asiático y la complementariedad entre empresas mexicanas y chinas para invertir en China o en México.

Antecedentes generales: por un comercio de complementación

En una presentación power point del Sr. Carlos Santos, Consejero Comercial de la Embajada de México en China, fechada en febrero de 2006, dio datos relevantes para ver de manera más amplia la potencialidad del mercado chino.

El señor Santos indicó que, desde 1994 las exportaciones mexicanas a China y las importaciones de productos chinos a México, han crecido de forma notable. Hay una diferencia entre las cifras que manejan el gobierno chino y el mexicano sobre la balanza comercial. Para el año 2004, por ejemplo, según las estadísticas del gobierno chino, México exportó a China 2.500 millones de dólares, mientras que China exportó a México 5.000 millones de dólares. Para las fuentes mexicanas, las exportaciones de China a México fueron del orden de los 14.000 millones de dólares, mientras que las de México a China alcanzaron solamente mil millones. Hay una gran diferencia.

Todo esto se vincula al conteo estadístico que se hace. A México están llegando muchos productos chinos de precedencia ilegal, principalmente a través de EE.UU. Eso no está contabilizado obviamente en las cifras oficiales, pero sí se toma en cuenta que muchos productos chinos llegan a México a través de EE.UU. Para China, estas exportaciones fueron hacia EE.UU., mientras que para México, las mismas llegaron de China a través de EE.UU. Así se da la diferencia de cifras, pero lo cierto es que hay una brecha importante entre las exportaciones chinas y las mexicanas, y consideramos que hay muchas oportunidades para que las empresas mexicanas puedan participar en este mercado y tratar de cerrar esta gran brecha.

¹ Consejero de Asuntos Económicos y Cooperación Regional de la Embajada de México en la Republica de El Salvador

La relación comercial es creciente. Hay mucho interés de las empresas chinas por el mercado mexicano, como mercado y destino de inversión. En el momento en que más empresas chinas empiecen a invertir en México esta tendencia o brecha tendrá que reducirse. Una gran parte de las exportaciones que hace México a China y de las importaciones que hace México desde China está en el sector eléctrico y electrónico. Dentro de las 10 principales partidas de importaciones y exportaciones se encuentran muchos productos de la industria de computación y alta tecnología.

Perspectivas del Comercio Bilateral México-China

El Consejero Carlos Santos comentó que “desafortunadamente hay poco conocimiento en China sobre México. Hay pocos referentes. Entonces, nuestra función es tratar de dar a conocer más a México al pueblo chino, y darles a conocer también las virtudes de los productos mexicanos, sobre todo en el sector alimenticio, donde tenemos una tradición culinaria muy importante, que creemos que puede ser del gusto del consumidor chino. El sector químico también puede tener oportunidades, porque México tiene una capacidad de producir productos químicos específicos muy importantes. Vemos esta relación como muy benéfica para los dos países en el futuro”.

Productos mexicanos que han penetrado en el mercado chino

Santos dijo también que “lamentablemente, hay pocos productos mexicanos en China, y suelen llegar a través de los distribuidores de EE.UU., no directamente de México. El Banco Nacional de Comercio Exterior fue el organismo promotor del gobierno de México para la importación y exportación (antes de la creación de Promexico a partir de 2007 con la administración del presidente Felipe Calderón). Bancomext Inició operaciones en China a principios de 2004. Se comenzó por identificar las oportunidades para los empresarios mexicanos. Un producto que tiene mucha potencia es el tequila, la bebida mexicana hecha de cactus. Teniendo en cuenta la afición china por los licores fuertes, éste puede tener éxito. Además muchos chinos ya lo conocen. Durante 2004 se tuvo una importante campaña para la promoción de tequila, la cual sirvió como punto de partida y referencia para la promoción de los restaurantes de comida mexicana. En ese sentido, otra prioridad es traer la genuina comida mexicana, a saber, las salsas, los licores mexicanos, el tequila, la cerveza y las tortillas, en forma de conservas de comida mexicana típica. Santos subrayó que “tratamos de encaminar las relaciones hacia un comercio no de competencia, sino de complementación. Fuente: Presentación Power Point del Lic Carlos Santos, Consejero Comercial en China. “Como Hacer Negocios en China” Bancomext, Febrero de 2006. Además, reportaje de Omar Becerril Castillo, publicado en diario El Economista el 10 de octubre de 2006 de la ciudad de México, “Explore China, un mercado con potencial para productos mexicanos”.

Antecedentes específicos en la exportación de tequila a China

Una estrategia seguida por los productores mexicanos de tequila para ganar cuota de mercado en China es asociándose con distribuidores de este país, ya que el mercado de bebidas alcohólicas extranjeras del gigante asiático está en plena expansión. Desde hace algunos años, primero Bancomext y mas recientemente ProMexico, como agencias de promoción comercial del gobierno de México han

organizado seminarios y ferias para promover productos mexicanos en el mercado chino, entre los productos que se han promovido con éxito esta el tequila que tiene creciente demanda entre los consumidores chinos que pertenecen a los nuevos segmentos con capacidad de consumo de productos importados.

Un aspecto que se debe considerar cuando se busca exportar tequila al mercado chino son las restricciones arancelarias y no arancelarias. Por ejemplo hasta fecha muy reciente, sólo el tequila mixto, es decir, el que no está hecho al cien por ciento de agave, puede ser exportado a China, ya que el gobierno chino sólo permite niveles de 200 miligramos de metanol por litro de alcohol. El tequila puro supera estos niveles, por lo que un sector de este producto –y en consecuencia sus empresas- quedan fuera del mercado chino. Autoridades del gobierno de Jalisco y del Consejo Regulador de l Tequila han estado negociando con las autoridades de China para que se pueda exportar tequila 100% agave al mercado chino. Este obstáculo podría ser calificado como una restricción no arancelaria.

El obstáculo radica en el metanol, un componente característico del agave. China admite hasta 200mg/100mL de metanol; el tequila tiene máximo 300mg/100mL, pero la regulación técnica señala que esta bebida debe tener máximo 60mg/ml. “Es un error técnico, porque ellos no conocen el agave, el tequila tiene 40% más de lo que aceptan. El reglamento chino se divide en tres categorías: destilados espirituosos de frutas, de cereal y otros destilados espirituosos; al tequila lo colocaron en la última división, que estipula los índices más bajos. Por ejemplo, el de frutas acepta hasta 800mg/100mL. La ubicación del tequila en “otros destilados espirituosos” se hizo sin conocimiento, y es que se obtiene del agave, que es una planta o vegetal, de ahí el error que frena su ingreso a ese millonario mercado. Fuente: entrevista de Ramón González Figueroa, director del Consejo regulador del Tequila con agencia EFE, 27/09/2008. “Jalisco da el primer paso conjunto para introducir tequila a China”

Utilización de Herramientas de ITC para analizar las potencialidades del mercado chino para México: Tequila y sector de bebidas

De acuerdo con la base de datos de Market Access Map, la fracción arancelaria del tequila y mezcal es la 22089010 y el arancel promedio que se paga en China es de 10 % ad-valorem. En la información contenida en Trade Map con cálculos basados en estadísticas de la Administración General de Aduanas de China (General Customs Administration of China), el valor de las importaciones de tequila han ido en constante aumento con algunas fluctuaciones a la baja en 2009, ultimo año con el que se cuenta información del valor de las importaciones de tequila. De acuerdo con la fuente mencionada en 2005 el valor total de tequila y mezcal importado de México fue de 743 mil dólares estadounidenses, valor que se incrementó a 1 millón 615 mil dólares en 2006, que fue el mejor año para los exportadores mexicanos de tequila y mezcal al mercado Chino ya que en 2007 el monto del valor importado de esos productos alcanzó 1 millón 79 mil dólares y en 2008 tuvo un ligero aumento a 1 millón 385 mil dólares y en 2009 se redujo a 1 millón 242 mil dólares.

Vale la pena señalar que en la fracción arancelaria definida en la Secretaría de Economía de México con el numeral 22089004 con el concepto de “Alcohol etílico sin desnaturalizado grado alcohólico volumétrico inferior al 80% Vol.,

aguardientes, licores y demás bebidas espirituosas aparecen para el año 2009 un valor de las exportaciones de 850,635 mil dólares con un volumen total de 110,115 litros exportados de acuerdo al Sistema de Información Arancelaria Vía Internet de la Secretaría de Economía de México. En el mismo cuadro de esta fuente es importante señalar que para la misma fracción de exportaciones en 2009 a Reino Unido y Estados Unidos se tiene mucho más volumen de litros exportados con un valor casi equivalente al 50% del total de valor de lo exportado a China. En el caso de España es significativo que con un volumen de 35 mil 809 litros exportados en 2009 se tenga un valor de 253 mil 320 dólares, lo que significa que con un volumen exportado a España que es equivalente al 20 % del volumen exportado a Estados Unidos (178 mil 233 litros) se obtiene un valor de mayor a la mitad del valor exportado a Estados Unidos (428 mil 232 Dólares).

No es sencillo encontrar plena coincidencia en la utilización de las herramientas de ITC ya que en la sección de estadísticas de Comercio Internacional de Trade Map en la fracción arancelaria 2208 que incluye “Bebidas espirituosas, preparaciones alcohólicas, licores y otras bebidas espirituosas” y que es una fracción mas amplia que la 22089010 que incluye solamente tequila y mezcal, ofrece cifras menores en el valor de las importaciones de la fracción 2208 en el periodo 2005-2009 con la excepción del año 2009 con un valor de 1 millón 245 mil dólares que es muy similar al valor de la fracción 22089010 que alcanzo un valor de un millón 242 mil dólares como ya lo apuntamos anteriormente.

En la fracción arancelaria más general 2208 el valor exportado en 2005 fue de 109 mil dólares, 2006 fue de 974 mil dólares, 2007 fue de 657 mil dólares y 2008 de 336 mil dólares. Esto resulta aparentemente inconsistente en valor ya que una fracción mas especifica como la 22089010 (solo tequila y mezcal) tiene valores mayores en todos los años del periodo 2005-2008 con la excepción de 2009 donde la fracción 2208 registra un valor ligeramente mayor que la fracción 22089010. Fuente: Trade Map-International Trade Statistics. Trade Statistics for International Business Development.

Algunas Restricciones

Mimi Yin, Consejero de Asuntos Económicos y Cooperación Regional de la Embajada de México en la Republica de El Salvador representante de la pequeña empresa de gestión comercial para el mercado chino que apoyó la exportación de Tequila El Quiote en coordinación con la Oficina de Comercio del Consulado de México en San Francisco expresó que: “China es un mercado muy complicado, hay demasiadas reglas del juego que no están escritas y no son explícitas. Deseo que la exportación de tequila continúe, el gusto por el tequila esta creciendo entre los consumidores chinos, desean más tequila pero desafortunadamente los compradores chinos están frustrados por lo extremadamente complicado del proceso de importación”. Fuente: Entrevista con el autor en San Francisco, septiembre de 2006.

Parte de las dificultades se relacionan con los canales de distribución, un representante de Tequila El Charro que ya entró al mercado chino y exporta a mas de 40 países dijo a Notimex que: “Para poder vender nuestro tequila en una

discoteca importante del centro de Pekín es necesario pagar entre 50 mil y 100 mil yuanes (entre \$7 mil y \$15 mil dólares)”.

Otras fuentes han hecho observaciones a la actuación de las aduanas chinas, según estas fuentes “una vez llegado el contenedor, se exigen documentos que a priori jamás habían indicado”. Según estas fuentes “Mientras una botella de tequila puede tener un costo de producción en México de entre cuatro y cinco dólares, este precio se encarece 45 por ciento en China, a causa de los impuestos y aranceles. Hay que contar un aumento de 75 por ciento del precio de la botella desde que sale de México hasta que llega al distribuidor local en China”. Fuente: Notimex, 24/06/2010. “El tequila se abre plaza en China”.

Otros Costos

Los altos costos en publicidad en China –con fuerte regulación gubernamental ya en cierta manera el gobierno controlan los grandes medios de comunicación y que obligan a una estrategia muy estudiada y que debe tener como objetivo un sector concreto e los consumidores. Un ejemplo de ello son seis tequileras mexicanas que producen tequila de alta calidad (unos \$40 la botella) y que se asociaron con una distribuidora en Hong Kong. Una alternativa para las empresas mexicanas es crear consorcios y asociaciones con distribuidores en las ciudades con los mercados más dinámicos de China.

Protección de denominación de origen del Tequila en China

En septiembre de 2006 el Consejo Regulador del Tequila (CRT) logró obtener la certificación de la bebida en China con lo cual se protegerá a la bebida representativa de Jalisco en el continente Asiático. De acuerdo con el reportaje de Liliana Ruelas Hernández publicado el 9 de septiembre de 2006, el director del CRT Ramón González explicó que con la certificación se evitará la falsificación del tequila ya que las marcas que busquen promover dicha bebida tendrán que acatar la norma que en la legislación china protege al tequila. Señaló que "También será el tener una garantía para el consumidor porque no podrán sufrir algún engaño por parte de cualquier empresa china o que intenten ingresar al mercado chino, ya que todo el tequila que se venda tendrá que ser auténtico". Actualmente las empresas que exportan tequila a China son en su mayoría compañías ya consolidadas, sin embargo hay un número importante de empresas pequeñas y medianas que son apoyadas por asociaciones bancarias las que le apuestan al mercado Asiático. Solo en el primer semestre de 2006 se exportaron 105 mil litros de Tequila a China. Fuente: Diario El Informador de Guadalajara, Jalisco. “Obtienen registro en el lejano oriente” *por reportera Liliana Ruelas Hernández.*

Oportunidades de Inversión en China: sectores de bebidas y cultivos

Pensando hacia futuro, en un mundo cada vez mas competido y de grandes innovaciones tecnológicas y comerciales, se podría dibujar un escenario de futura inversión de empresarios mexicanos para producir agave en territorio chino y embotellar licores de agave que ya no tendrían derecho a la denominación de origen de acuerdo al Consejo Regulador del Tequila pero este licor de agave que podría ser tipo tequila o tipo mezcal con cepas de agave llevadas desde México,

sería factible producir dichos licores con trabajo chino para sembrar, cosechar y producir este nuevo producto de agave para surtir un mercado creciente tanto en China como en otros países asiáticos que podrían tener apetito por los licores de agave.

De acuerdo con la herramienta de Investment Map de ITC existe una balanza comercial bastante equilibrada entre las exportaciones e importaciones de bebidas en el mercado Chino, con un total de exportaciones de 903.3 millones de dólares e importaciones de 867.3 millones, lo que da un superávit de 36 millones de dólares. En el mercado chino los productos importados en este rubro enfrentan en promedio el 48.20% de arancel con un mínimo de 0% a aplicarse y un máximo de 100%. Sin embargo, el promedio aplicado es de 31.10% con un mínimo de 10.30% y máximo aplicado de 133% de aranceles.

En el rubro de sectores con potencial para atraer inversión extranjera en China utilizando la herramienta Investment Map para analizar el apartado de Comida, Bebidas y Tabaco encontramos un flujo de inversión extranjera directa de 927.6 millones de dólares para 2008 con un total de 427 filiales extranjeras y 394 empresas matrices. Una balanza comercial superavitaria con 24 mil 904 millones de exportaciones contra 19 mil 180 millones de importaciones y con tarifa arancelaria de 18.8% pero con un promedio aplicado de 21.5%, todos datos para el año 2008. Si se compara con el flujo de IED en este rubro en Suecia, EUA, Rusia y Brasil que va desde mas de 8 mil 151 millones de dólares en Suecia y 2 mil 245 millones en Brasil, se puede observar que China es un mercado con 200 millones de consumidores con poder de compra y quizá mucho mayor, por tratarse de productos de consumo alimenticio, bebidas y tabaco, se puede pensar que existe un potencial atractivo para invertir en China o exportar ese tipo de bienes. Cuando se analizan datos específicos de la fracción arancelaria 2208 que incluye solo bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre, de acuerdo con Trade Map-ITC Partner, el valor total de lo importado por China en este rubro en 2008 fue de un mil 137 mil 239 millones de dólares con un déficit comercial de un poco mas de 278 millones de dólares, con tasas de crecimiento anual en cantidad entre 2004 y 2008 de 45% y de valor entre 2007 y 2008 de 31%, lo que significa que existen tanto oportunidades para exportar al mercado chino como para invertir en este rubro en China.

Fuente y Código	Descripción del producto	Indicadores comerciales										
		Importado valor 2008, miles de USD	Balance comercial al 2008 en miles de USD	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2004-2008, % p.a.	Tasa de crecimiento anual en cantidad entre 2004-2008, % p.a.	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2007-2008, % p.a.	Tasa de crecimiento anual del mundo exportaciones entre 2004-2008, % p.a.	Participación en el mundo importaciones, %	Posición en el mundo importaciones			
2208	Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre			1.137.279		-276.189	45		31	13	1,27	18

Fuente de cuadro: Trade Map-ITC Partner.

Si se piensa en la inversión en China en el sector de cultivos agrícolas y de legumbres, pensando en expandir el cultivo del agave a China o explotar la experiencia mexicana en el cultivo y exportación de hortalizas, existe suficiente

capacidad técnica y financiera de algunos productores de tequila así como de legumbreros del noroeste de México para que en base a nuevos acuerdos puedan invertir en sus respectivos cultivos en China. La Tarifa arancelaria aplicada en este sector para 2008 fue de 59.8 % promedio con un mínimo aplicado de 4.3%, lo que significa que la producción de cultivos realizada en China cuenta todavía con cierto nivel de protección arancelaria que favorece a los productores locales en China en sus ventas al mercado interno chino. El Total de importaciones de este rubro fue de 13 mil 679 millones de dólares y las exportaciones de 21mil 580 millones de dólares en 2008.en base a las estadísticas de la herramienta de ITC Investment Map.

Bioteconología con base en México y potencial de sembrar agave en China.- Este breve apartado se basa en las investigaciones realizadas por el Dr. Remigio Madrigal Lugo, investigador del Departamento de Fitotecnia de la Universidad Autónoma Chapingo (UACH) y que en nuestra opinión se pudiera experimentar en tierras de Asia, África y cualquier parte del mundo que tenga el clima y los suelos adecuados y la capacidad de exportar el conocimiento y entrenamiento de cómo producir el tequila. Madrigal Lugo explica que la producción de agave es altamente heterogénea: *“Digamos que no se puede repetir la calidad del tequila porque a la fábrica llegan agaves de varias regiones con los que se elabora una mezcla que resulta difícil de repetir.”* La Alternativa para mejorar la calidad del tequila es viable con *la aplicación de la biotecnología la industria tequilera tiene la posibilidad de producir tequila de calidad uniforme, con características de olor y sabor específicas que satisfagan los paladares más exigentes.*

Con 26 años de experiencia en investigaciones biotecnológicas en el campo de los agaves, Remigio Madrigal Lugo se ha dado a la tarea de buscar plantas con características excepcionales para propagarlas in vitro y obtener variedades de tequila con calidad uniforme que responda a las exigencias del mercado de bebidas alcohólicas. En el proceso de producción actual de tequila no se realiza un seguimiento de la materia prima en campo e industria que permita verificar los rendimientos del agave y la calidad final de la bebida.

Remigio Madrigal y su equipo han seleccionado los mejores agaves productores de tequila y mezcal próximos a la jima, que contienen cualidades excepcionales tanto en peso y cantidad de azúcares como en vigor o precocidad. Con estos materiales producen plántulas en el laboratorio, mediante la técnica de propagación in vitro, que pueden cultivarse en campo, con la ventaja de tener el conocimiento a priori de cuánto y cuándo se podrá cosechar, cuáles serán sus rendimientos en fábrica y predeterminedar la calidad del tequila que se producirá.

Con esta propuesta biotecnológica se podría explorar la posibilidad de producir agave en tierras chinas ya que el uso de la biotecnología en la producción de agave tequilero permite la reproducción masiva de plantas de calidad, situación que empresas mixtas o en asociación entre tequileros mexicanos y empresarios chinos pueden aprovechar para establecer estrategias de ventas y planificar todo el proceso de producción obteniendo un tequila diseñado previamente. Esto permitiría a los empresarios competir en el mercado internacional que en un futuro demandará tequilas de calidad más que volumen, sujetos a revisión por organismos internacionales.

Las industrias tequilera, mezcalera y de fructosa tienen un futuro prometedor si logran resolver su problema de productividad. La producción de tequila, en México, la realizan en su mayoría pequeños productores, que al tener poca tecnificación en su producción y fábricas obtienen bajos rendimientos. De lograrse una producción en gran escala en china con mano de obra que se le califique y conozca el proceso de siembra, cosecha y producción del líquido, se podría generar un tequila de alta calidad aun considerando que por normatividad de la denominación de origen no se podría llamar tequila.

En la caracterización del agave, el peso de la cabeza y el contenido de azúcares son muy importantes dado que influyen de manera directa en la cantidad de tequila que se obtiene en fábrica. Las industrias pequeñas de nuestro país obtienen al año rendimientos promedio de 22 a 25 kilos por cabeza en el campo, con 17 por ciento de azúcares; mientras que las grandes cuentan con rendimientos de 35 a 40 kilos por cabeza y 25 por ciento de azúcar.

Después de años de observar millones de plantas, Remigio Madrigal logró seleccionar aquellas cuyas cabezas van de 140 a 213 kilogramos con contenido de azúcares de entre 17 y 38 por ciento grados Brix. En general en la producción en fábrica se estima que con siete kilogramos de materia prima y con 17 por ciento de azúcares, se puede producir 800 mililitros de alcohol con 55 grados de licor, teniendo 80 por ciento en transferencia de azúcares.

Todo el material que se ha recabado conforma un banco de germoplasma, en el que se han caracterizado diversas variedades de agave tequilero. Con los datos obtenidos en cada una de las caracterizaciones se puede conocer el peso, tallo, arquitectura, azúcar, maduración y calidad de bebida que puede producir, por región una variedad específica. La existencia de dicho banco permite que una variedad de agave pueda ser reproducida y conservar un recurso importante para la producción de tequila y mezcal e incluso para la elaboración de fructosa, la cual es una forma de aprovechamiento adicional del agave

Contar con una reserva de agave es importante porque este cultivo es la base de las empresas tequileras del país y permite conservar el recurso natural para hacer frente a posibles problemas de enfermedades o desastres naturales que dañen las cosechas, evitando al mismo tiempo la pérdida de recursos genéticos de alto valor. El Departamento de Fitotecnia de la Universidad de Chapingo tiene la meta de ampliar el área cultivada con otras especies, como el maguey, para satisfacer la demanda de las empresas dedicadas a industrializar el pulque, además de incrementar las variedades y enriquecer el banco de germoplasma para proteger la riqueza en agave y mezcal de daños ocasionados por clima y enfermedades. También se busca establecer la huella genética del cultivo agave. Para que todos estos proyectos puedan realizarse, se necesita de recursos y apoyos que siempre son limitados.

Coincido con el experto Madrigal Lugo cuando señala que “un cambio tecnológico como es la utilización de la biotecnología en la producción de agave implica una modificación cultural y de mentalidad en productores e industriales, pero en las épocas, cuando sobra materia prima en agave y los costos están muy bajos, a las

industrias no les interesa esta tecnología.” Remigio Madrigal subraya que si el agave fuese comparado con otros cultivos en cuanto a superficie utilizada, capital invertido y empleos, se confirmaría que el cultivo de agave tiene alta densidad económica. En nuestra opinión, esta capacidad multiplicadora y competitiva del agave, permite pensar en la ampliación del cultivo del agave hacia China y otros países que tienen fuerte apetito por consumir tequila o mezcal. Fuente: Este apartado se basa en la información de la página Internet de la revista “Imagen Agropecuaria” que entrevistó al Dr. Remigio Madrigal Lugo el 8 de febrero de 2007 en el reportaje titulado “Agave y Tequila de Calidad Excepcional”.

Conclusiones

La utilización adecuada de las herramientas del Centro de Comercio Internacional (ITC por sus siglas en inglés) permite tener mayor profundidad los análisis de los mercados potenciales para los productos mexicanos, en este caso se trató de utilizar algunas de estas herramientas como Trade Map, Product Map y Market Access Map para evaluar con mayor detenimiento lo que se puede realizar para promover el tequila en el mercado de China partiendo de la experiencia de Tequila El Quiote, una tequilera mediana que logró exportar un contenedor en 2006 y que fue parte de nuestro primer ensayo.

Sin embargo, la herramienta denominada Investment Map nos permitió dibujar algunos escenarios no imaginados al iniciar este ejercicio final como es el proponer la alternativa de invertir en China, considerando que si bien en el caso del tequila existe una denominación de origen para definir lo que es un tequila auténtico, las necesidades de consumo de mercados emergentes en China y otras partes del mundo, pueden optar por un licor de agave menos caro producido por empresarios mexicanos en China. Esta exploración de Investment Map también generó ideas para pensar en la inversión en otros rubros como el cultivo de legumbres y el cultivo del agave en China. Considerando el proceso de internacionalización de las empresas y las asociaciones donde se integran inversionistas de varios países, no sería extraño que en el futuro coincidieran empresarios de países desarrollados que tienen el capital con empresarios mexicanos que cuentan con el “saber hacer” o “know how” asociados con empresarios y/o gobierno de China y otros países que tienen mano de obra competitiva y un mercado creciente.

APENDICES DE DOCUMENTOS Y ESTADÍSTICAS

Apéndice 1: [GUIA BÁSICA PARA LA IMPORTACIÓN DEL TEQUILA A CHINA](#)

Fuente: Publicado por el Consejo Regulador del Tequila: www.crt.org.mx

Martes, 30 de Septiembre de 2008 08:10.

Índice del artículo

[GUIA BÁSICA PARA LA IMPORTACIÓN DEL TEQUILA A CHINA](#)

[Contenido Etiqueta](#)

[Barreras Arancelarias](#)

[Todas las páginas](#)

Existen diversos requisitos para la introducción del tequila a China entre ellos los impuestos, la obtención de la etiqueta china para la venta en el mercado nacional y los documentos necesarios para poder realizar una importación exitosa.

El punto más importante es la búsqueda de la contraparte china, en este caso un agente importador que tenga licencia de importación de bebidas alcohólicas al mercado chino. Esta empresa junto con su empresa guiará en conjunto a la importación. Una vez que se tiene el agente importador es necesario realizar la etiqueta china, esto es una etiqueta que se adhiere al producto en la parte de atrás con el fin de señalar que el producto puede ser vendido en el mercado nacional. En seguida se enlistan los requisitos del mismo.

Requisitos para realización de trámite:

- **Un Certificado de Libre venta o "free sell certificate": Es una carta que realice el Ministerio de Agricultura- Servicio Agrícola y Ganadero- Departamento de Protección Agrícola-Subdepartamento de Alcoholes y Viñas.**
- **Certificado de Marca (Trademark certificate). Puede ser escaneado y mandar una copia por mail o fax.**
- **10 pares de etiquetas (cada par incluye la etiqueta del frente y la de atrás). Se tiene que entregar 10 pares de etiqueta de cada marca que deseemos vender en China.**
- **Traducir las etiquetas al inglés y después al chino.**
- **El distribuidor por su parte tiene que llenar una serie de documentos, pues es el que lo esta importando.**

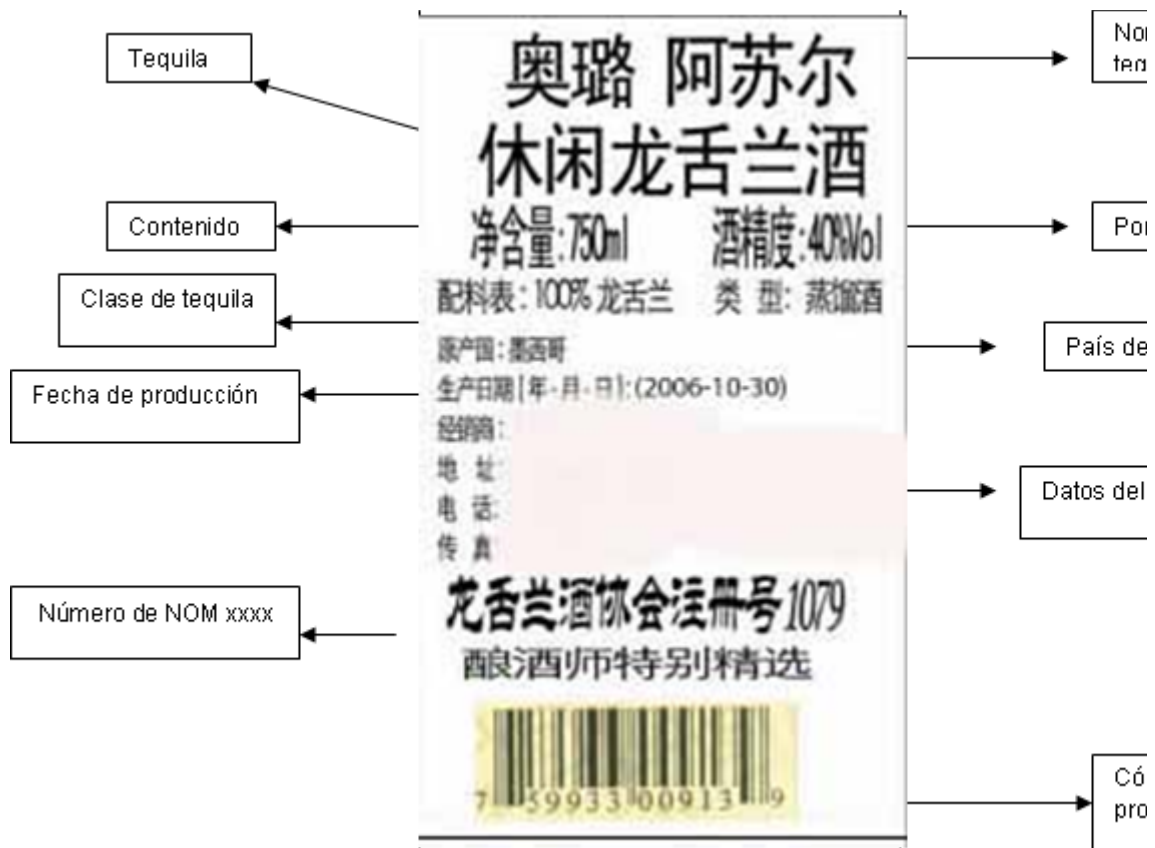
Tiempo: Un mes de trámite y se hace directamente en Shangai en la oficina de Shangai Entry and Exit Bureau. A la tercera semana avisan si fue aceptada la etiqueta y se procede al pago.

Costo: 2,000 rmb por botella (marca) registrada aproximadamente.

Oficina de contacto:

**Shangai Entry-Exit Inspection and Quarantine Association
Telephone: +86 21 6854999. Linea Directa: +86 21 68542651, 68547608.**

Nota: Se recomienda revisar con este departamento si existen algunos cambios en los requisitos para la obtención y/o aprobación de la etiqueta china. Este proceso esta a cargo del agente importador. Información que debe contener la etiqueta china:



En cuanto las barreras arancelarias y no arancelarias se enlistan a continuación.

A. Barreras arancelarias

Clasificación Arancelaria: 2208901000

Impuesto a la importación (CIF)=10%

IVA= 17%

Impuesto al consumo = 25%

Impuesto de estampado= 0.3%

Total de impuesto a pagar = 52.3%

B. Barreras no arancelarias

Documentos necesarios para la importación del tequila

Para el vendedor:

Certificado Libre de Venta

1. Expedido por el Ministerio de Agricultura- Servicio Agrícola y Ganadero- Departamento de Protección Agrícola-Subdepartamento de Alcoholes y Viñas.
2. Nombre: **FREE SALE CERTIFICATE**
3. Se debe especificar que las botellas de tequila listadas son producidas por **XXXX** y que cumplen con las provisiones gubernamentales para consumo humano y que están disponibles para venta y distribución en el país.
4. Lista las especificaciones del tequila a vender.
5. Firma por las autoridades.

Certificado de Origen

Certificado de Calidad o Autenticidad de Exportación del Tequila.

1. Nombre: **Quality Certificate**
2. Se debe especificar que la mercancía fue analizada por el Consejo Regulador del Tequila (CRT) y la Cámara Nacional de la Industria Tequilera bajo el análisis **XXXX** para cada uno de los tequilas a importar y que están exentos de agentes patógenos.
3. Firma por la persona encargada de químicos en la fábrica o alguna autoridad relacionada de la empresa.

Certificado de SAGARPA que dice que el agave no está en extinción.

1. Subdelegación de Gestión para la Protección Ambiental y Recursos Naturales – Departamento de Recursos Naturales y Vida Silvestre.
2. Número de Oficio
3. Asunto: Respuesta al estatus sobre la planta de agave
4. Fecha
5. Dirigido a la empresa
6. Explicación de que la planta de agave usada para la producción del tequila no esta en peligro de extinción.
7. Firma por la autoridad y sello.

Declaración sobre las tarimas de madera

1. Expedido por la empresa que vendió las tarimas de madera
2. Certificar y constatar que se hizo un tratamiento térmico para evitar cualquier tipo de plagas.
3. Especificar datos de referencia:
 - o No. de Lote
 - o Origen
 - o Destino
4. Que registro e institución apoya el tratamiento térmico y anexar copia del certificado.
5. Firma y sello de la empresa certificadora.

Procedimiento de producción.

Factura Comercial

Lista de Empaque

- Lista de Embarque (Bill of Lading)
- Contrato con el agente importador

Para el comprador /distribuidor:

- Licencia para vender bebidas alcohólicas.
- Certificado de especies no reguladas listadas en el apéndice del HS para la importación y exportación de flora y fauna silvestre.
- Licencia automática para importar de la República Popular de China.

Documento elaborado por Roxana Quirarte Murguía, Representante en Asia para el Consejo Regulador del Tequila. Contacto: roxana.quirarte@crt.org.mx Última actualización el Miércoles, 1º de Octubre de 2008.

Apéndice 2: Exportaciones de tequila y mezcal de México

	2005	2006	2007	2008	2009
Venezuela	1,076	916	1,096	1,024	1,310
Holanda	1,796	5,711	4,445	1,130	1,278
Letonia	917	1,515	1,812	1,310	1,269
China	109	974	657	336	1,245
Hong Kong	577	704	642	1,082	1,181
Guatemala	720	1,062	1,284	1,526	1,157
Honduras	542	1,214	1,308	1,145	1,083
Perú	377	637	577	1,445	1,068
Turquía	180	510	1,154	967	989
Bélgica	877	1,215	3,021	3,440	921
Ecuador	1,047	1,531	1,682	2,696	904
Uruguay	686	469	983	821	812
Bolivia	232	580	904	994	807
Argentina	426	876	994	1,337	796
Paraguay	649	600	606	698	748
Aruba	65	376	546	543	741
Suiza	1,026	619	1,443	613	710
El Salvador	856	962	918	903	688
Israel	295	426	491	659	492
Ucrania	411	282	1,907	2,988	491
Bahamas	1,447	266	1,604	1,558	383
Taiwán	242	349	315	321	350
Portugal	4,114	4,213	2,614	2,006	296
Suecia	646	726	1,422	589	285