

Nuevo León y la República Popular China: Oportunidades y desafíos en el desenvolvimiento económico regional

Carlos Adrián Pompa González¹

Las regiones y territorios del mundo se encuentran vinculados unos con otros mediante una compleja red de interacciones económicas. La integración de la República Popular China (RPCh) en la economía global ha tenido implicaciones para las regiones y territorios en México. El presente trabajo estudia dichas implicaciones para el estado de Nuevo León.

Al considerar que existe un creciente déficit comercial entre la RPCh y México; que una porción relevante de la economía de Nuevo León está conformada por sectores en los que China es altamente competitivo; que la RPCh tiene nichos de mercado que presentan oportunidades para empresas neoleonenses; que la RPCh está cooptando el mercado de Estados Unidos, principal destinatario de las exportaciones de Nuevo León; la problemática que este trabajo aborda es: ¿Qué implicaciones en el desempeño económico de Nuevo León, se pueden esperar de las crecientes relaciones económicas entre China-México y China-Estados Unidos?

Tomando en cuenta las grandes desigualdades estructurales que pueden existir dentro de un país, por ejemplo entre la costa oriental de China y las planicies occidentales o entre algunos centros urbanos e industriales de México y algunas regiones preponderantemente rurales, se tiene que un enfoque que considere a los países como unidad de análisis puede resultar limitado para estudiar las relaciones económicas y la competencia en los procesos de la globalización. En este sentido, los enfoques territoriales o regionales resultan más oportunos.

Junto al surgimiento de los territorios como elementos medulares en la globalización, brota otro aspecto fundamental a considerar en las interacciones económicas mundiales que es la desintegración de la producción global. Como señala Marcos Kaplan “Las partes, los componentes, los subsistemas, los bienes y servicios se entremezcla e intercambian de maneras que hacen irrelevantes los debates sobre el origen o carácter nacional del producto final.” (2002: 289)

¹ Maestro en Prospectiva Estratégica, Escuela de Graduados en Administración Pública y Política Pública, ITESM.

Existe una variedad de conceptos que abordan el fenómeno de la desintegración en la producción global.² Sin embargo, dada esta variedad de términos, ha surgido una iniciativa, promovida por Gereffi, Humphrey y Sturgeon (2005) para crear una terminología compartida por los estudiosos de las redes de producción, en la cual se propone utilizar el término de “cadenas globales de valor”.

Existe una clara vinculación entre los territorios y las cadenas globales de valor. Enrique Dussel apunta que “en el proceso actual de globalización son los territorios lo que integran al mercado mundial vía segmentos específicos de cadenas de valor y redes de empresas, y con importantes consecuencias conceptuales y de política económica.” (2004).

Con esta relación entre los territorios y las cadenas globales de valor en mente, el presente trabajo toma como unidad de análisis a la región de Nuevo León. Es importante señalar que las diferencias y desigualdades regionales que se viven a nivel nacional, se ven replicadas en menor escala en la realidad del estado norestense. En este sentido, podría ser más oportuno hablar de la región de Monterrey y su zona metropolitana como la unidad territorial de análisis, sin embargo, dado que este estudio toma en consideración datos cuantitativos que sólo están disponibles a nivel estatal, y que una de las principales entidades de fomento económico territorial son los gobiernos Estatales, se optó por considerar a Nuevo León como la unidad de análisis.

El presente trabajo está compuesto de cinco secciones, en la primera se busca identificar qué sectores de la economía de Nuevo León son más vulnerables ante el incremento de las relaciones comerciales entre México y China. Posteriormente, en la segunda sección se identifican que áreas de la economía estatal pueden verse más afectadas ante la creciente presencia de productos chinos en Estados Unidos, principal mercado de exportación de Nuevo León. La tercera sección analiza la penetración que las exportaciones neoleonesas han tenido en China, al tiempo que la cuarta identifica las relaciones entre empresas Chinas y neoleonesas en el ámbito de las cadenas globales de valor. Finalmente, en la quinta y última sección se hacen algunas recomendaciones para la Secretaría de Desarrollo Económico de Nuevo León (SEDEC) y su estrategia para hacer frente a la República Popular China.

² Redes internacionales de producción (Borras, Ernst and Hagedorn 2000), redes globales de producción (Henderson et al. 2003), sistemas globales de producción (Milberg, 2004) por mencionar algunos.

Existe una gran cantidad de información en torno a la a la República Popular China y dado el interés que ha generado en los últimos años ésta aumenta constantemente. Sin embargo, para el caso de Nuevo León la información disponible es limitada, y lo es aún más en lo referente a las interacciones del Estado con el país asiático. Por tal motivo, para la realización de esta investigación fue necesario complementar la información cuantitativa, disponible en bases de datos como COMTRADE, INEGI, Oficina del Censo de Estados Unidos y el Banco Mundial, con la utilización de técnicas cualitativas, tales como la revisión mediática y entrevista a profundidad.

República Popular China ¿Amenaza para Nuevo León?

Tanto Nuevo León como China han tenido una creciente presencia en la economía global, y debido a las interconexiones mundiales, lo que ocurra en un lugar tendrá repercusiones en el otro. Abordar las implicaciones que China pudiera estar teniendo en el ámbito económico de Nuevo León requiere analizar la composición de la economía estatal y la evolución que ha tenido en años recientes. Para ello se recurrió a la información histórica recopilada por el INEGI sobre la composición del Producto Interno Bruto del Estado.

En la composición del PIB a precios corrientes, la economía neoleonesa se ha concentrado preponderantemente en tres sectores: industria manufacturera; comercio, restaurantes y hoteles, así como, servicios comunales sociales y personales. Lo interesante de los datos es que si bien la manufactura ha sido históricamente de gran relevancia, a partir de 2001 dejó de ser el principal sector económico del Estado. Ese año el 24.1% del PIB correspondía a este rubro mientras que el 27.2% lo comprendían los servicios comunales, sociales y personales. En 2004, los servicios representaban el 26.9% mientras que la industria manufacturera el 22.5% del PIB.

La disminución del dinamismo de la industria manufacturera resulta más clara si se toma en consideración la composición del PIB del Estado a precios constantes de 1993. Entre 1995 y 1999 la manufactura tuvo un crecimiento de 44.75% mientras que entre 2000 y 2004 lo tuvo del orden de 4.82% (INEGI).

Pese a la disminución de sus tasas de crecimiento, la manufactura no deja de ser de suma importancia para la economía de Nuevo León y, considerando que la potencial amenaza china estriba preponderantemente en los productos manufactureros, tanto en los intensivos

en mano de obra, como en los intensivos en capital y tecnología, es necesario desglosar la composición del sector manufacturero neoleonés para detectar potenciales sectores vulnerables. Para esto, se identificaron las principales divisiones y ramas manufactureras de acuerdo a su aportación del PIB estatal, y posteriormente se revisaron las importaciones que México, (y Nuevo León en los casos donde hubo información disponible) ha realizado desde China, para identificar si hay una fuerte presencia o no de productos oriundos de dicho país en cada uno de los sectores analizados.

División I: Alimentos bebidas y tabaco: En 2004 esta división representó el 20.3% del sector manufacturero neoleonés. Al considerar las importaciones provenientes de China, la sumatoria de los productos del sector alimentario que ingresaron a México, incluyendo productos primarios, apenas superan el 1% del total de las importaciones de ese país en el 2005.³ Con una población superior a un mil trescientos millones, la vocación china en el sector alimentario es preponderantemente importadora y no exportadora. La porción del sector manufacturero neoleonés compuesta por la división de alimentos, bebidas y tabaco está ajena a las amenazas de China, y por el contrario el mercado de este país asiático pudiera representar una oportunidad.

Rama: Fabricación de Productos derivados del petróleo y del carbón. Esta rama aportó el 14.35% de la manufactura de Nuevo León en 2003. El 98% del valor de dicha rama la conforma la subrama refinación del petróleo. Al igual que sucede con los alimentos, China se ha convertido en un importador neto de energéticos por lo que el efecto directo que pudiera existir en esta rama por la entrada de productos provenientes de China en el mercado doméstico es limitado. Sin embargo, el crecimiento de demanda de energéticos por parte de China, aunado a otros factores, han tenido repercusiones significativas en los costos de los energéticos, lo cual ha afectado al sector manufacturero en Nuevo León.

Ramas: Fabricación de autopartes y fabricación de automóviles y camiones. Estas ramas representaron en 2003 el 10.54% de las manufacturas. Hasta el momento las importaciones automotrices de México provenientes de China no han tenido un peso significativo en comparación con otros sectores; en 2005 sumaron 335 millones de dólares (COMTRADE) es decir, el 1.9% de las importaciones provenientes de China; y el 1.52% de las importaciones totales de autopartes. De acuerdo a los registros de la SEDEC de Nuevo León, las empresas

³ Considerando los capítulos del sistema armonizado del 01 al 23 a excepción del 05 y 15.

de la entidad importaron, ese mismo año, 9.25 millones de dólares en el sector, lo que representa el 1.2% de las importaciones chinas del Estado. Si bien hasta el momento el sector automotriz no ha sufrido repercusiones significativas por parte de las importaciones chinas, el país asiático –al igual que Nuevo León- está creando una estrategia para ser más competitivo en dicho sector. En el mes de agosto de 2006 el ministro de comercio chino, Bo Xilai anunció la creación de ocho zonas exportadoras de autopartes⁴ en China y declaró que: “expandir las exportaciones de vehículos y autopartes, particularmente de nuestras propias marcas y con nuestra propiedad intelectual, es la única forma en mejorar la competitividad internacional de nuestra industria automotriz.” (China Daily, 18, 2006)

Sin duda, la RPCh tiene una gran capacidad de planeación por lo que un proyecto de esta envergadura augura una estrategia agresiva en el sector que, de no tomar las medidas necesarias, pudiera tener efectos adversos para el sector automotriz neoleonés, en el mercado doméstico como en el global, en el mediano y largo plazo.

Rama Productos de hierro y acero de material comprado. Esta rama fue la tercera en importancia de la manufactura estatal, ya que representó en 2003 el 4.96% del total. Por su parte, las importaciones en México del capítulo 73 del sistema armonizado, manufacturas de hierro y acero, provenientes de China crecieron entre 2004 y 2005 en un 60%, llegando a 314 millones, lo cual representa el 1.78% de las importaciones totales provenientes de ese país. A nivel estatal las importaciones de ese capítulo para 2005 fueron de 18.9 millones de dólares (SEDEC) es decir, el 2.5% de las importaciones provenientes de China hacia Nuevo León. De acuerdo a Haflich (2006) las importaciones Chinas de este sector generalmente provienen de productos que cuentan con algún tipo de valor agregado y se destinan al sector automotriz o de electrodomésticos. En este sentido, el incremento en las importaciones de los productos de hierro y acero no representa necesariamente una amenaza en el mercado doméstico. Parte de esas importaciones son utilizadas como insumos, por lo que al ser importados con un menor costo, pueden representar un impulso para algunos sectores, además, el mismo Haflich señala que una porción de los productos de hierro y acero chinos que entran al país no son producidos por empresas mexicanas por lo que no representan una competencia (2006).

⁴ Estas zonas son: las ciudades de Shanghai, Tianjin, Xiamen y Taizhou en la costa oeste; Wuhan y Chongqing en el delta del río Yangtze; y Changchun en el noreste. (Journal of Commerce, “China Plans 8 auto-export zones,” PROQUEST 18 agosto 2006)

Rama Fabricación de sistemas de aire acondicionado, calefacción y de refrigeración industrial y comercial. Esta rama también es importante para el sector manufacturero neoleonés, ya que representó en 2003 el 3.79% del mismo. El norte de México ha sido atractivo para la instalación de maquiladoras cuyos productos finales tienen un gran tamaño, como es el caso de los aparatos de aire acondicionado y refrigeración. Las importaciones mexicanas provenientes de China de productos concernientes a esta rama fueron de alrededor de 105 millones de dólares en 2005.⁵ Debido al tamaño de estos productos y al costo que implica su transportación desde Asia se considera que este sector no se encuentra directamente amenazado por productos chinos, aunque es probable que cada vez se importen más insumos desde China para posteriormente ser ensamblados en el Estado.

Rama Fabricación de productos de plástico. Representó el 3.73% de la industria manufacturera en el 2003. En años recientes las importaciones chinas de materias plásticas y sus manufacturas (capítulo 39 del sistema armonizado) han tenido un incremento importante, llegando a los 509 millones de dólares en 2005, aunque sus repercusiones no han sido iguales en todo el sector. En un análisis realizado por Rafael Blanco, del Instituto Mexicano del Plástico Industrial, citado por Kastelein (2003) se estudia a mayor detalle la industria de los plásticos y señala que la amenaza de China en dicho sector es “exagerada y sobreestimada” debido a que el 43% del consumo de plásticos en México es de botellas y el 14% es en construcción, mercados en los cuales China no representa ninguna amenaza en México. Sin embargo, Hernan Belden, en su momento director del sector plástico de la CAINTRA de Nuevo León señaló que en los últimos diez años sí se han perdido empleos en esta industria a causa de China, ya que unas 20 a 25 empresas han cerrado ante la competencia de ese país (Kastelein, 2003). En este sentido se tiene que, en Nuevo León, China puede ser una amenaza en la fabricación de ciertos productos plásticos pero no lo ha sido de manera generalizada.

Rama Industria de vidrio y productos de vidrio. Representó en 2003 el 2.85% del sector manufacturero. Las importaciones de vidrio y manufacturas de vidrio provenientes de China en 2005 sumaron 139 millones de dólares, lo que equivale a menos del uno por ciento del total de importaciones chinas, sin embargo, ese monto representa el 11.4% de las

⁵ Se consideraron las partidas 8415 Maquinas y aparatos para acondicionamiento de aire que comprendan un ventilador con motor y los dispositivos adecuados para modificar la temperatura y la humedad, aunque no regulen separadamente el grado higrométrico y 8418 Refrigeradores, congeladores y demás material, maquinas y aparatos para producción de frío, aunque no sean eléctricos; bombas de calor, excepto las maquinas y aparatos para acondicionamiento de aire de la partida n 84.15.

importaciones de todo el mundo hechas por México de ese capítulo. De la misma manera en que sucede con la industria del plástico, en la fabricación de vidrio hay productos que son más susceptibles a resentir la presencia de productos chinos. Por un lado, de acuerdo a Fernando Carillo, de Vitro Crisa (Comunicación personal 2006 agosto 12) en China se hace más de la mitad del vidrio plano que se consume en el mundo, por el otro, en la categoría de productos de vidrio del hogar y productos de componentes de vidrio, la industria china aún no está muy desarrollada, lo cual permite que el sector siga siendo competitivo tanto al interior como al exterior del país.

Rama Industria básica del hierro y del acero. En 2003 tuvo una participación del 2.54% del sector manufacturero. Las importaciones de origen chino a nivel nacional del capítulo 72, (fundición de hierro y acero) fueron en 2005 del orden de 194.2 millones de dólares. A su vez, Nuevo León importó 32.65 millones de dólares, es decir, el 4.3% de las importaciones del Estado. Las afectaciones que pudiera tener el estado debido la presencia de productos de China en este sector no es la única amenaza. Al igual que ha sucedido con los energéticos, el crecimiento de la RPCh la ha convertido en una importante importadora de materias primas y chatarra de este sector, lo que ha desembocado en un incremento en los precios y en escasez de insumos para los productores locales.

Rama computadoras y el equipo periférico. Esta rama representó el 2.42% del sector manufacturero. Las importaciones oriundas de china de este tipo de productos han tenido un crecimiento exponencial en los últimos años. Las partidas 8471 y 8473 que en 2000 sumaron 501 millones de dólares, para el 2005 tuvieron un valor de 3,667 millones de dólares, es decir el 20.8% de las importaciones totales chinas y el 33.3% del total de las importaciones mexicanas de esas partidas. Lo anterior refleja que, contrario a lo que se creía, la participación de China en la economía global ha evolucionado en el tipo de productos en los que participa, siendo cada vez más productos con mayor valor agregado. En este sentido, el sector concerniente a la fabricación de computadoras puede verse afectado por la presencia de productos chinos en el mercado nacional.

*Rama Fabricación de muebles.*⁶ Participó en 2003 con .83% de las manufacturas. Las importaciones chinas de muebles (capítulo 94) fueron en 2005 de 286.2 millones de dólares,

⁶ Este valor se obtuvo de la suma de la rama 3372 FABRICACIÓN DE MUEBLES EXCEPTO DE OFICINA Y ESTANTERÍA y la rama 3372 FABRICACIÓN DE MUEBLES DE OFICINA Y ESTANTERÍA.

el equivalente al 1.64% de las importaciones totales de China y el 15.6% del total de importaciones mexicanas de dicho capítulo. En Nuevo León las importaciones de este capítulo fueron de 15.1 millones de dólares. El éxito que están teniendo los productos chinos en este sector es, además de sus bajos costos, la capacidad que tienen para adaptarse a nuevos diseños. El director de comercio exterior de la Secretaría de Desarrollo Económico, Rafael Ramos, señaló que hace unos años las importaciones chinas tuvieron un impacto negativo en el sector mueblero a nivel estatal (Comunicación personal, 2006 agosto 21). Para contrarrestar este efecto el gobierno del Estado y el sector privado organizado promovieron la creación del Centro Integral de Desarrollo Tecnológico del Mueble el cual, entre otras actividades, brinda certificaciones de calidad y promueve el diseño de muebles para dar un mayor valor agregado a la producción (AFAMNL, 2006). La diferenciación que se ha brindado al sector gracias a las actividades del CIDETEM y la importación de insumos baratos ha permitido al sector ser más competitivo y minimizar los efectos de la importación de productos oriundos de China.

La intención de esta sección es dar un panorama general de la situación que enfrenta algunos sectores manufactureros de Nuevo León ante la presencia de productos chinos en México. En este sentido, se encontró que los potenciales efectos negativos, -considerando los montos de importaciones chinas tanto a nivel nacional como estatal, así como la configuración económica de la entidad- se ubican principalmente en los sectores de productos electrónico y de metalmecánica, los cuales tienen un peso significativo en la economía del estado, y los montos de importaciones son elevados. Por otro lado, hay sectores de la manufactura estatal que permanecen ajenos a la competencia de productos chinos en el mercado doméstico al tiempo que otros se han beneficiado al lograr importar insumos de bajo costo que los han hecho más competitivos.

Competencia entre la República Popular China y Nuevo León por el mercado estadounidense

Nuevo León, al ser uno de los nodos económicos de mayor importancia en el norte mexicano tiene una fuerte vinculación con la economía estadounidense. En 2005 el 76.62% de las exportaciones del estado tenían como destino la Unión Americana (SEDEC), por lo que un desplazamiento de los productos neoleoneses en ese mercado por parte de China tendría repercusiones importantes en la economía estatal. Para tener una noción del impacto que

podiera tener la presencia de productos chinos en las exportaciones de Nuevo León a continuación se contrastan las exportaciones del Estado con las de la RPCh hacia EEUU.

Tabla 1 - Comparativo de las exportaciones de Nuevo León y la RPCh a Estados Unidos en 2005

Capítulo de fracción arancelaria	Lugar		Exportaciones 2005 (Miles de dólares)		Diferencia	Porcentaje del Total	
	NL	RPCh	NL	RPCh		NL	RPCh
85 Máquinas, aparatos y material eléctrico y sus partes	1	1	\$3,325,808	\$52,820,373	-\$49,494,565	34.26%	21.77%
84 Reactores nucleares, calderas, máquinas, aparatos y artefactos mecánicos.	2	2	\$1,764,803	\$52,597,832	-\$50,833,029	18.18%	21.68%
73 Manufacturas de fundición, de hierro o de acero	3	9	\$691,114	\$6,192,573	-\$5,501,459	7.12%	2.55%
94 Muebles, mobiliario médico quirúrgicos.	4	4	\$661,197	\$17,044,633	-\$16,383,436	6.81%	7.02%
87 Vehículos automóviles, tractores, ciclos y demás	5	11	\$661,075	\$4,234,934	-\$3,573,859	6.81%	1.75%
70 Vidrio y manufacturas de vidrio.	6	29	\$441,200	\$331,328	\$109,872	4.54%	0.14%
22 Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagres.	7	86	\$337,138	\$22,760	\$314,378	3.47%	0.01%
69 Productos cerámicos.	8	23	\$297,057	\$1,354,709	-\$1,057,652	3.06%	0.56%
90 Instrumentos y aparatos de óptica, fotografía o	9	12	\$292,012	\$4,110,424	-\$3,818,413	3.01%	1.69%
72 Fundición, hierro y acero.	10	25	\$273,156	\$1,203,924	-\$930,768	2.81%	0.50%

Fuente: SEDEC para exportaciones Nuevo de Nuevo León
US *International Trade Commission* para importaciones de EU provenientes de China.

La tabla 1 presenta los diez principales capítulos de exportación de Nuevo León hacia Estados Unidos, y el monto que tuvo China en esos capítulos en sus ventas también a ese país. Tanto Nuevo León como la RPCh tienen como principales exportaciones los capítulos 85 (maquinas, aparatos y material eléctrico y sus partes) y 84 (reactores nucleares, calderas, máquinas, aparatos y artefactos mecánicos), los cuales representan para el primero el 52.44%, mientras que para China el 43.45% de sus exportaciones. Lo anterior refleja una mayor concentración en las exportaciones de Nuevo León hacia Estados Unidos en este tipo de productos.

El mercado estadounidense ha mostrado un crecimiento en la demanda de estos capítulos. Entre 2001 y 2005 las importaciones de EEUU del capítulo 84 tuvieron una tasa de

crecimiento medio anual (TCMA) de 6.67% mientras que el capítulo 85 la tuvo de 6.06%. Durante el mismo periodo las exportaciones mexicanas en estos capítulos tuvieron una TCMA de 3.25% y 3.59% respectivamente, al tiempo que las chinas las tuvieron de 30.84% para el capítulo 84 y 21.92% para el 85. Considerando la magnitud del crecimiento de las exportaciones chinas en estos rubros, así como la estrategia que está siguiendo la RPCh de un mayor escalamiento tecnológico en sus productos hace que la competencia en estos capítulos sea cada vez más intensa y pudiera tener implicaciones negativas en la participación de las exportaciones neoleonenses en el mercado estadounidense.

La tabla 1 muestra que de los diez capítulos que corresponden a las principales exportaciones de Nuevo León, sólo cuatro corresponden a los diez primeros de China. Dos de ellos ya se mencionaron: maquinas, aparatos y material eléctrico (capítulo 85) y reactores nucleares, máquinas, aparatos y artefactos mecánicos (capítulo 84). Los otros dos corresponden a las manufacturas de fundición de hierro o de acero (capítulo 73) y muebles (capítulo 94). La estrategia del sector mueblero también está encaminada a mantener la competitividad en el mercado estadounidense. El dar un valor agregado a los productos, mediante diseños innovadores, aunado conseguir insumos de bajo costo, (muchas veces provenientes de China), ha hecho que el sector mueblero se mantenga competitivo pese al gran volumen de productos chinos en EEUU.

Otros capítulos en los que pudiera encontrarse un enfrentamiento directo en el mercado estadounidense dado el papel que juegan en el total de las exportaciones de ambos son el capítulo 87 (Vehículos automóbiles y sus partes), el quinto en importancia para Nuevo León y el onceavo para China; y el capítulo 39 (materias plásticas y manufacturas de plástico) que ocupa el lugar onceavo en NL y el séptimo en China.

Contrario a los capítulos en los que hay una competencia directa, existen otros en los que el Estado tiene una clara ventaja frente a China. Pese a las enormes diferencias en tamaño y capacidad que pudieran existir entre Nuevo León y China, existen capítulos en el que las ventas del primero son superiores a las ventas totales hechas por el segundo. Entre estos se encuentra el vidrio y manufacturas de vidrio (capítulo 70) que, como se mencionó en el apartado anterior, la industria China del vidrio no está desarrollada en todos los ámbitos, lo que le da competitividad a las exportaciones del Estado en EEUU. Por su parte, las bebidas,

líquidos alcohólicos y vinagres (capítulo 22) que vende Nuevo León son mayores a las ventas totales chinas en ese rubro.

Es importante recordar que la RPCh ha mostrado una gran capacidad de adaptación a las necesidades de los mercados. En el sector automotriz México y Nuevo León han mantenido una importante participación en EEUU, sin embargo, las estadísticas muestran que China también está comenzando a ser altamente competitivo en dicho sector. En este sentido, si bien hay sectores en los que Nuevo León tiene una mayor participación que China, como es el caso del vidrio y manufacturas del vidrio, bebidas, líquidos alcohólicos y el sector aeroespacial, la capacidad de adaptación que tiene la RPCh puede hacer que en un mediano plazo incremente su participación en esos sectores, afectando potencialmente las exportaciones estatales.

Nuevo León y el mercado de la República Popular China

En la década de los noventa hubo iniciativas importantes para procurar un mayor acercamiento entre Nuevo León y China, sin embargo, fueron esfuerzos aislados a los cuáles no se les dio continuidad. En 1991 se realizó en Cintermex el evento Expo China 1991, siendo el primero de alcance internacional en ese recinto de Monterrey. En el evento se expusieron más de 5 mil productos chinos y contó con la presencia de 386 empresarios originarios de ese país. Dicha exposición fue catalogada por He Weiling, entonces director de la Organización para la Promoción Comercial México-China, como “el evento de intercambio económico más grande entre México y China o quizá entre China y toda América.” (El Norte, 1991 mayo 31). El contexto global que se vivía en ese entonces hacía que las oportunidades de co-inversión que se presentaron en la exposición fueran vistas más como una forma para ingresar al mercado soviético y de los países de la Cuenca del Pacífico que para hacerlo al mercado chino, ya que éste aún no estaba tan desarrollado. (El Norte, 1991 julio 2).

El siguiente acercamiento que tuvo Nuevo León con la República Popular China ocurrió en 1993 cuando se firmó un acuerdo de hermandad entre Monterrey y Shenyang, capital de la provincia de Liaoning en el noreste de China. Con este acuerdo se buscaba promover las interacciones económicas y culturales entre ambas ciudades. En 1997, una delegación de Shenyang encabezada por Jiang Songjie, Vicerrector de Asuntos Extranjeros de esta ciudad, visitó Monterrey con la intención de dar seguimiento a los acuerdos de hermandad y

estimular el intercambio comercial. Además de dicha visita, no se encontraron registros de viajes oficiales o actividades en las que se haya dado continuidad a este acuerdo de hermandad entre ambas ciudades.

Pese a los acercamientos que hubo entre NL y China en la década de los noventa, no fue sino hasta 2006, cuando el Gobierno del Estado organizó la primera misión comercial hacia China y cuando se realizó un viaje oficial por parte del Gobernador a ese país. El gobierno de Nuevo León ha comenzado a identificar las oportunidades de negocio en China y está dando apoyos para incentivar las exportaciones de las empresas de la entidad, principalmente de algunas PyMES. Dentro de los apoyos que la SEDEC de Nuevo León, en coordinación con BANCOMEXT, brindó para esa misión tenían el objetivo de “llevar a un empresario a China y que gaste igual o menos de lo que gastaría en una misión a Estados Unidos.” (Ramos, comunicación personal, 2006 agosto 21). En mayo de 2006, en la primera misión apoyada por la SEDEC asistieron 10 empresas y otras 15 fueron en noviembre de ese mismo año.

Este tipo de misiones y apoyos son importantes ya que benefician a las empresas participantes, pero también, como señala Roberto Villarreal, Especialista del Centro de Servicio al Comercio Exterior Monterrey de Bancomext, se va generando un know-how conforme más empresas vayan entrando a dicho mercado. (comunicación personal, 2006 agosto 17) Este know-how puede ser aprovechado por otras empresas que no han tenido oportunidad de recibir directamente los apoyos.

El dinamismo de las exportaciones neoleonenses se ha visto afectado por diversos factores. Por ejemplo, Rafael Ramos señala que China todavía no permite la entrada de muchos de los productos frescos que se producen en el Estado, lo cual inhibe las exportaciones de este sector (2006). Por otro lado, de acuerdo a Anuar Canavati, director de la CANACO Monterrey, la ubicación geográfica del estado aumenta los costos de venta hacia China ya que si bien existe una infraestructura para acceder al Pacífico vía centros multinodales como los establecidos en San Luis Potosí, su uso aumenta los costos (Canavatti, comunicación personal, 2006 agosto 3).

Además de las limitantes logísticas, el mercado chino es complejo. Gándara (2005) señala que no existe una sola China si se consideran las diferencias de idioma, cultura, tradiciones,

poder adquisitivo y estructura de la demanda que existen entre las regiones. Otra característica que hay que considerar es la gran velocidad con la que cambia dicho mercado. En este sentido, Villarreal (comunicación personal, 2006, agosto 17) señala que ingresar al mercado chino toma tiempo, por ejemplo, no se puede participar en las ferias como expositores si no se conoce de antemano el mercado y para conocerlo se necesitan invertir recursos, aunque muchas veces no se tiene la disposición para hacerlo.

Una de las limitantes para estudiar la vinculación económica del Estado con China es la falta de información. Al estudiar las estadísticas comerciales a nivel estatal por origen y destino, en este caso la RPCh, encontramos que la información no es comparable de un año al siguiente ya que los valores estadísticos se construyen a partir de las exportaciones que reportan una muestra de empresas a la Secretaría de Economía y a la SEDEC. Debido a que la muestra de empresas fue distinta entre 2004 y 2005 no se pueden realizar comparaciones precisas de la evolución de las exportaciones a través del tiempo. Sin embargo, las estadísticas disponibles permiten tener una noción de qué sectores fueron los que tuvieron mayor participación en el mercado chino para cada uno de los años

En 2004 las exportaciones neoleonesas registradas por la SEDEC sumaron 25 millones de dólares, mientras que las importaciones ascendieron a los 124.6 millones. Del total de las exportaciones que se registraron ese año casi el 60% correspondían al capítulo 84 (los reactores nucleares, calderas, máquinas, aparatos y artefactos mecánicos). El siguiente en relevancia lo constituyeron las bebidas y líquidos alcohólicos con un 15.3% del total, es decir, 3.82 millones de dólares. El monto de este capítulo en su gran mayoría lo conformaron las ventas que realizó Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma, S.A. de C.V. Esta empresa, perteneciente a FEMSA, comenzó a exportar a China desde inicios de los noventa y actualmente el país asiático se ha convertido en su segundo mercado más relevante, después de Estados Unidos (El Norte, 2003 diciembre 1).

De acuerdo a Ramos el mercado chino tiene mucho potencial para la industria de alimentos, ya que en la RPCh se está desarrollando un sector de la población con un poder adquisitivo alto “que quiere comida novedosa o productos que no se hagan en China.” (Ramos, comunicación personal, 2006 agosto 21). Sin embargo, el volumen de ventas de alimentos a China, con la salvedad de las bebidas, es todavía mínimo y no tiene un peso significativo en los registros de la SEDEC de exportaciones hacia ese país.

En 2005 las exportaciones de Nuevo León sumaron 118.5 millones de dólares y las importaciones fueron del orden de 745.9 millones de dólares. Dentro de las principales exportaciones se encontraban los minerales, escorias y cenizas (capítulo 26), con un valor superior a los 50.5 millones de dólares y fundición de hierro y acero (capítulo 72), con un monto de 18.8 millones de dólares. La suma de ambos capítulos supera el 58% de las exportaciones de las que se tiene registro ese año. A su vez, hasta mayo de 2006 la principal exportación correspondía también a los minerales, escorias y cenizas, con un monto de 14.8 millones. En este sentido, es de destacar que las principales ventas que hace el Estado no corresponden a las manufacturas sino a la industria extractiva, de tal suerte que los que más han aprovechado las oportunidades del incremento en las ventas hacia ese país se ubican en dicho sector.

En China se ha encontrado un área de oportunidad con los químicos orgánicos y algunas empresas de Monterrey lo están aprovechando. En 2005 se hicieron ventas de este capítulo (29) por 11.3 millones de dólares, es decir el 9.5% de las exportaciones a China. Entre enero y mayo de 2006 las ventas en este rubro superaron a las de todo el 2005 llegando a los 12.7 millones de dólares, es decir, el 26.4% de las exportaciones registradas hasta mayo de ese año.

Ante el posicionamiento de China como actor relevante en la economía global, el sector empresarial de Nuevo León está mirando hacia ese país, y prueba de ello es la insistencia que ha tenido para que el gobierno estatal comience a explorar con mayor énfasis al país asiático. Si bien, existieron iniciativas importantes en los noventa, la exploración y valorización de China como mercado insoslayable ocurrió en los primeros años de la presente década. Se han hecho avances, como lo muestran las exportaciones que ya se han hecho desde Nuevo León hacia la RPCh, las cuales representaron el 10.45% del total de las exportaciones de México hacia ese país en 2005. Para tener una percepción de la dinámica económica en la siguiente sección se hace un análisis de algunas configuraciones en las cadenas globales de valor entre Nuevo León y la RPCh.

La República Popular China y Nuevo León en las Cadenas Globales de Valor

La percepción que existe sobre la dificultad de ingresar a China ha hecho que sean empresas grandes las que han tenido mayor presencia en ese mercado, como es el caso de Nematik y Gruma, -las cuales ya tienen proyectos de inversión muy avanzados- o Cervecería

Chuahutémoc Moctezuma, Ternuim (antes Hylsa) y Vitrocrisa las cuales han exportado desde hace varios años. Sin embargo, cada vez hay más empresas, tanto pequeñas como medianas, que se están acercando a explorar el mercado de la RPCh y que, pese al reto que supone entrar en él, tienen una clara intención de hacerlo.

Las oportunidades que ofrece la RPCh para la economía neoleonesa son relevantes no sólo como mercado de exportación si no también como fuente de bienes. Si bien la importación puede tener efectos negativos en la balanza comercial y en la industria nacional, también es cierto que con la importación de insumos de bajo costo hay empresas que han logrado mejorar su competitividad. La compra de productos intermedios por parte de empresas de Nuevo León hace que se vinculen las cadenas de valor del Estado con las de China, lo que permite aprovechar las ventajas que poseen las dos regiones. Incluso empresas no originarias de Nuevo León se han beneficiado de este esquema, como ha sucedido con la coreana LG Electronics, que en la configuración de sus cadenas globales de valor – principalmente en la elaboración de electrodomésticos de gran tamaño como refrigerados y aires acondicionados-está vinculando cada vez con mayor intensidad sus operaciones en la RPCh con sus operaciones en Monterrey.

De acuerdo a lo estudiado, se percibe que los flujos en las cadenas de valor ocurren generalmente mediante la importación de insumos de China, para terminar de ser procesados en Nuevo León y finalmente ser vendidos en el mercado americano. Sin embargo, también se han articulado cadenas globales de valor que fluyen en sentido contrario mediante la exportación de insumos desde Nuevo León a la RPCh. Como se mencionó en la sección anterior, una parte significativa de las exportaciones de Nuevo León corresponden a minerales y se concentran en una sola empresa, Termiun. Otro sector que ha encontrado oportunidades en ese país ha sido el de químicos orgánicos. Estos productos, originarios de Nuevo León, están siendo comprados por el sector industrial de China para posteriormente ser procesado.

Un esquema que resulta más complejo y menos común en la configuración de las cadenas globales de valor es la exportación de productos a los que ya se les haya dado un valor agregado por parte de empresas de Nuevo León y sean integrados posteriormente a los procesos industriales en China. La exportación de cabezas de aluminio por parte de Nemark es un ejemplo de esto, sin embargo, ante requerimientos de contenido local para la industria

automotriz china, la empresa se ha visto en la necesidad de invertir en la RPCh, por lo que se dejará de proveer desde Monterrey.

Aunque en otros sectores no existen requerimientos de contenido local, el gobierno chino da incentivos a aquellas empresas cuyos proveedores son nacionales lo que dificulta que empresas de Nuevo León vendan insumos intermedios a ese país, como ha sido la experiencia de Vitrocristal. Las barreras directas e indirectas para la protección de la industria doméstica en China puede beneficiar a las empresas neoleonenses que tengan capacidad para invertir e iniciar operaciones en ese país, como ha sido el caso de Gruma, sin embargo, a nivel estatal no son muchas las compañías que tienen la capacidad financiera para hacerlo.

Haciendo frente a la RPCh: algunas recomendaciones

Actualmente la estrategia del Gobierno de Nuevo León se concentra en tres puntos fundamentales (Gobierno del Estado de Nuevo León, N.D.). En primer lugar, servir de plataforma de producción para el mercado norteamericano para atraer inversiones y co-inversiones de China. En segundo lugar, desarrollar la capacidad de asimilación y capacidad tecnológica en proyectos donde tanto el Estado como la RPCh puedan converger para explotar el mercado del TLCAN. Finalmente, fomentar el desarrollo tecnológico en las ramas y giros en los que Nuevo León pueda ser más competitivo respecto de los productores chinos.

Esta estrategia puede complementarse con acciones concretas, como lo es la creación de una oficina de representación estatal en China pero con funciones muy bien delimitadas que eviten duplicar los servicios que ya ofrecen organismos federales. Un representante neoleonés en la RPCh tendría que ejercer la paradiplomacia⁷ ya que el respaldo gubernamental para empresas es bien visto por China. Además, dicha oficina tendría que ser un centro de inteligencia estratégica. Actualmente hay un exceso de información (y consecuentemente de desinformación) en torno a China y, contar con oficinas de representación del estado contribuiría a que esa información se convierta en inteligencia comercial de provecho para los empresarios de Nuevo León. Dicha inteligencia podría ser difundida a través de boletines electrónicos y seminarios.

⁷ En el contexto de interacciones intraregionales Susan Strange, citada por Story (2001: 25) señala que en la era de la globalización existe una “nueva diplomacia” y la “paradiplomacia”; la primera siendo aquella que es ejercida por las multinacionales y la segunda la que ejercen las ciudades.

Mantener en operación una oficina en el exterior tiene costos importantes para el erario, por lo que se recomienda también la cooperación entre estados con vocaciones económicas similares, (por ejemplo Chihuahua o Aguascalientes) en la apertura y mantenimiento de oficinas representativas en China. Esto permitiría reducir costos y tener mayores recursos.

Nuevo León se ha caracterizado por tener a un sector empresarial relativamente organizado. Esta organización, en cooperación con la SEDEC, puede ser una excelente oportunidad para aprovechar y capitalizar el *know how* y el *guanxi*⁸ que la clase empresarial vaya generando en beneficio de la economía regional.

Actualmente, el plan de desarrollo económico de Nuevo León incorpora una estrategia de crecimiento basada en clusters. Si este plan, que está en sus primeras etapas de implementación, se complementa con estrategias concretas de vinculación con el mercado asiático, particularmente con el chino, los clusters que se desarrollen estarán inmersos desde su formación en la economía global. Hacerlo de esta forma fortalecería los cimientos de los clusters y los prepararía para los cambios que se están percibiendo actualmente en la economía mundial y que sin duda serán más pronunciados en el mediano y largo plazo.

Conclusiones

Al hacer esta revisión sobre los sectores de la economía neoleonés que pudieran estar siendo afectados por la presencia de productos chinos en México y en Estados Unidos, así como de las empresas que han optado por penetrar al mercado que supone el país asiático, o bien, aquellas compañías que han integrado a la RPCh en sus cadenas de valor, se hace evidente la inserción de China en la economía global tiene implicaciones reales y sustanciales para la economía regional de Nuevo León. Pese a la tentación de sucumbir a una visión de maniqueísmo económico y comercial que supone el auge de la RPCh, en realidad, las consecuencias de una inserción de este país asiático para una economía regional como Nuevo León son sumamente complejas.

⁸ Las relaciones y redes que se hacen en china se les conoce como *guanxi*, término que, de manera general, puede ser entendido como la red de relaciones entre varias personas para cooperar y apoyarse mutuamente (Sueng y Yadong, 2001).

Este trabajo sirve como un primer acercamiento a las implicaciones regionales de la presencia China, y ayuda a entender que hay actores dentro de la economía regional que se han visto sumamente beneficiados de incluir a China en sus cadenas de valor. La RPCh ofrece oportunidades para Nuevo León como un mercado de consumo (por ejemplo en el sector de alimentos y bebidas), pero sobre todo en la articulación de cadenas de valor. La importación de insumos baratos ha ayudado a algunos sectores, como el mueblero o a empresas que han adquirido maquinarias aún precio mucho menor de lo que les hubiera costado adquirirlas en Estados Unidos o Europa, a ser más competitivos globalmente. La articulación de cadenas en las que tanto China (con costos de producción relativamente bajos) como Nuevo León (con una posición geográfica privilegiada y un marco institucional favorable para entrar al mercado estadounidense) aportan valor, contribuyen a la competitividad de empresas de la región.

La RPCh supone también importantes desafíos. Se hizo evidente que sí hay sectores y aspectos de la economía regional que ya están siendo o podrán ser afectados negativamente por la presencia de productos chinos en los mercados locales y en el estadounidense. El país asiático ha mostrado una capacidad para escalar sus capacidades tecnológicas a un ritmo pocas veces visto. A finales de los noventa y principios de esta década, la amenaza China se percibía en sectores intensivos en mano de obra, hoy, la competencia para esos sectores ya no viene de China si no de otros países como Vietnam o Centro América, por mencionar sólo algunos. China puede afectar seriamente sectores intensivos en tecnología y capital en los que algunas empresas de Nuevo León se han destacado y son en los que el gobierno Estatal está apostando para el desarrollo regional.

La inserción de la RPCh en la economía global es una realidad irretractable y dependerá de la capacidad organizativa y de planeación, tanto del gobierno Estatal y del sector empresarial, el capitalizar las oportunidades que esa realidad supone, o bien sucumbir ante los desafíos que ya se han presentado, pero sobre todo, se presentarán en los años venideros.

Referencias

AFAML, (2006) "CIDETEM / Quienes somos" Disponible en versión digital en:
http://www.afamnl.com/Quienes_Somos_7.htm

Borrus, Michael, Dieter Ernst, and Stephen Haggard (2000) *International Production Networks in Asia: Rivalry or Riches?* London: Routledge.

Carrillo, Fernando (2006 agosto 12) Comunicación personal.

China Daily (2006 agosto 18) "Minister Unveils 8 autoexport zones." Disponible en:
<http://www.chinadaily.com.cn>

Canavatti, Anuar (2006 agosto 3) Comunicación personal

Dussel Peters, Enrique (2004) *Oportunidades y retos económicos de China para México y Centroamérica*. CEPAL. Disponible en: <http://dusselpeters.com/L633-parte1.pdf>

El Norte (1991 mayo 31) "Hará China exposición en Cintermex." Disponible en:
<http://www.elnorte.com>

El Norte (1991 julio 2) "Podrían coinvertir México y China." Disponible en:
<http://www.elnorte.com>

El Norte. (2003 diciembre 1) "Recomiendan atacar a China" El Norte Disponible en
<http://www.elnorte.com>

Gándara, Gabriel, (2005 julio). "Presencia mexicana en China." En *Negocios Internacionales*, Bancomext. Disponible en:
<http://www.bancomext.com/Bancomext/publicasecciones/secciones/9641/PresenciaMexicana.pdf>

Gereffi, Gary; Humphrey John, y Sturgeon Timothy (2005) "*The Governance of Value Chains*" En *Review of international political economy*. Vol 12 (1). Disponible en: EBSCO

Gobierno del Estado de Nuevo León (N.D.) *Seminario América Latina – China: Las relaciones con la nueva potencia mundial*. Disponible en versión digital en:
http://www.nl.gob.mx/?P=sec_des_not17

Haflich, Frank (2006) "Mexican Steel: No bull in the China shop, but still gorwing." En *American Metal Market* 6 Febrero 2006.

Henderson, Jeffrey, Peter Dicken, Martin Hess, Neil Coe, and Henry Wai-Chung Yeung (2003) "Global Production Networks and the Analysis of Economic Development." *Review of International Political Economy* 9, 3: 436-464.

Kaplan, Marcos. (2002). *Estado y Globalización*. Instituto de Instituciones Jurídicas. Universidad Autónoma de México: México.

Kastelein, Barbara (2003) "Mexico balk at growing China 'invasion'." En *Plastic News* 15 (4)
Disponble en: EBSCO

Ramos, Rafael (2006 agosto 21) Comunicación personal.

Story, Jonathan. (2001). "Setting the Parameters: A Strange World System." En Thomas Lawton; James Rosenau, y Amy C. Verdun (Eds). *Strange Power: Shaping the parameters of International Relations and International Political economy*. Ashgate: Burlington Estados Unidos.

Sueng, Ho y Yadong, Lo. (2002) "Guanxi and organizational dynamics: Organizational dynamics in Chinese firms." En *Strategic management journal* Vol. 22 Iss. 5. Disponible en la base de datos Proquest

Villarreal Roberto (2006 agosto 17) Comunicación personal

William, Milberg (2004) "The Changing Structure of International trade Linked to Global Production Systems: What are the Policy Implications?" *ILO Working Paper No. 33*
Disponble en: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=908225