

La desindustrialización de EU nos beneficia para llegar al mercado asiático, dice analista

México se consolida como plataforma de exportación a China

Empresas como La Moderna, Herdez y Gamesa informaron que buscarán incursionar en mercados orientales en el corto plazo

México • Antonio Hernández
y Mario Maldonado

Debido a que Estados Unidos enfrenta un proceso de reindustrialización al quedar sus servicios financieros muy afectados por la crisis económica mundial, México debe ser la plataforma exportadora para llegar a China y otras naciones asiáticas, consideró el consultor Luis de la Calle.

El especialista, uno de los principales negociadores del Tratado de Libre Comercio de América del Norte, explicó que ante el anuncio del presidente estadounidense, Barack Obama, de duplicar sus exportaciones en cinco años, México debe aprovechar su situación geográfica y mejores costos de producción.

"EU reducirá su déficit de cuenta corriente y China eventualmente bajará su superávit de cuenta corriente, por eso Obama ha puesto en marcha la iniciativa de duplicar sus exportaciones en cinco años, pero EU no puede hacerlo solo, únicamente lo puede hacer con México", dijo.

América del Norte vive una transformación porque el mundo, tal y como lo conocíamos en los últimos 20 años, donde Asia es el gran exportador, América del Nor-

te el gran importador y Europa el gran exportador, va a cambiar de una manera radical. "No vamos a tener éxito económico, ni siquiera Estados Unidos, si no penetramos el mercado asiático de manera importante en los próximos 10 años", subrayó De la Calle.

Lo anterior, explicó, es una consecuencia de la crisis, porque la industria de EU va a crecer en términos relativos en valor, ya que los servicios financieros, que eran un tercio de valor de su principal actividad económica, se reducirán.

"La crisis va a producir una reindustrialización de América del Norte, y un nuevo ímpetu para convertir a esta región en un exportador neto. En ese sentido, las empresas ya instaladas en el país podrían exportar a China, Corea, Japón y eventualmente

a la Unión Europea. Entonces, se requiere una concepción distinta del flujo de comercio internacional, para hacer de América del Norte una zona altamente exportadora", dijo.

Hasta el momento, recordó, México ha recuperado dos puntos porcentuales en el mercado en Estados Unidos, debido a un fuerte repunte en las exportaciones, pues mientras China ha incrementado 14 por ciento sus ventas a EU, México lo hace a un ritmo de 35 por ciento.

Mexicanas en camino

El incremento exponencial de la relación comercial entre México y China en los últimos años ha incentivado el interés de más empresas nacionales por ingresar a este mercado, uno de los más grandes del mundo.

De acuerdo con el Banco de México, entre 2001 y 2009, el intercambio comercial entre México y China creció 706 por ciento, al pasar de 4 mil 309 millones de dólares a 34 mil

744 millones, lo cual representa una tasa media anual de crecimiento de 30 por ciento.

Tan sólo en los primeros cuatro meses de este año, las exportaciones no petroleras a este país se incrementaron 45.8 por ciento, según datos del organismo central.

Pese a que actualmente 75 por ciento de las exportaciones mexicanas a China son manufacturas, principalmente de cobre, celulares y autopartes, empresas de otros sectores

como el de alimentos y bebidas también ven una oportunidad de crecimiento en este mercado de mil 327 millones de habitantes que representan más de 20 por ciento de la población mundial.

Firmas como La Moderna, Herdez y Gamesa México informaron recientemente que buscarían incursionar en los mercados asiáticos, especialmente



en China, en el corto plazo.

El presidente y director general de Herdez, Héctor Hernández Pous, dijo que aunque ya tienen una ligera presencia en China, buscarán incrementar su participación en este mercado y otros de la región en breve.

En esta tesitura se encuentra otra importante productora de alimentos del país, Grupo La Moderna, la cual planea mandar sus productos de pasta a China, desde su planta de Mexicali, Baja California.

También Gamesa México ya estudia la posibilidad de expandirse al mercado asiático, donde "ven oportunidades interesantes", a decir del director de ventas de la firma, Víctor Rojas.

Hasta diciembre del año pasado, se tenían registradas 563 empresas nacionales con participación china en su capital social, según información de Proméxico.

Entre las compañías más importantes que operan en ese país destacan Grupo Maseca (Gruma) y Grupo Alfa, quienes decidieron instalar sus propias plantas de producción mediante inversiones de 100 y 71 millones de dólares, respectivamente.

Otras firmas que tienen presencia en China son Bimbo, Softek, San Luis Corp., Grupo Televisa, Interceramic, Tamsa, Grupo Villacero, Aeroméxico, Kuo, Cydsa, Jumex y Grupo Carso.

Según el organismo, durante el periodo de 1999 a 2009, la inversión total de las empresas mexicanas en China ascendió a 93.1 millones de dólares.

Reflectores

Factores como la rápida urbanización del país, así como diversos problemas ambientales y fitosanitarios que limitan su capacidad para aumentar su producción agro-

pecuaria y pesquera, convierten al sector de alimentos como uno de los más atractivos en China para las empresas extranjeras.

"En ese sentido, existen oportunidades de inversión para empresas de ambos países para colocar sus productos, así como para fabricarlos y usarlos como base de exportación a otros mercados", señala Ari-Ben Saks González, representante de Proméxico en China. ■■

Comercio 2009

34,744
mdd entre México y China

Crecimiento

30%
anual de balanza comercial

claves

Oportunidades

○ América del Norte enfrenta un proceso de transformación y para lograr un buen desempeño económico es necesario elevar las exportaciones a China.

○ Las exportaciones de México a EU, de enero a abril del presente año, han crecido 35 por ciento, mientras que sus importaciones 23 por ciento.

○ México ha ganado casi dos puntos porcentuales en participación de mercado. China, en cambio, ha tenido un crecimiento de apenas 14 por ciento.



SHENG LI/REUTERS