

Carrillo, J., Plascencia, I., "La presencia China en Baja California" en Enrique Dussel y Yolanda Trápaga (Editores), Hacia un diálogo entre México y China. Dos y tres décadas de cambios socioeconómicos. Senado de la República, Centro de Estudios China-México, CICIR, Friedrich Ebert, México, 2010, pp.357-366

La Presencia China en Baja California

Jorge Carrillo, COLEF (carrillo@colef.mx)

Ismael Plascencia, UABC (ismael_plascencia@hotmail.com.mx)

Introducción

A finales de siglo XIX llegaron inmigrantes chinos a la península de Baja California, con la intención de cruzar a Estados Unidos. Un número importante al no lograrlo se estableció en Mexicali o en pequeños poblados (por ejemplo, El Chinero, cerca de San Felipe). Otros chinos y rusos se trasladaron al Valle de Guadalupe, en el municipio de Ensenada. Hoy en día muchos bajacalifornianos y sudcalifornianos son nietos e hijos de estos inmigrantes, sin olvidar otras comunidades que radican en Sinaloa, Nayarit, Jalisco, Colima, Tamaulipas, Guerrero y Puebla.

El conocimiento y las publicaciones sobre las comunidades chinas en Baja California, sorprendentemente es pobre, aún cuando Mexicali es la ciudad con la más alta concentración en México de chinos mexicanos (85 mil chinos mexicanos) y que oficialmente la comida china es reconocida como la comida regional bajacaliforniana. Si bien el barrio chino en Mexicali es relativamente más pequeño en comparación a unas décadas atrás, es uno de los barrios chinos más importante en Latinoamérica. Al parecer, Mexicali tiene la más alta concentración *per cápita* de chinos residentes en México (5 mil originarios chinos apenas comparable con las grandes colonias chinas en San Francisco o Nueva York). Cabe señalar que a principios del pasado siglo, Mexicali “era más chino que mexicano tanto numérica como culturalmente hablando” (Cummings, 2001). Actualmente, en Tijuana, por ejemplo, se presentan espectáculos culturales chinos, como el Festival de Zhejiang en Baja California, y se ha contado con exposiciones gastronómicas en el centro de la ciudad que han atraído a miles de comensales.

Inversión Directa

Al mes de junio de 2006 se contaba con el registro de 395 sociedades con participación china en su capital social, esto es, el 1.2% del total de sociedades con Inversión Extranjera Directa registradas en México (33,209). Contrario al resto de otros países, las empresas con inversión china se dedican principalmente a las actividades del sector comercio (63.3% del total)

y en mucho menor medida de la industria manufacturera (18.7%), y se localizan en mayor medida en el Distrito Federal, Baja California, el Estado de México y Jalisco (Secretaría de Economía, 2005). Entre enero de 1999 y junio de 2006, las empresas con capital chino realizaron inversiones por 60.7 millones de dólares, cantidad que representa el 1.7% de la inversión aportada por los países asiáticos de la Cuenca del Pacífico (3,670.9 millones de dólares), ocupando la sexta posición en ese lapso.

La inversión china se dirigió principalmente al Distrito Federal y a la región del sureste. Por su parte Baja California ocupa el séptimo lugar en la recepción de inversión directa (Cuadro 1).

Cuadro 2. Destino Geográfico de la Inversión China (1999-2008)

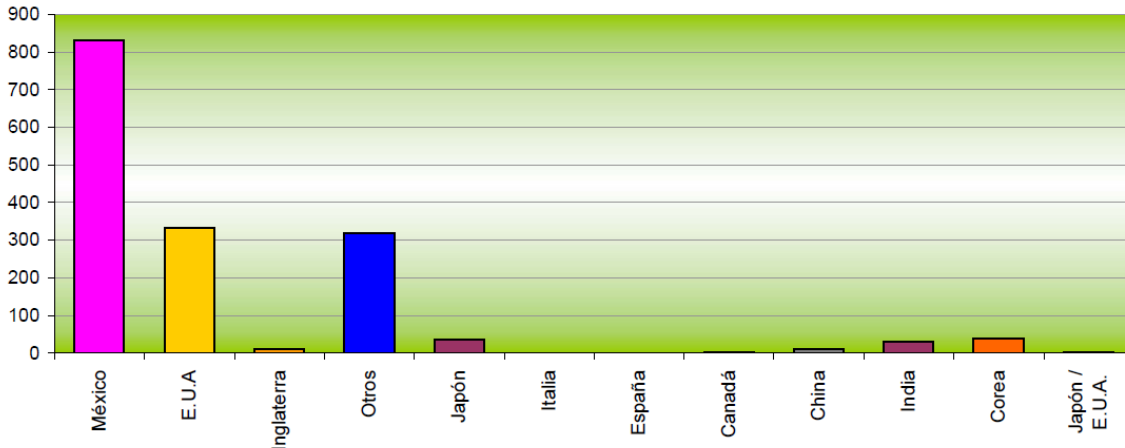
	Estado	Monto (millones de dólares)	% Participación
1	Distrito Federal	23.2	38.2
2	Tabasco	10.5	17.4
3	Yucatán	9.5	15.6
4	Chihuahua	8.6	14.2
5	Estado de México	2.8	4.6
6	Guanajuato	2.7	4.5
7	Baja California	1.6	2.7
8	Tamaulipas	0.8	1.3
9	Jalisco	0.5	0.8
	Otros	0.4	0.7
Total		60.7	100.0

Fuente: Secretaría de Economía, 2009

Actualmente, la inversión china en Baja California puede caracterizarse en una fase de lanzamiento o de edad temprana. Con niveles bajos, pero seguros, China ha realizado una inversión promedio en Baja California de 12 millones de dólares (SEDECO, 2008). China ocupa el séptimo lugar en inversiones directas en Baja California, superada muy por encima por la inversión nacional (con 831.2 millones de dólares) y por la estadounidense (con 332.6 millones de dólares).

Cuadro 3. Inversión Privada por País de Origen en Baja California 2008

(millones de dólares)



Fuente: Secretaría de Desarrollo Económico, 2008

Baja California fue en 2004 receptor de un 42% de la inversión japonesa en México y de un 60% de la coreana. Con base en estos antecedentes la delegación de empresarios bajacalifornianos y el propio gobierno está promoviendo la inversión China en el estado. La inversión china en Baja California llegó a 1.8 millones de dólares de acuerdo a la Dirección General de Inversión Extranjera de la Secretaría de Economía (1999-primer trimestre del 2009) y fue llevada cabo por parte de 38 empresas.

Los ocho sectores que Baja California está ofreciendo a los empresarios chinos, con el fin de poder atraer IED son: electrónica, tecnologías de la información, autopartes, automotriz, biomédica, aeroespacial, biotecnología y alimentación y bebidas.

Un caso que merece mencionarse es la negociación para establecer una planta de automóviles chinos en Tijuana. No obstante los anuncios ofrecidos los planes fueron cancelados debido a problemas inesperados con el enlace ferroviario. La empresa china comentó que iba a construirse una planta en Baja California: Hebei Zhongxing Automóvil Co., junto con su homólogo estadounidense, Chamco. El presidente de Chamco, William Pollack, aseguró que un enlace ferroviario, de crítica utilidad para la planta, no estará disponible sino hasta tres años más tarde que el período en que había acordado en un principio. Este vital acceso ferroviario, dijo, era la razón por la cual la planta automotriz que se construirá en otro lugar en vez de Baja California. La construcción de la fábrica de automóviles chinos en Baja California era una idea de los gobiernos locales como atractivo para poder atraer al resto de la industria china. No sólo generaría más empleo y consolidaría la exportación de automóviles en la entidad, sino que hubiera sido la primera planta de automóviles chinos en América.

Competencia en el Sector de Manufactura

En el caso de México, China compite de muy diversas maneras con nuestro país:

Primero, como exportador en el mercado estadounidense, mercado al cual se dirigen el 90% de las exportaciones manufactureras mexicanas. En el 2004 las importaciones chinas a Estados Unidos superaron por vez primera a las de México, convirtiéndose en el segundo socio comercial de ese país después de Canadá. Baja California compite en el ramo de la manufactura con China, pero en gran desventaja. Varias empresas o procesos localizados en la entidad se han trasladado al país asiático. La abundante mano de obra calificada y no calificada y los menores costos explican este proceso.

Segundo, como modelo de competitividad tanto de las firmas como de los territorios; en la ya tradicional metodología del benchmark gran parte de las empresas multinacionales (MNCs) en China son generadoras de altas ganancias (VW es un claro ejemplo) convirtiéndose en el parangón para firmas MNCs de otros países. Otro tanto sucede con los sistemas productivos locales en distintas regiones de China donde convergen clusters industriales, instituciones privadas, gobiernos, el sector educativo y todo un marco de regulación orientado a promover el desarrollo de los negocios, cuyas ventajas superan con creces a las ofrecidas en las distintas partes mexicanas. Es decir, regiones locales como Baja California basadas en el desarrollo del sector electrónico y en particular el de TV digitales compiten directamente con regiones como la de Shenzén o de Suzhou.

Y en tercer lugar, y no menos importante, China compite en el mercado mexicano con muy diversos productos, fundamentalmente aquellos cuyos procesos son intensivos en mano de obra (a través de importaciones legales e ilegales).

China es el principal competidor de las “maquiladoras mexicanas” ya que mientras que ese país paga salarios 3 veces más bajos que México (\$100 contra 300 dólares para trabajadores de producción) en las zonas industriales del sur del país como Shenzén. La población total en China supera más de 10 veces a la de México (1.3 mil millones contra 105 millones, respectivamente), y ocupa actualmente a más de 30 millones de trabajadores en la manufactura (en su gran mayoría en empresas exportadoras) contra alrededor de 2 millones en México (1 en la maquila). Además el sur de China mantiene un régimen de jornada de trabajo flexible, bajos costos indirectos, una población 100% sindicalizada en un único sindicato oficial, y una población obrera cautiva que vive en dormitorios propiedad de las empresas para laborar ‘just-in-time’ y ‘just-in case’. México y China están compitiendo por el mercado estadounidense en una amplia variedad de líneas de productos que van desde los textiles, la ropa y los muebles, hasta automóviles y productos electrónicos (Gereffi, 2009).

Aquellos productos que no es más competitivo realizarlos en México son enviados a China, mientras que aquellos que aún conservan ventajas competitivas (por la cercanía con el mercado, el costo o tiempo del transporte, los riesgos involucrados en productos muy costosos, seguridad en la propiedad intelectual, etc.) son conservados o bien desarrollados en las plantas en México. En distintas visitas realizadas a más de una docena de empresas electrónicas en Tijuana durante el 2005 se pudo confirmar que no existía ninguna empresa que no hubiera cerrado alguna línea de producto o negocio para ser trasladado a China, pero al mismo tiempo habían desarrollado o concentrado sus actividades en otros productos, líneas de negocio o incluso modelos de productos.

Si bien Baja California vislumbró los efectos de esta transición, e intentó cambiar de estrategia, la crisis actual ha impedido que dicha estrategia tenga lugar. Los actores estratégicos privados trataron de persuadir al gobierno que la búsqueda de competitividad no puede basarse en mano de obra barata sino en actividades con mayor valor agregado que incluyan alta tecnología y personal calificado. Para facilitar este paso, el sector académico ha hecho adecuaciones en sus planes curriculares, incrementado su infraestructura respectiva, y buscado mayor vinculación con las empresas. Los esfuerzos están empezando a relucir en Tijuana, Ensenada y Mexicali¹. La severa crisis de la economía mundial ha provocado que empresas como Hitachi, JVC hayan cerrado sus operaciones para producir TV digitales en Tijuana. Sony cerró sus operaciones en Mexicali y anunció que venderá las operaciones de Tijuana a una empresa de Taiwán.

No obstante la creciente importancia de China para Baja California, no hay estudios sobre la realidad China, y son muy pocas las personas que empiezan a conocer y entender esta nueva realidad, lo cual contrasta fuertemente con lo que sucede en el estado vecino de California.

Cambio en las Percepciones

Baja California, al igual que México vio a China por muchos años como una amenaza tanto para sus empresarios nacionales, en su mayoría poco preparados para competir en los mercados globales, como para las empresas extranjeras localizadas en México que exportan al mercado estadounidense. Y no es para menos. Las importaciones chinas acaparan gran parte del mercado nacional de muchos productos de bajo y alto valor agregado. Y un gran número de sectores exportadores han perdido competitividad en el mercado de Estados Unidos

Pero en los últimos años México dio un vuelco en su postura, tratando de aprovechar el enorme mercado chino, en donde otros países latinoamericanos tienen más presencia. Este acercamiento ha recorrido un largo camino en el que México ha negociado producto por producto y sector por sector su ingreso al mercado chino y no en bloque como ha pasado con otras naciones como Chile. Dan Erickson, analista del Inter-American Dialogue con sede en Washington mencionaba:

"El problema es que China y México tienen a evitar mirarse.... Los mexicanos todavía no creen que China es una potencia en crecimiento y los chinos no piensan que México es un actor muy serio en el escenario mundial". "Creo que todas esas diferencias y percepciones equivocadas han sido exacerbadas por la reacción de China a la influenza"

¹ Por ejemplo, el Condominio Tecnológico en Tijuana es el primero en su tipo en México, surge como una iniciativa que busca articular al sector productivo y a los gobiernos local, estatal y federal. El parque industrial, con un terreno de 5 hectáreas, está apoyado por universidades e instituciones tecnológicas locales, y por varios centros de I+D asociados a la red de Conacyt.

México tiene un Acuerdo de Cooperación Económica con Japón, pero ve poco probable emprender negociaciones de ese tipo con China, debido a la aún fuerte oposición de sus empresarios. El comercio entre ambos países es bajo comparado con el que tiene México con Estados Unidos, además de ser deficitario. México envió mercancías a China por poco más de 2,000 millones de dólares el año pasado pero recibió del gigante asiático productos por más de 34,000 millones de dólares (Reuters, 2009), esto es una relación de 1 a 17.

Con base en nuestra experiencia consideramos que hemos pasado en México por tres enfoques:

Primero, la ignorancia sobre lo que sucede y significa China para México y para el mundo en su totalidad.

Segundo el asombro. Experiencias mostrando la gran amenaza China y la debacle de la industria de exportaciones temporales (maquiladora y no maquiladora) y el deterioro laboral derivado de la competencia desleal por las prácticas existentes en aquel país oriental.

Y tercero, el reconocimiento de las oportunidades: invertir en China, atraer inversiones chinas hacia México y co-invertir en ambos mercados. Es decir, oportunidad para realizar negocios (ya sean comerciales, productivos o educativos). El pasado presidente de la Consejo Nacional de la Industria Maquiladora de Exportación (CNIME) mencionaba que China no era sólo una oportunidad sino que “China nos necesita tanto como nosotros necesitamos de ellos, ya que tenemos tres décadas negociando con Estados Unidos” (*MexicoNow*, Year 3, no. 17, July-August, 2005). El libro reciente de Enrique Dussel *Economic Opportunities and Challenges Posed by China for Mexico and Central America (2005)* es un buen ejemplo de esta nueva mentalidad. Un nueva etapa en este conocimiento empieza a mostrar las enormes disparidades en la China continental, la regionalización productiva y social.

Las múltiples misiones de negocio desde México por parte de gobernadores, secretarios de desarrollo industrial, representantes de organismos empresariales, empresarios y directivos de empresas multinacionales (en particular desde Baja California), permiten entender este salto de un enfoque basado en la amenaza y en la falta de opciones, a otro de oportunidades y sus consiguientes reflexiones de política empresarial, pública y educativa.

No obstante, la puesta en cuarentena de decenas de mexicanos en China por un brote de influenza desató un roce diplomático entre los dos países, que de alguna manera retrasa esta nueva fase en la percepción mexicana sobre China. Otro caso fue el de los contenedores cargados de mercancía de las industrias de Baja California, que no pudieron arribar en los puertos asiáticos debido a que los estibadores se negaron a bajarlos por temor a contagiarse del virus de la influenza humana (CANACINTRA-Tijuana). México acusó a China de discriminar a sus ciudadanos al someterlos a exhaustivas revisiones médicas y aislamiento a pesar de no mostrar síntomas de influenza H1N1. Mientras tanto China negó que la discriminación estuviera detrás del confinamiento a decenas de mexicanos y pidió a México responder de manera más tranquila y cooperar en la lucha contra el virus (Reuters, 2009). Lo cierto es que se cerró temporalmente la embajada China en México como respuesta y aún hay ciertas tensiones.

Conclusiones

Con todo y la crisis diplomática generada por la pandemia de influenza, Baja California es y seguirá siendo un aliado estratégico para China. Su posición geográfica en el corazón de un corredor económico clave para las finanzas mundiales, la sólida tradición industrial del estado, con empresas de 18 diferentes naciones instaladas en su territorio, aunada a la mano de obra calificada y no calificada, hacen de esta entidad un destino atractivo para la nación que a pasos agigantados se encamina a la cima de la economía mundial.

Ninguna región latinoamericana está más cerca de China que Baja California, en términos geográficos. Aún hoy en día, Tijuana es el destino latinoamericano al que se puede llegar con mayor facilidad desde China y eso es una ventaja competitiva que muchos desearían. Gracias al vuelo Shanghai-Tijuana, (interrumpido más no cancelado por la pandemia de influenza) es posible llegar desde el lejano Oriente a dicho aeropuerto en menos de trece horas, algo que ninguna ciudad latinoamericana puede presumir.

A ello hay que sumar que en su joven historia, Baja California ha sido un tradicional receptor de migraciones chinas. Los orígenes mismos de Mexicali no se explicarían sin la presencia de la comunidad china. La importancia de esta cultura en la entidad, es palpable en el hecho de que aparte de la Embajada en la Ciudad de México, la única representación diplomática oficial de Beijing en el interior del país es el Consulado General de China en Tijuana.

China concentra en su territorio casi la cuarta parte de la población mundial y, dentro de su frontera, toda estadística llega al superlativo. Decir que es el gran mercado del futuro empieza a ser inexacto; es ya el gran mercado del presente.

Baja California se ubica en el décimo lugar en su contribución al PIB nacional, y en los primeros lugares cuando se le considera por su dinámica de crecimiento económico. En periodos de relativa estabilidad suele crecer por encima de la media nacional. Este dinamismo es una de las principales fortalezas de la entidad, lo cual ha contribuido a mantener tasas relativamente bajas de desempleo. Sin embargo, la desaceleración económica mundial de los últimos cinco años y la competencia con países de reciente industrialización influyeron en la disminución del ritmo de crecimiento económico estatal promedio, al pasar de 6.8% entre 1996-2001 a 4.4% en 2002-2007 (INEGI, 2008). Y esta tendencia al decrecimiento se ha reforzado en el 2008-2009.

La más reciente misión de empresarios y funcionarios tijuanaenses por China en el 2009 batió un récord difícil de igualar en anteriores giras bajacalifornianas por Oriente. En apenas una semana, la comitiva encabezada por el presidente municipal Jorge Ramos y empresarios de DEITAC y CANACINTRA recorrió 24,200 kilómetros. En esa gira se concretó el hermanamiento con la ciudad de Changchun, una gran urbe industrial del Norte chino, llamada el “Detroit de Asia”, por ser sede de las mayores armadoras automotrices de ese continente. Como una muestra del interés que representa Tijuana, fue la visita que realizaron en marzo del 2009 funcionarios y empresarios chinos encabezados por el gobernador de la provincia de Jilin, Han Changfu y por el vice alcalde de la ciudad de Changchun, Xiao Wanmin.. Mucho más allá de un asunto protocolario o diplomático, el hermanamiento con la ciudad de Changchun, capital de la

provincia de Jilin, es el puente para concretar una sólida relación comercial con uno de los mayores centros industriales asiáticos. Ni la crisis ni los recientes desencuentros alterarán de manera sustantiva la marcha de una relación que parece cada vez más sólida y que es mucho más añeja de lo que muchos creen.

BIBLIOGRAFÍA

Asociación Nacional de Importadores y Exportadores, ANIREM. (2005). *El Entorno de los Negocios en China*. México.

Carrillo, Jorge (2005) Exportaciones mexicanas y el reto de China: La industria de la Televisión. Amenaza u oportunidad?, EL Colegio de la Frontera Norte, Tijuana (documento)

Christman, Jhon (2003) Perspectivas para la Industria Maquiladora 2003-2007. Un camino lento hacia el crecimiento” CIV Junta Cuatrimestral Macroeconómica, CIMEX-WEFA, Global Insight, Marzo.

Cummings, J. (Noviembre de 2001). *Mexicali's Chinatown: Sharks fin Tacos and Barbecued Chow Mein*. Obtenido de <http://www.cpamedia.com/>.

Dussel-Peters, Enrique (2005) *Economic Opportunities and Challenges Posed by China for Mexico and Central America*, German development Institute (DIE), Studies Series, Bonn.

Gereffi, Gary (2009) “Development Models and Industrial Upgrading in China and Mexico” *European Sociological Review* (25, 1: 37–51)

INEGI. (2008). *Dirección General de Contabilidad Nacional y Estadísticas Económicas*.

Oficina Económica y Comercial de España en PEKIN. (2004). *Guía País China*.

Secretaría de Desarrollo Económico, SEDECO. (2008). *Origen de Inversión en Baja California*.

Secretaría de Economía. (2005). *Inversión China en México*. Subsecretaría de Normatividad, Inversión Extranjera y Prácticas Comerciales Internacionales, México.

Diarios:

El Mexicano. (21 de Mayo de 2009). Bloquean en China Exportaciones de Baja California. *El Mexicano*, págs. 1-4.

La Crónica. (15 de Enero de 2009). <http://www.cronica.com.mx>.

Reuters. (6 de Mayo de 2009). Influencia Desata Pasajero Roce Diplomático México-China. *Reuters América Latina*.