

SONORA: CONDICIONES Y POTENCIALIDADES DE UNA ESTRATEGIA DE VINCULACIÓN DE LARGO PLAZO CON CHINA

*Guadalupe García de León P.¹
Marissa Gutiérrez Silva²*

Introducción.

Dentro del escenario internacional de las últimas décadas, la República Popular China ha emergido como un actor de primera importancia tanto económica, como geo-política, militar y demográfica. Este país representa actualmente la tercera economía más grande del mundo, y todas las predicciones apuntan a que en los próximos años China afianzará su liderazgo mundial, desplazando a Estados Unidos y Japón.

El impresionante crecimiento económico experimentado por China -donde la tasa media anual del PIB en el último cuarto de siglo ha rondado en 10%-, ha estado estrechamente ligado a su firme y rápida integración a los circuitos productivos, comerciales y financieros que caracterizan la actual etapa de globalización económica. De hecho, China ha sido un factor clave para cambios significativos en el nivel y la estructura de la demanda mundial, y una fuente importante de recursos financieros para mantener los equilibrios internacionales, que se ve reflejado en una extensa y compleja red de relaciones que sostiene con todo tipo de bloques comerciales y países en el mundo.

En correspondencia con esa dinámica integración de China a la economía mundial, las relaciones de México con China han ido en aumento durante los últimos quince años, al grado que para México, el gigante asiático se ha convertido en el segundo socio comercial después de Estados Unidos. Sin embargo, esta relación está caracterizada por fuertes asimetrías, en donde el grueso del intercambio de mercancías corresponde a importaciones mexicanas de insumos y productos chinos, lo cual ha conducido a un creciente déficit en la balanza comercial de México con ese país. Esta situación, así como la creciente competencia establecida por China a las exportaciones mexicanas hacia Estados Unidos, ha

¹ Doctora en Relaciones Internacionales Transpacíficas. MTC del Departamento de Economía de la Universidad de Sonora, Tel. (662) 2 592167, e-mail: ggarcia@guaymas.uson.mx.

² Egresada de la Licenciatura en Economía de la Universidad de Sonora, e-mail: la_maryzza@hotmail.com.mx.

hecho que gane fuerza la percepción de China como una amenaza para las empresas y los productos mexicanos. Sin embargo, al mismo tiempo que esto sucede, en diversos círculos - empresariales, gubernamentales y académicos- está teniendo lugar una reflexión más amplia y profunda que apuntala otra visión: la de las oportunidades que genera el crecimiento tan dinámico de esta economía; la perspectiva de una relación estratégica con una nación que se perfila hacia un liderazgo mundial; la visión de una relación capaz de potenciar el propio desarrollo de nuestro país.

Este estudio retoma esta discusión y la proyecta hacia el plano regional mediante el análisis e identificación de las áreas estratégicas para la vinculación económica de Sonora con China que puedan contribuir a una dinámica de desarrollo de esta entidad. Nuestro planteamiento central es que la economía sonoreense tiene posibilidades de una vinculación estratégica con China basada en una concepción de desarrollo del largo plazo.

El enfoque analítico utilizado en este estudio se basa en la incorporación del concepto de integración económica y en el enfoque que retoma de la teoría de desarrollo regional los elementos de innovación, formación de capital social, y competitividad, como elementos que se relacionan con el desarrollo de largo plazo. Históricamente ya está demostrado que las “regiones que ganan” son aquellas en donde los valores y las instituciones y en general la atmósfera socio-cultural refuerzan el potencial tecno-económico del desarrollo local (Moncayo, 2004).

Así pues, debido a la relevancia que adquiere, por un lado, la integración económica entre las regiones y el impacto del desarrollo regional que propician estas, y por otro, el papel de China en el mapa mundial tanto económico, comercial, político y cultural que la coloca como una potencia y un mercado muy atractivo para la ejecución de cualquier relación económica, se identifica al Estado de Sonora, como una región potencial para el desarrollo de una vinculación económica con China.

Ubicándonos en esta perspectiva, en este trabajo se analizan las condiciones bajo las cuales se ha desarrollado la relación económica de Sonora con China, y se argumenta en torno a la idea de que es necesario reformular dicha relación que hasta ahora se ha centrado en la promoción del comercio y la inversión. Dicho planeamiento se complementa con la propuesta dos áreas estratégicas de oportunidad de la relación entre Sonora y China: una centrada en el desarrollo de una infraestructura logística, y la otra enfocada hacia el sector turismo.

Caracterizando los vínculos actuales de Sonora con China.

En el presente apartado se presentan los antecedentes de la relación de Sonora con China, proporcionando una breve reseña de los vínculos económicos, políticos y culturales desde los movimientos migratorios de chinos hacia la Frontera norte del país. A su vez se presenta una caracterización de la vinculación que existe en la actualidad con la República Popular de China.

a. Antecedentes

Los inmigrantes chinos han hechos sus contribuciones al desarrollo económico de México y al desarrollo de las relaciones amistosas entre los pueblos sino-mexicanos. El periodo entre 1902 y 1921 marcó el auge de la emigración china a México gracias al establecimiento de dos compañías chinas de vapores y a los tratados y acuerdos tomados por ambos países (Chou, 2002).

Durante el siglo XIX fue una constante considerar que una de las causas del atraso de los estados del norte de México, en particular de Sonora, era su escasa población y por ende la mano de obra. Con la llegada de inmigrantes de nacionalidad china en calidad de trabajadores mineros o jornaleros en el año 1882 se pensó que el problema se resolvería. El fenómeno se dio a raíz de la finalización de la construcción del ferrocarril en San Francisco y muchos inmigrantes chinos quedaron sin empleo y sumado a que los Estados Unidos expulsaron a la población china mediante la cláusula de exclusión, por ello, muchos terminaron instalándose en México (Sonora en tus manos, 1995). De quienes tomaron esa decisión, pocos en realidad se emplearon, y los que lo hicieron, fue sólo con comerciantes o empresarios de su propia comunidad, o bien iniciando pequeñas empresas comerciales, industriales o como hortelanos. Lo que al principio no parecía representar mayor competencia ante los comerciantes mexicanos, para los inicios de la revolución habían logrado un control considerable del comercio en Sonora.

En 1910, la colonia china en las provincias de Sonora ya era la más numerosa; incluso sobrepasaba a la norteamericana. La segunda colonia más importante se encontraba en el estado de Sinaloa. De acuerdo a cifras oficiales de los censos de población, esta era la población China en el Estado de Sonora:

Cuadro 19

Inmigrantes chinos en Sonora	
Año	Población
1895	332
1900	859
1910	4486
1919	5712
1920	3718
1930	3617
1940	92

Fuente: Elaboración propia en base a Censos mexicanos de población, 1895, 1900, 1910, 1920, 1930, 1940. Evelyn Hu-DeHart, 1989

En Sonora y Sinaloa, para 1915 los comerciantes chinos casi monopolizaron el pequeño comercio, sobre todo en los rubros de almacenes y tiendas de productos orientales, se puede decir que buena parte de las actividades económicas de los dos estados estaba bajo el control de los chinos. (Yu, 1954). La inmigración china también estuvo conectada con el desarrollo de la industria minera, la explotación de las minas de cobre en Cananea, y la construcción del ferrocarril del Pacífico de Guaymas a Mazatlán.

Los chinos lograron crear una red de producción, compra y suministro entre ellos mismos, un sistema cerrado que se transformó en la primera infraestructura comercial en México. El papel neutral que jugaron los chinos en el comercio les permitió mantener buenas relaciones con Estados Unidos y México, además la presencia china en Sonora debilitó los lazos comerciales entre México y Europa durante la Primera Guerra Mundial porque los alemanes, italianos y hasta españoles salieron de México y sus plazas fueron ocupadas por chinos, por ese motivo, se fomentaron vínculos comerciales entre México y los EE.UU (Chou, 2002).

El monopolio chino en el pequeño sector comercial prácticamente excluyó a los comerciantes mexicanos. Influidos por otros países, México fue adoptando medidas restrictivas contra los inmigrantes chinos. Las acciones antichinas³ comenzaron en la década 1920 y llegaron a su auge en la década siguiente, culminaron con la expulsión forzada de miles de chinos.

³ Entre las acciones tomadas por el gobierno Mexicano se encuentran: En 1903 la prohibición de la emigración China con el pretexto de la prevención de epidemias. En 1920 se propuso en Sonora un reglamento en el que se establecía la prohibición del matrimonio mixto chino-mexicano, también se enmendó el convenio comercial chino-

De 1895 a 1910 la tercera parte de la población china se concentró en Sonora, porcentaje que después declina en coincidencias con los orígenes de los movimientos antichinos en la región. La inmigración de chinos a México decreció a finales de la década de 1920 y principios de la de 1930, para 1940 el estado de Sonora registra únicamente el 1.8% del total de la población china, con tan solo 92 inmigrantes⁴. La ola contra los emigrantes chinos se calmó con la toma de posesión del presidente Lázaro Cárdenas en 1936. De esta manera, finaliza el auge de la comunidad china en el Estado de Sonora.

b. Los vínculos actuales: comercio e inversión.

Los vínculos recientes de Sonora con China se han orientado a tomar ventaja de las oportunidades abiertas de comercio exterior a dicho país, acrecentando el intercambio económico y aprovechando el tamaño del mercado chino, así como la atracción de inversión.

Por lo que respecta al comercio exterior sonorenses, el mismo se encuentra fuertemente concentrado en el mercado estadounidense y canadiense. Sin embargo existen empresas que están exportando a la región asiática, como muestra el Cuadro 1.

Cuadro 1

Productos sonorenses exportados a la región del asía pacífico		
Municipio	Productos exportados	Destino
Hermosillo	Melón, Calabaza Kabocha, Calabaza, Ajonjolí, Sandia, Garbanzo	Japón
	Uva de mesa, naranja	Japón y Hong Kong
	Melón, sandía, uva.	Malasia
	Carne de puerco, cortes selectos de puerco, res y pollo	Japón , Corea del Sur, Hong Kong, Corea del Norte
	Jugo de naranja	Hong Kong, Japón Singapur

mexicano, y en un artículo se estipula que “los trabajadores chinos no deben entrar en México sin la autorización de los dos gobiernos” lo cual anticipaba un futuro poco optimista para los chinos en México, para más información veasé *Collection of Data of Anti-chinese in México*, Fang Jiau Ho, 1991, pp.2-3.

⁴ Idem.

	Salsa picante, limón concentrado, chile habanero	Japón
	Cemento, Acido sulfúrico	Taiwán, Indonesia, Filipinas y Japón
San Luis Rio Colorado	Espárrago	Japón
	Algodón	Japón y China
Puerto Peñasco	Pescado	China y corea del Sur
	Filetes de pescado	
	Jaiba azul	
	Mantarraya	
Caborca	Espárrago, uva, durazno, chabacanos, nueces, melón	Japón, Corea del Sur y China
	Artículos de Piel	Japón
Guaymas	Calamar, camarón, almeja, atún, pulpo, sardina, jaiba	Japón, Corea del Norte y Corea del Sur
	Calamar gigante	China
	Sardina y atún enlatado	Hong Kong
Navojoa	Cortes finos de puerco	Japón
	Carne de puerco	Corea del Norte y Hong Kong
Nogales	Aceite de joroba	Japón, Indonesia
	Partes de computadora	Asia

Fuente: García de León, Guadalupe. 2005. " Los vínculos de Sonora con las economías del Asia pacífico" ponencia presentada en V Congreso de Economía, Universidad de Sonora.

En particular, entre los productos exportados de Sonora a China, destacan: los productos pesqueros como el pescado, filete de pescado, jaiba azul y mantarraya, calmar gigante y en productos agrícolas el algodón y la uva de mesa. En este último caso, la exportación de uva de mesa se logró recientemente tras los esfuerzos de los productores y largas negociaciones realizadas entre instituciones gubernamentales mexicanas, como Banco Nacional de

Comercio Exterior (Bancomext), Consejo para la Promoción Económica de Sonora (COPRESO), y el país asiático. Este se puede considerar uno de los logros más importantes dentro de la vinculación de Sonora con China.

Por lo que respecta a los flujos de Inversión Extranjera Directa (IED) a Sonora, éstos provienen principalmente de Estados Unidos, país que aporta aproximadamente 80% del total de la inversión; Canadá se queda con un 10%, y el resto de los países como Chile, Francia, Taiwán, Corea, Argentina entre otros contribuyen con el 10%.

La IED proveniente de China acumulada en el periodo 1999-2006 fue de 41.3 miles de dólares, representando un escaso 0.1% del total de la inversión china realizada en México en dicho periodo. Sonora cuenta con 28 empresas con inversión asiática de las cuales dos son de origen chino, una de ellas Sinatex S.A. de C.V., dedicada a la fabricación de hilados y fibras blandas.

c. Acercamiento con China

La creciente importancia de China en el contexto internacional se ha manifestado, asimismo, en un conjunto de iniciativas de acercamiento a ese país, por parte de organismos públicos e instituciones educativas, principalmente. El gobierno del Estado de Sonora ha sido uno de los principales impulsores, en conjunto con instituciones públicas como Bancomext, ahora ProMéxico, Consejo para la Promoción Económica de Sonora (COPRESO), y de la Secretaría de Economía. Dentro de las instituciones educativas se encuentra el Tecnológico de Monterrey-Campus Sonora Norte, la Universidad de Sonora, ITSON de Obregón, y CESUES.

El sector público, empresarios sonorenses e instituciones educativas han establecido distintas actividades de acercamiento con China, que podemos clasificar en tres tipos: acercamientos comerciales, de diplomacias, así como acercamientos académicos (Cuadro 2).

Cuadro 2

Sonora: Actividades de acercamiento comercial con China			
Seminarios			
Evento	Fecha	Lugar	Participantes
Seminario: Expandiendo el Comercio y Oportunidades de Inversión en México	2004	Xiamen	Bancomext, Secretaría de Economía, Copreson
Como hacer negocios con China	Junio de 2006	Hermosillo	Bancomext, Copreson
Seminario: Medidas sanitarias de la OMC	Febrero de 2007	Sonora	Bancomext
Semana de la Exportación a China: Oportunidades comerciales en Shanghai.	Octubre 16 de 2007	Hermosillo	Promexico, Copreson
Foros			
Evento	Fecha	Lugar	Participantes
Feria Internacional de Comercio e Inversiones (CIFIT 2004)	2004	Xiamen	Bancomext, Secretaría de Economía, Copreson
1º Foro de Inversión y Alianzas Estratégicas en los Sectores Automotriz y Eléctrico- Electrónicos	04 de noviembre 2005	Tianjin, China	Bancomext y empresarios sonorenses
Misión de exportadores a China			
Evento	Fecha	Lugar	Participantes
Misión exportadora diferentes Estados	Julio 09 de 2006	Beijing, Shanghai.	Bancomext
Misiones comerciales a China			
Evento	Fecha	Lugar	Participantes
Misión comercial: Uva de mesa y naranja	Julio 03-12 de 2006	Hong Kong, Shanghai	Bancomext, Copreson
Misión exportadora diferentes Estados	Julio 09 2006	Beijing, Hong Kong, Shanghai	Promexico, Comce

		Kong, Shanghai	
Misión comercial	2007 julio	Shanghai, Hong Kong	Tecnológico de Monterrey, Estado de Sonora
Misiones de atracción de inversiones			
Evento	Fecha	Lugar	Participantes
Misión promover inversión para el Estado de Sonora	2004	Hong Kong, Xiamen, Shanghai y Beijing	Bancomext, Secretaría de economía, Copreson
Visitas de compradores a Sonora			
Evento	Fecha	Lugar	Participantes
Visita de empresarios asiáticos interesados por: Uva de mesa, cítricos, mariscos, minas de oro, cobre, zinc, plomo y hierro.	Diciembre 2006	Hermosillo, costa de Hermosillo, Guaymas	Bancomext, Gobierno de Sonora, Copreson
Visita plurisectorial: alimentos y bebidas, autopartes y Químicos	Abril de 2007	Sonora	Promexico, Gobierno de Sonora, Copreson
Visitas de Consejeros Comerciales			
Evento	Fecha	Lugar	Participantes
Consejero comercial en Hong Kong	Junio 12-16 de 2006	Hermosillo	Bancomext
Consejero comercial en Shanghai. Luis Vieyra	Octubre 16 de 2007	Hermosillo	Promexico, Copreson, empresarios sonorenses.

Elaboración propia

Fuente: Bancomext, Promexico, Gobierno del Estado de Sonora, COPRESON, Secretaría de Economía. Notas de periódicos: CNN expansión, La prensa Sonora, El imparcial, BizNews; Revista Canacintra Hermosillo.

El cuadro nos muestra el acercamiento comercial que se ha establecido con China, impulsado principalmente por ProMexico, en cooperación con el Gobierno del Estado de Sonora, y dependencias como Copreson y la Secretaría de Economía. Los eventos realizados y en los que ha participado Sonora, son de carácter comercial, entre ellos, los seminarios impartidos principalmente por Bancomext con la finalidad de brindar

conocimientos acerca de China, la manera de realizar negocios, así como las oportunidades que presenta el mercado chino. Estos seminarios se vienen dando desde 2004. En Foros Internacionales, los empresarios sonorenses han tenido presencia, realizando viajes a China para ser partícipes de estos eventos.

De esta forma, Sonora ha estado presente en la temática sobre la vinculación comercial con China, de las cuales se han obtenido logros reconocidos, pero muy escasos, así como el interés por parte de empresarios sonorenses por entrar al mercado chino. Nos encontramos en una primera etapa de reconocimiento, donde desde Sonora se realizan pequeños esfuerzos para analizar sus mercados y sobre todo las oportunidades y posibilidades que se presentan, pero sin ser trascendentales para la economía sonorenses.

Ahora bien, después de haber presentado el acercamiento comercial, la relación diplomática juega un papel importante en cualquier intento por establecer una vinculación con otro país. En el caso de Sonora, este acercamiento con China, se ha a través de los eventos relacionados en el Cuadro 3.

Cuadro 3

Acercamiento diplomático con China				
Visitas de Estado				
Evento	Actividades	Fecha	Lugar	Participantes
Cónsul General de China en Tijuana, Gao Shoujian	Promoción de las relaciones entre ambos países con intenciones de estrechar lazos comerciales.	Julio de 2007	Obregón	Embajada de China, en Tijuana, Ayuntamiento de Cajeme.
Cónsul General de China en Tijuana, Gao Shoujian	Promoción de las relaciones entre ambos países con intenciones de estrechar lazos comerciales	Diciembre de 2007	Hermosillo	Embajada de China, en Tijuana. Gobierno del Estado de Sonora.

Embajador de China en México: Excelentísimo Hengmin Yin	Entrevista con el gobernador y presidente municipal de Hermosillo, Guaymas y Obregón. Visita de reconocimiento a los tres municipios, en Obregón al parque de software y a la empresa china Sinatex	Abril 14-16 de 2008	Hermosillo, Guaymas y Obregón.	EL gobierno del Estado de Sonora, así como los tres municipios, Embajada de China en México.
---	---	---------------------	--------------------------------	--

Elaboración propia.

Fuente: Notas de periódicos: El imparcial, La prensa. Gobierno del Estado de Sonora, Ayuntamiento de Cajeme.

La información del Cuadro 3, muestra un limitado acercamiento diplomático entre ambas regiones. Una de las visitas por parte del gobierno chino fue en 2007, donde el Cónsul General de China en Tijuana realizó una visita a Obregón y Hermosillo para la promoción de las relaciones entre Sonora y China. En abril de 2008, el Embajador de China en México Yin Hengmin, realizó una visita de reconocimiento del mercado sonorense.

El estrechamiento de las relaciones diplomáticas por parte del Estado de Sonora es una gran tarea, es importante establecer este tipo de vínculos con la finalidad de promoción del estado y así poder establecer las bases para el desarrollo de relaciones económicas con China.

Por último, el Cuadro 4 presenta el acercamiento académico que han realizado las instituciones educativas del Estado de Sonora.

Cuadro 4

Acercamiento académico con China				
Misiones por Instituciones educativas.				
Evento	Actividades	Fecha	Lugar	Participantes
Misión comercial	Visita a consejerías, embajadas y organismos	2004	Shanghai, Beijing	ITESM

	chinos			
Misión comercial: en representación de empresas sonorenses	Visita a consejerías, embajadas y organismos chinos	Verano de 2005	Beijing, Shanghai y Ghangzhou	ITESM
Misión comercial: en representación de empresas sonorenses	Visita a consejerías, embajadas y organismos chinos	Junio de 2006	Beijing, Shanghai y Ghangzhou, Hong Kong	Instituto Asia Pacífico del Tecnológico de Monterrey, con oficinas en Shanghai, Copreson, Bancomext
Misión comercial: Exporta a China	Reconocimiento de mercado chino: exposición del producto mexicano al consumidor.	27 al 23 de abril 2007	Beijing, Shanghai y Ghangzhou,	ITESM
Misión comercial y universitaria	Encuentros con funcionarios de universidades, visitas a parques de software y agroindustriales	Marzo de 2007	Beijing	Rector y funcionarios ITSON
Viaje de vinculación académica con China	Visitas y encuentro con universidades, visitas a consejerías de Bancomext, embajadas y organismos del	Junio de 2006	Beijing, Shanghai, Guangzhou, Hong Kong.	Universidad de Sonora, alumnos y maestros del depto. de Economía

	gobierno chino.			
Viaje a China	Visitas y encuentro con universidades, visitas a consejerías de Bancomext y Embajadas.	Julio de 2006	Beijing, Shanghai, Guangzhou, Hong Kong.	Universidad de Sonora, Alumnos de la Maestría en Administración
Viaje a China	Visitas y encuentro con universidades, visitas a consejerías de Bancomext y Embajadas.	Verano de 2005	Beijing, Shanghai, Ghangzhou	CESUES, escuela de Comercio Internacional

Elaboración propia.

Fuente: Portal de las universidades: Universidad de Sonora, Tecnológico de Monterrey, ITSON; Periódico el Imparcial.

Las instituciones educativas también forman parte de este acercamiento con China, dentro de las cuales el Tecnológico de Monterrey campus Sonora-Norte, Universidad de Sonora, Instituto Tecnológico de Sonora (ITSON) y Centro de Estudios Superiores del Estado de Sonora (CESUES), han participado y trabajado, aunque cada una de ellas con resultados diferentes. No obstante, estos avances son significativos como un primer intento por sentar bases para una relación más estrecha de intercambio y colaboración académica, cultural e, incluso, comercial.

El Tecnológico de Monterrey, es la única institución educativa que tiene una representación en China, ya que cuenta con oficinas en Beijing. La principal función que realiza es la de promoción comercial, participando en ferias, seminarios y foros en los cuales presentan productos mexicanos, trabajando en conjunto con el sector empresarial (ITESM, 2007).

La Universidad de Sonora, tiene una participación en este tipo de acercamiento, ya que ha realizado dos viajes de vinculación académica con China en junio de 2006, de los cuales se sentaron las bases para posibles intercambios académicos entre Sonora y China. Otra institución educativa es el ITSON, la cual ha participado de una forma directa mediante la misión y promoción comercial realizada a los países asiáticos de Japón, Corea y China, en marzo de 2007. La finalidad de este viaje fue la promoción para la Industria del Software del municipio de Obregón (Ayuntamiento de Cajeme, 2007).

Por último, el Centro de Estudios Superiores del Estado de Sonora (CESUES), también realizó un viaje de vinculación con China, donde alumnos y maestros de la Escuela de Comercio Internacional, así como empresarios sonorenses fueron participes de esta actividad.

A partir de estas experiencias, se puede afirmar que el acercamiento académico ha venido en ascenso, debido al interés de cierto grupo de investigadores que se encuentran en contacto con la temática del desarrollo chino, y han podido percibir que existen oportunidades par la vinculación de Sonora con China; sin embargo es necesario que se sumen más instituciones educativas, y las que ya se encuentran participando redoblen esfuerzos.

En general el acercamiento generado en Sonora hacia China es limitado. Este se centra mayoritariamente en las actividades de promoción comercial. Especialmente, organismos como Proméxico y Copreson han mostrado interés y conjuntado esfuerzos para trabajar con empresarios sonorenses en la promoción de sus productos, así como en la logística de los acuerdos comerciales. Tras estos esfuerzos, se ha podido identificar las oportunidades en el mercado chino para productos primarios sonorenses, sin embargo falta un mayor conocimiento sobre cómo hacer los negocios, que permita el impulso del mercado sonorense en China. De igual manera, el acercamiento académico de Sonora hacia China se ha presentado de manera esporádica y con la participación de ciertas instituciones educativas, pero se sigue trabajando en ello, para que cada vez se sumen más instituciones educativas a esta temática, y se consolide en resultados que favorezcan a las instituciones educativas de Sonora a partir de esta vinculación.

Los acercamientos comerciales, de diplomacia y académicos pueden ser considerados un primer esfuerzo para insertarnos en la economía China, queda por delante el reto que representa realizar una vinculación que potencialice el desarrollo de la entidad. Sobre este

aspecto, en el siguiente apartado se analizan las áreas estratégicas en las cuales se pueden establecer propuestas económicas entre Sonora y China.

Propuestas de áreas estratégicas de vinculación económica Sonora-China.

Sonora tiene una posición privilegiada para desarrollar proyectos estratégicos de vinculación económica con China, país que en las próximas décadas se consolidará como la primera potencia del mundo. En este trabajo se identifican dos áreas de oportunidad: a) Posicionar a Sonora como un eslabón clave de la expansión económica de China hacia Norteamérica, mediante el desarrollo de una eficiente y moderna infraestructura logística; y b) Convertir a Sonora en un destino turístico importante para la creciente demanda China de este tipo de servicio.

a) Infraestructura logística.

Un país no solamente debe tener materias primas, mano de obra capacitada, tecnología de última generación para realizar una buena producción, sino también es necesario que se tenga un gran nivel global de transporte, el cual se denomina “infraestructura logística”, que constituye el potencial de desarrollo económico de un país, permitiendo contar con los medios necesarios para transportar la producción a cualquier lugar del mundo y ampliar los mercados consumidores (Baca, Roberto & Benasayag, Javier. 2006).

La logística es el proceso de gestionar estratégicamente la obtención, movimiento, almacenamiento de materias primas, componente, existencias terminadas, y los flujos de información relacionada a través de la organización y sus canales de marketing de tal forma que la rentabilidad futura se pueda maximizar a través de la cumplimentación efectiva de los pedidos en relación con los costos (Baca, Roberto & Benasayag, Javier. 2006). En otras palabras, con una buena gestión logística se pretende proveer el producto correcto en la cantidad requerida, en el lugar indicado en el tiempo exigido y aun costo razonable.

En la actualidad es crucial abordar el tema de las inversiones en infraestructura logística. El desarrollo de la infraestructura logística esta estrechamente vinculado con el crecimiento económico, el fomento de la competitividad y también con la reducción de los niveles de pobreza. Sin duda, existe en el país y en el estado de Sonora un enorme déficit de desarrollo de la infraestructura para construir y mejorar en materia de logística y en el grado de competitividad.

La logística para México es tan importante como cualquiera de las reformas estructurales que se han planteados en todos los medios. Las reformas fiscales, laborales, energéticas, al igual que la inversión y planeación de logística, tienen el mismo objetivo: incrementar la competitividad. La competitividad de México requiere de nuevos proyectos de infraestructura logística que faciliten los flujos de bienes y mercancías que se producen globalmente. Actualmente existen 5 proyectos de puertos interiores (PI) en el país que se están creando para cumplir con este propósito, 4 de ellos son privados: Meridian 100 ubicado en Nuevo León, Distrito Multimodal Villa XXI ubicado en Nuevo León, Logistik FTZ ubicado en la Cd. de México; estos tres de capital regiomontano, Plataforma Logística de Tizayuca (PLATAH) ubicado en la zona metropolitana del Valle de México y Puerta México (Inbound Logistics Mexico, 2008).

En la creación de una vinculación económica estratégica de Sonora con China, se debe tomar en cuenta la creación del capital físico, humano y los sistemas de información que nos permitan una interacción de la magnitud que el potencial de esta relación demanda. El reto que se nos presenta como Estado es el de desarrollar una infraestructura competitiva conforme a estándares internacionales, la cual permita posicionar a Sonora como un eslabón logístico importante para la expansión económica China hacia América del Norte.

En materia de infraestructura el estado de Sonora cuenta con una red carretera de una longitud de 24,434 kilómetros, con 1,886 Km. de vías férreas, con 5 aeropuertos ubicados en las principales ciudades de Sonora: Nogales, Guaymas, Cd. Obregón, Puerto Peñasco y Hermosillo; por último el estado cuenta con 6 puertos marítimos, 2 de altura y cabotaje y 4 de cabotaje⁵, los actualmente utilizados son el Puerto de Guaymas y Puerto Libertad, (INEGI, 2007).

Al respecto, debe ponerse especial énfasis en el desarrollo y modernización de los puertos del estado, pues son la puerta y entrada y salida de productos para los mercados internacionales. Tampoco debe olvidarse el trabajo de hacer más eficiente el sistema de comunicaciones y transportes de todo tipo al interior de Sonora, pues si bien es fundamental una adecuada articulación con los sectores externos de la economía estatal, no es menos importante una bien lograda articulación entre los mecanismos de operación interna.

⁵ Se considera puerto de altura, cuando se atienden embarcaciones, personas y bienes en navegación entre puertos, terminales o marinas nacionales con puertos en el extranjero, y puerto de cabotaje, cuando sólo se atienden embarcaciones, personas y bienes en navegación entre puertos, terminales y marinas nacionales

En este sentido va dirigido la propuesta para potencializar a Sonora al vincular los mercados de oriente con el norte de México y con los Estados Unidos, mediante la incorporación del Puerto de Guaymas a las cadenas de abastecimiento entre estos dos países. Este puerto cuenta con una localización estratégica en los flujos del comercio internacional, es una atractiva opción multimodal en el Océano Pacífico para conectar el mercado del sur de Estados Unidos con China. Además, Guaymas complementa el desahogo de carga de los Puertos de Long Beach y Los Ángeles. De acuerdo al registro oficial de aduanas de dichos puertos el flujo de mercancías dirigidas a la región estadounidense provenientes de Asia es superior a los 45 mil millones de dólares, la concentración en estos puertos es causa de congestión y demoras, por lo tanto el principal objetivo será atraer parte del flujo de mercancías dirigidas a la región estadounidense.

Las ventajas de localización son la clave para aprovechar esta oportunidad: puerto más cercano a la frontera de los Estados Unidos que ningún otro puerto mexicano, tráfico más rápido y costo más bajo que el Canal de Panamá, corredor ferroviario existente con capacidad de doble estiba; el puerto opera 24 horas al día, los 7 días a la semana; las autoridades mexicanas aprobaron el Corredor Fiscal Guaymas-Nogales para transportación por autotransporte y ferrocarril; opción para crear una zona de transacción logística cercana al puerto; 6 posiciones de atraque simultáneo; 8 kilómetros de vía ferroviaria al interior del puerto (circuito interior); entre otra series de ventajas.

Un ejemplo de cómo la logística bien manejada y la cercanía con EUA pueden ayudar a las empresas con operaciones en México a ser más competitivas es el de uno de los inquilinos del portafolio de Prudential Real Investors (PREI) de la industria del juguete. Inicialmente hacían sus productos en México, pero como muchas otras industrias, reubicó sus operaciones en China. Sin embargo, esta empresa construyó un centro de distribución en las afueras de la Ciudad de México, en San Martín Obispo. Por lo general, la empresa importaba de China directamente al puerto de Los Ángeles, California; el centro de distribución en la Cd. de México era solo para cubrir el consumo mexicano. Dado ciertos contratiempos en el puerto de Long Beach, decidieron mandaron su producto a Manzanillo para que de ahí fuese llevado al centro de distribución de la Cd. de México, centro del cual posteriormente sería trasladado por carretera a Houston, Texas para la redistribución en EUA. Los resultados fueron positivos, la ruta utilizada es más rápida para mandar el producto de China a los EUA. Este es un ejemplo claro de cómo México, y el estado de Sonora en particular, puede ser un

buen complemento con China para hacer de la cercanía con EUA una oportunidad de crecimiento de una red sustentada de red logística.

Lo anterior expuesto, nos permite ver claramente el porqué el desarrollo de una infraestructura logística es uno de las áreas de oportunidad en la relación económica con China, ya que esta estrategia nos permitiría colocar a Sonora como el eslabón que conecte comercialmente a los dos principales países que reconfiguran el panorama mundial. Sin inversiones en infraestructura logística no hay posibilidad de una estrategia de desarrollo económico de largo plazo.

b) Turismo

La siguiente propuesta de áreas estratégicas para el desarrollo de una vinculación económica con China con capacidad de incentivar el desarrollo del capital social e incrementar los niveles de competitividad para el estado de Sonora, se refiere al sector Turismo.

En los últimos seis decenios, el turismo ha experimentado un crecimiento sostenido y una diversificación cada vez mayor, para convertirse en uno de los sectores económicos del mundo que registra un crecimiento más rápido. Cada vez más hay destinos que invierten en el desarrollo del turismo. Esta dinámica ha dado lugar a que el turismo en la actualidad sea un motor clave del progreso socioeconómico (OMT, 2008).

Asimismo, el turismo se ha convertido en uno de los principales agentes del comercio internacional. En la actualidad los ingresos de exportación generados por el turismo internacional ocupan la cuarta posición, después de los combustibles, los productos químicos y los productos automotrices, mientras que en muchos países en desarrollo el turismo es la primera categoría de exportación. Al paso que representa una de las principales fuentes de ingresos para muchos países en desarrollo, crea el empleo y las oportunidades de desarrollo que tanto se necesitan.

Según cifras del documento Panorama del turismo internacional, de la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2008), en 2007 las llegadas de turistas internacionales aumentaron más del 6.6%, con lo que se ha conseguido una nueva marca: más de 900 millones, gozando del cuarto año consecutivo de crecimiento por encima de la media prevista a largo plazo (4.1%) con un sorprendente índice de crecimiento superior a los registrados en 2005 y 2006 (5.5%).

Todas las regiones registraron incrementos superiores a su promedio en el largo plazo, específicamente la región Asia y el Pacífico ocupa la segunda posición con 184 millones y

para América de 142 millones, incremento del 5% con respecto al año anterior ubicándolo en el tercer puesto. En el caso específico de México se ubica en el décimo lugar del ranking mundial en llegadas turísticas internacionales con 21.4 millones de llegadas en 2007, que le permitió recibir ingresos de 12, 901 millones de dólares (OMT, 2008)

Para muchos destinos el gasto del visitante en alojamiento, comida y bebida, transporte local, entretenimiento, compras, etc., es un factor importante de sus economías, lo que genera una gran necesidad de empleo y oportunidades para el desarrollo. Casi 80 países obtuvieron más de mil millones de dólares por turismo internacional en 2007.

A consecuencia del destacado impacto internacional del auge económico de China, otro factor que ha evolucionado es el turismo chino en el extranjero, que ha pasado de 4.5 millones de personas en 1995 a 31 millones en 2005. La Organización Mundial del Turismo (OMT) estima que China tendrá en 2010, un turismo emisor de 60 millones de personas, los cuales pertenecerán a una clase media similar a la de la media europea. En la clasificación de 2007 de países con más gastos por turismo internacional, el principal cambio lo constituye China, que adelantó a Japón, tras haber superado a Italia en 2006. Ahora China ocupa el quinto lugar en el ranking mundial de países con más gastos por turismo internacional.

La acelerada expansión del turismo de China hacia el exterior impulsó la economía global. El creciente número de turistas chinos no sólo ha exportado beneficios económicos, sino que también ha promovido los intercambios culturales. Para muchos países, la prosperidad de China es una buena oportunidad que sin duda hay que aprovechar.

México tiene grandes expectativas de poder aprovechar el rápido crecimiento de los flujos de viajeros internacionales de China. En este sentido, nuestro país ya cuenta con la aprobación del gobierno chino como destino turístico desde el año 2004 y ya es posible que agencias turísticas autorizadas operen viajes bajo este esquema tanto en México como en China. Cabe destacar que en 2005 México fue el país que más visitantes emitió hacia China en América, sólo detrás de Estados Unidos. Como parte de la estrategia de promoción turística de México en China, en 2006 se abrió una Oficina del Consejo de Promoción Turística en Beijing (Embajada de México en China, 2007).

El conjunto de elementos antes expuestos, permiten vislumbrar la gran oportunidad que representa la potencial demanda de servicios turísticos en Sonora, por parte de China. La propuesta estriba en promover la transformación turística de la entidad, a través de programas, acciones y proyectos de desarrollo y promoción que nos sitúe de manera competitiva en este importante nicho del mercado internacional.

La oferta turística de Sonora se caracteriza por la diversidad de su paisaje que permite encontrar playas que cuentan con privilegiados atractivos naturales que conjugan desierto, mar y montaña, como lo son Puerto Peñasco, San Carlos y Bahía de Kino. Asimismo, en la entidad se ubica uno de los destinos turísticos principales del país -El Pinacate- que cuenta con reservas de la biósfera, antiguos volcanes, grandes cráteres y extensiones amplias de lava. La otra parte de la oferta turística es la combinación de las ciudades y pueblos del estado de Sonora, que pueden ofrecer al turismo chino un interesante y diferente abanico de opciones para vacacionar⁶.

Además, según datos de INEGI (2008), Sonora cuenta con infraestructura hotelera que asciende a 371 establecimientos, con una oferta de 14,902 cuartos de hospedaje. En 2006 Sonora recibió a un total de 2,433,469 de llegadas turísticas, de los cuales 675,813 fueron extranjeras. Para Sonora, las principales ciudades que reciben al turismo nacional y extranjero son: Guaymas, Hermosillo, Nogales y Puerto Peñasco. La ocupación hotelera en estas ciudades en promedio al año es de cerca del 55%, con una mayor afluencia mayor en los meses de Abril a Julio.

Al combinarse por un lado la creciente demanda de turistas chinos en el mundo con un gran poder adquisitivo, y el impulso que el estado de Sonora puede dar para el fomento del turismo, con inversiones en infraestructura, desarrollo de capital humano capacitado para el recibimiento del turismo chino, principalmente con el dominio del idioma, así como proyectos de promoción en toda la oferta turística; da como resultado un marco de oportunidades que benefician el entorno regional.

⁶ Para más información, véase <http://www.sonoraturismo.gob.mx/destinos-sonora.htm>

Conclusiones

Desde la perspectiva del desarrollo local, es importante ser participes de las dinámicas que están redefiniendo al mundo, principalmente las desarrolladas por China. En la actualidad los vínculos de Sonora con la economía China no han sido muy intensos y se han centrado en el intercambio comercial.

En el actual escenario de crisis global se ha reducido las posibilidades de tomar ventaja en el corto plazo de las oportunidades de comercio exterior ligadas al enorme mercado chino. Sin embargo, desde una perspectiva de largo plazo, existe el potencial de generar vínculos capaces de desarrollar el capital social, la innovación y la competitividad. El reto que se nos presenta como estado es el de poder sumarnos a la dinámica China y a los beneficios que esta genera, para impulsar el desarrollo económico de Sonora.

Ante este panorama, se identificaron dos propuestas de áreas estratégicas para la relación económica Sonora-China:

- a) El desarrollo de una infraestructura logística es uno de las áreas de oportunidad en la relación económica con China, ya que esta estrategia nos permitiría colocar a Sonora como el eslabón que conecte comercialmente a los dos principales países que reconfiguran el panorama mundial. Sin inversiones en infraestructura logística no hay posibilidad de una estrategia de desarrollo económico de largo plazo
- b) La combinación de la creciente demanda de turistas chinos en el mundo con un gran poder adquisitivo, y el impulso que el estado de Sonora puede dar para el fomento del turismo, da como resultado a Sonora en un destino turístico importante para la creciente demanda China de este tipo de servicio.

Referencia Bibliográfica.

- Ayuntamiento de Cajeme. (2008). Embajador de China visita Cajeme, nota publicada en el portal <http://www.cdob2.com>.
- Baca, Roberto & Benasayag, Javier. (2006). Infraestructura logística. Argentina: Universidad Nacional de Cuyo, Facultad de Ingeniería.
- Banco Asiático de Desarrollo (BAD). (2008). Economics and statics, <http://www.adb.org/>.
- Bancomext, 2006. Programa de actividades con China 2006, *Programa de Impulso a las Exportaciones al Mercado*.
- Bancomext, (2007a). Informe de actividades México-Asia 2006, *Programa de Impulso a las Exportaciones al Mercado*.
- Bancomext, (2007b). Uva de mesa mexicana en China, 25 de junio, noticia pública en el Portal <http://www.bancomext.com/Bancomext/index.jsp>.
- Chou, Diego. (2002). Los chinos en Hispanoamérica, *Cuaderno de CIENCIAS Sociales 124, Costa Rica*: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales.
- COMTRADE, Base de datos estadísticos sobre el comercio de mercaderías.
- COPRESON. (2008). *Invertir en Sonora*, información disponible en el portal <http://www.sonora.org.mx/es/home>.
- Dirección General de Inversión Extranjera. (2006). *Comportamiento de la Inversión Extranjera Directa en México (Estadísticas sobre IED)*. Base de datos disponible en <http://www.economia.gob.mx/?P=1164>
- EUHI. (2006). Uva y naranja: sonorenses buscan exportar a China. Noticia publicada por www.Euhi.com
- Embajada de México en China. (2007). *Turismo México-China*, documento disponible en <http://portal.sre.gob.mx/china>.
- Embajada de México en China, Portal. (2008). *Visitas de alto nivel de 2001 a 2005*, documento disponible en: <http://porta.sre.gob.mx/china>
- EXATEC. (2006). Campus Sonora Norte, conocimiento en industria en expansión, *Revista Integratec 68*, Campus Sonora Norte del Tecnológico de Monterrey.

- García de León, Guadalupe. (2005). Los vínculos de Sonora con las economías del Asia pacífico, ponencia presentada en *V Congreso de Economía*, Sonora: Universidad de Sonora.
- Inbound Logistics, 2005. NEOLOGY, la primera empresa mexicana productora de RFID, va al NASDAQ, *Revista Inbound Logistics Mexico: 3PL elementos*, septiembre/octubre.
- Inbound Logistics, (2008a). “La mesa está puesta! Servicio Intermodal Ferroviario”, *Revista Inbound Logistics Mexico: Conectividad en crisis*, octubre/noviembre.
- Inbound Logistics, (2008b). “Puertos a la vista”, *Revista Inbound Logistics Mexico*, Junio/julio, 39-56.
- Inmobiliare, (2008). Meridian 100, *La revista de negocios inmobiliarios: Inmobiliare*.
- INEGI. (2007). *Anuario Estadístico de Sonora 2006*.
- ITESM. (2007). Grandes oportunidades de negocios, *Exporta a china* del portal del Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey.
- ITESM. (2008). Alumnos de Tec de Monterrey visitan México-China Business en Shanghai, *Revista Mundo Tec Académico*.
- Kiosco Mayor. (2008). Yin Hengmin, embajador de China, visitó la entidad, nota publicada por www.Kioskomayor.com, Hermosillo, Sonora.
- La prensa, (2007). Presentan oportunidades para exportar a Shanghai. Noticia publicada por www.laprensasonora.com, Hermosillo, Sonora.
- México. Secretaría de Economía Sonora (2005). *Inversión Extranjera en el Estado de Sonora*. México DF.
- México. Secretaría de Economía. (2006). *Inversión de China en México*. México DF
- Moncayo, Edgard. (2004). *Modelos de desarrollo regional: teorías y factores determinantes*. Sociedad Geografica de Colombia.
- Porter, Michael. (1990). *The Competitive Advantage of Nation*, New York, The Free Press.
- Porter, Michael. (2000). Location, Competition and Economic Development: Local Clusters in a Global Economy. *Economic Development Quarterly*, Thousand Oak, febrero.
- OMT. (2008). *Panorama del turismo internacional*, edición 2008.

- Osuna, Georgina, (2006). Interesa uva sonorense a país oriental. *Enfoque Industrial Sonorense: Revista de Canacintra*, Hermosillo.
- Salguero, Jorge. (2006). Enfoques sobre algunas teorías referentes al desarrollo regional, *Conferencia estatutaria para posesionarse como miembro de número de la Sociedad Geográfica de Colombia*. Documento disponible en www.sogeocol.edu.co.
- Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación. (2006). Exportarán productores de Sonora de uva de mesa a China y Japón, Coordinación General de Comunicación Social, nº 168, Caborca.
- Secretaría de Economía. (2006). Buscan ingresar a mercado chino productores de uva de mesa, Gobierno de Sonora, documento disponible <http://www.sonora.gob.mx/> .
- SonoraEs, (2007). Cajemenses promueven su municipio en China, Corea y Japón, *La Revista de las Oportunidades de Sonora*
- Telex, (2007). Va nuev sonorense a China, nota publica en el portal *Nueva Imagen Telex*, 13 de diciembre
- Vieyra, Luis. (2007). Oportunidades comerciales en Shanghai y el Delta del Yangtzé. Ponencia presentada en *La semana de Exportación a China: Shanghai*, COPRESON-PROMEXICO; Hermosillo, Sonora.