

"Nearshoring" y "offshoring", ¿qué papel juega China?

El concepto "*nearshoring*" tiene un hermano: el "*offshoring*", que consiste en contratar a fabricantes, ya establecidos, como proveedores para que el producto final resulte más barato.

China fue la nación líder del "*offshoring*". Se consolidó como la gran fábrica del mundo por su mano de obra barata, con empresas subsidiarias, afiliadas y subcontratistas al servicio de una empresa matriz en el exterior, de acuerdo con la Cepal (la oficina de las Naciones Unidas para el desarrollo económico).

Con el "*nearshoring*" las empresas tienen el control de la producción, pues relocalizan sus instalaciones y procesos para fabricar la totalidad o partes del producto final. A diferencia del "*offshoring*" en el que se delega la tarea a un proveedor.

El crecimiento económico de China no fue bien visto por Estados Unidos, que comenzó a poner restricciones a las importaciones desde ese país. Esto derivó en una guerra comercial entre ambas potencias, motivada en buena parte por *Donald Trump* desde *Washington*.

La pandemia de Covid-19 planteó serios problemas en las cadenas de suministro y reveló la gran dependencia hacia China, cuyas medidas de confinamiento obligaron a cerrar miles de centros de trabajo.

China es ahora un generador de inversión extranjera y ha comenzado una fuerte expansión económica con la llamada Ruta de la Seda, una iniciativa comercial y de financiamiento para el desarrollo en todo el planeta. China figura entre los países que instalan fábricas en territorio mexicano, lo que representa un reto para la influencia de Estados Unidos.

Aquí nos encontramos: en la expansión política, industrial y comercial de China, con una geografía atractiva para la producción de mercancía destinada al sector estadounidense y un tratado de libre comercio que abarata las exportaciones.

El *nearshoring* es un modelo industrial que aprovecha los bajos costos de producción y su cercanía con el mercado de consumo, pero que también depende de decisiones políticas, financieras e incluso de seguridad pública, lo que puede ser un desafío para México.

México: lanzamiento de licitaciones para el Corredor de Tehuantepec

Las autoridades mexicanas han anunciado que durante el transcurso del presente mes se lanzarán las primeras licitaciones para la construcción de 10 parques industriales previstos en el plan de desarrollo del Corredor Interoceánico del Istmo de Tehuantepec, un gran proyecto de infraestructura que consiste en la construcción de una línea ferroviaria comercial para el transporte de mercancías en el sur del país.

El corredor interoceánico de 20.000 millones de pesos (US\$1.000 millones) está diseñado para crear una plataforma logística entre el puerto de Salina Cruz, en el estado de Oaxaca, en la costa del Pacífico, y el puerto de Coatzacoalcas, en Veracruz, en el golfo de México, para competir con el canal de Panamá.

El proyecto incluye la modernización de los dos puertos marítimos y algunos tramos intermedios. En la línea ferroviaria se prevé la creación de numerosas estructuras industriales, logísticas y de otro tipo para el desarrollo económico.

La Secretaría de Economía federal, Raquel Buenrostro, estimó inversiones de alrededor de mil millones de dólares por cada polo industrial. Según informaron fuentes gubernamentales, cada una de estas zonas tendrá una extensión de entre 250 y 400 hectáreas y las licitaciones estarán dirigidas a atraer inversiones en los sectores de la industria eléctrica y electrónica, equipos y dispositivos médicos, movilidad eléctrica y energías renovables.

Además del precio y valor de la inversión, los criterios de adjudicación de las ofertas tendrán en cuenta el número de puestos de trabajo que se generarán y el nivel salarial de los trabajadores.

Asimismo, en el contexto de grandes proyectos de infraestructura, se anunció la ampliación de la planta de energía solar más grande de América Latina en Puerto Peñasco, en el nortero Estado de Sonora, en la frontera con Estados Unidos.

Los planes del gobierno mexicano también contemplan la creación de un clúster productivo vinculado a la movilidad eléctrica, gracias a la disponibilidad de litio en la región y su cercanía estratégica con el estado de Arizona, productor de semiconductores.

China es el gigante de las inversiones que México tiene olvidado

México desaprovecha el potencial de las inversiones chinas en sectores clave como la infraestructura. Si el gobierno mexicano no recupera su confianza se perderán recursos para reactivar la economía.

En octubre del año pasado, la Cámara de Comercio de China en México informó que las empresas asiáticas aumentarían sus inversiones en distintos sectores del territorio nacional entre 2020 y 2025.

China mira de reojo a México. Mientras que en el papel los socios comerciales tienen una sólida relación, al momento de revisar los números la realidad es muy diferente.

A pesar de que las inversiones del dragón asiático crecieron 40% en la región de Norteamérica el año pasado, el gobierno mexicano no logró cerrar tratos importantes y de largo plazo.

La Inversión Extranjera Directa (IED) proveniente de China en México durante 2020 apenas alcanzó los 147 millones de dólares, en contraste con los 9,000 millones de dólares de Estados Unidos.

Aun cuando China es el segundo socio comercial de México las inversiones no logran despegar desde hace décadas. Cifras de la Secretaría de Economía muestran que de 1999 a septiembre de 2020 las empresas chinas invirtieron 1,391 millones de dólares.

De ese monto, 43% se destinó a infraestructura y manufactura, 15% a servicios, mientras que el 42% restante se dividió entre minería y comercio.

China no invierte más en México porque es un país en términos regulatorios muy complejo, aunado a que las empresas chinas no han terminado de comprender los procesos y les resultan más fáciles en otros países de América Latina.

Históricamente los inversionistas chinos tienen cierta resistencia a desembarcar en el mercado mexicano, no solo porque entre ambas naciones existe una cultura organizacional diferente, también por un tema de confianza.

Con la llegada de un nuevo gobierno en diciembre de 2018 y el acercamiento que hubo por parte de las autoridades se abrió una posibilidad de que las inversiones del dragón chino regresaran a territorio azteca.

Campagna di *nation branding*: *Be IT*

Una campagna straordinaria di promozione del Made in Italy a sostegno delle esportazioni italiane e dell'internazionalizzazione del sistema economico nazionale: questo è "*Italy is simply extraordinary: beIT*", il nuovo ambizioso progetto lanciato dal Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale (MAECI) in collaborazione con ICE – Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane. La campagna avrà una dimensione globale con un focus particolare su 26 Paesi individuati come prioritari.

La campagna persegue due obiettivi: raccontare al pubblico internazionale in maniera originale e innovativa l'Italia, i suoi valori e talenti, le sue competenze e le straordinarie potenzialità; sostenere l'internazionalizzazione delle filiere del nostro sistema produttivo, ampliando e diversificando i mercati esteri di riferimento per le piccole e medie imprese italiane.

La campagna è partita il 29 novembre 2021 e durerà sino ad agosto 2022, articolandosi in due fasi. La prima sarà incentrata sul racconto dei "valori" che identificano l'Italia: creatività, passione, tradizione, stile, innovazione e diversità. La seconda fase vedrà l'attivazione di campagne mirate (cd. "declinazioni verticali"), volte a promuovere le filiere produttive del Made in Italy. La fase valoriale si articolerà da novembre 2021 a marzo 2022; le campagne verticali saranno attive da marzo ad agosto 2022.

La campagna si svilupperà principalmente sui canali digitali e prevedrà la costruzione di una nuova identità visuale e linguistica per il complesso dell'attività di promozione dell'Italia nel mondo, di piattaforme e pagine internet dedicate, profili sociali e contenuti originali (testi, audio e video) che verranno creati durante l'intero arco della campagna. La campagna avrà anche una declinazione "verde", in collaborazione con la società italiana Treedom.

EXPO 2030, CANDIDATURA DI ROMA

La candidatura di Roma a ospitare l'Expo 2030, avviata dal Governo e portata avanti dal Comitato promotore e da Roma Capitale, è stata presentata ufficialmente nel Padiglione Italia a Expo 2020 Dubai.

A illustrarla il Sindaco della Capitale Roberto Gualtieri, il Ministro degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale Luigi Di Maio e quello delle Infrastrutture e della Mobilità Sostenibili Enrico Giovannini, intervenuti in collegamento, il presidente del Comitato di candidatura, il direttore generale del Comitato, l'architetto Carlo Ratti e il Commissario generale per l'Italia a Expo 2020.

Nel corso dell'evento è stato svelato il sito dove Roma prevede di allestire l'Esposizione Universale: l'area di Tor Vergata, che rappresenta il distretto ideale per un ambizioso intervento di rigenerazione urbana, inclusione e innovazione.

Durante la presentazione della candidatura, il Sindaco Gualtieri ha ricordato le vittime della guerra in Ucraina scatenata dall'aggressione militare russa, esprimendo vicinanza nei confronti di tutte le persone che soffrono le conseguenze del conflitto e ribadendo l'impegno della città di Roma per la pace, il dialogo e la cooperazione tra i popoli.

Il progetto di candidatura di Roma Expo 2030 vuole indicare un modo nuovo di promuovere la convivenza urbana, superando la tradizionale separazione tra centro e periferia. Entro il 2050 le metropoli ospiteranno i due terzi dell'intera popolazione mondiale: la relazione tra territorio e persone è quindi una delle più grandi sfide del nostro tempo.

Con il tema "Persone e territori: rigenerazione urbana, inclusione e innovazione" Roma vuole essere il centro di questo nuovo modello di città: inclusivo, interconnesso, sostenibile e condiviso. A Roma tutti i Paesi partecipanti potranno dare il proprio contributo per individuare il modello di convivenza urbana del futuro.

Rapporti Commerciali Italia-Messico e Messico-UE

Il Messico è membro fondatore dell'Organizzazione Mondiale del Commercio e concede il trattamento della nazione più favorita (NPF) a tutti i suoi partner commerciali. Il Messico partecipa attivamente alle attività regolari dell'OMC, ai negoziati e alle discussioni su nuovi temi legati al commercio e, dato il suo alto grado di integrazione nel commercio internazionale, attribuisce grande importanza al buon funzionamento di un sistema commerciale multilaterale basato su regole che contribuisce a uno sviluppo inclusivo e sostenibile.

Con trattati di libero scambio vigenti con 50 paesi, il Messico è l'economia più aperta dell'America Latina, all'interno della quale è il primo esportatore, e rappresenta per l'Italia il secondo mercato di riferimento del continente americano (dopo gli USA e unitamente al Brasile).

L'Italia è il 13° fornitore complessivo del Messico e, tra gli Stati europei, il 2° fornitore, dopo la Germania. Nel 2021 le esportazioni italiane in Messico sono state pari a 6,109 mld di dollari, con un incremento del 26,2% rispetto allo stesso periodo del 2020. La Bilancia Commerciale tra i due paesi ha registrato un saldo positivo a favore dell'Italia di 5,09 mld di dollari nel 2021.

Nei primi 7 mesi del 2022 le esportazioni dell'Italia in Messico hanno raggiunto i 4,3 mld di dollari (+24% rispetto al 2021), mentre le importazioni dal Messico ammontavano a 530 mln di dollari; pertanto per i primi 7 mesi la bilancia commerciale tra i due paesi riporta un dato positivo per l'Italia pari a 3,7 mld dollari.

Nel 2020 è stato raggiunto l'accordo sul testo del nuovo Accordo Globale tra Unione Europea e Messico, ancora in attesa di ratifica. La parte commerciale dell'intesa prevede per la prima volta la liberalizzazione del settore agroalimentare, l'eliminazione di numerosi ostacoli agli scambi e il riconoscimento di 340 denominazioni di origine europee, con importanti benefici potenziali per le esportazioni italiane.