



Retos y oportunidades para elevar la competitividad de la industria manufacturera mexicana

*Congreso Canacero “La competitividad de la
cadena productiva del acero”*

Mtro. Carlos Heredia Zubieta

**Director, División de Estudios Internacionales
Centro de Investigación y Docencia Económicas**

Monterrey, NL - 7 de septiembre de 2011

Pregunta 1

RETOS

Los cambios en el contexto global

- El siglo XXI es de Asia: “El irresistible viraje del poder global hacia el Este” - Kishore Mahbubani (Singapur)
- China o India, las mayores economías del mundo en 17 de 20 siglos de nuestra era – Angus Maddison
- Nuevo ‘multilateralismo’ con base en reciprocidad y cooperación Norte-Sur-Este: G20.
- McKinsey Shanghai: los mejores y más exigentes lectores de nuestros Informes son los dirigentes del Partido Comunista de la República Popular China.
- China, la fábrica del mundo. Su ingreso a la OMC en 2001, llamada de atención que no atendimos. Dirigentes mexicanos creyeron que TLCAN era punto de llegada.

Pregunta 2

RETOS

La recaptura de la manufactura

- Estados Unidos, Japón, Alemania economías ‘post-materiales’, insertas en la **sociedad del conocimiento**: investigación científica, desarrollo de patentes intl’s, ingeniería de productos, ‘branding’, distribución global.
- La manufactura se desplaza hacia este y sur. Charleroi languidece. Pittsburgh se reinventa. Boom en Shanghai.
- México: sector manufacturero de enclave: importa insumos y exporta producción, pero no estimula el mercado interno.
- La producción y el empleo en la manufactura TLCAN se expandieron entre 1994 y 2000. En 2011 el empleo manufacturero es apenas el 73% del registrado en 2000.

Pregunta 3

RETOS

La competitividad

- Definición tradicional: capacidad de atraer y retener inversión. Factores de la competitividad:
 - a) Combinación en el uso de factores: tierra, trabajo, capital, tecnología, crédito;
 - b) Apoyo de la inversión pública en **infraestructura física** (carreteras, puertos, aeropuertos, banda ancha), **socio-económica** (educación de calidad, salud, vivienda, alimentación) e **institucional** (estado de derecho, exigibilidad de contratos, cómo gobernarnos mejor)
 - c) Contar con una sociedad incluyente, preparada y sana.

Pregunta 4

OPORTUNIDADES

Para la manufactura en general

- México no puede competir con China por sí solo. Los socios del TLCAN deben:
 - 1) Articular agenda de desarrollo y competitividad para el sector de manufactura del TLCAN;
 - 2) Imaginar una nueva relación regional de América del Norte con Asia y especialmente con China.

- Estados Unidos: fijación agenda de seguridad post 9/11; Canadá rel. bilateral EU; México debe tomar iniciativa.

- Nichos de la manufactura - cadenas de valor:
 - a) Cadena autopartes-automotriz,
 - b) metal-mecánica;
 - c) Cadena hilo-textil-confección,
 - d) electrónica;
 - e) Cadena transporte-logística-telecomunicaciones.

OPORTUNIDADES

Para la cadena manufactura-acero

- Los mayores productores de acero en 2010 (mn tons):

1. ArcelorMittal	98.2	6. Nippon Steel	35.0
2. Hebei Iron & Steel	52.9	7. JFE Japan	31.1
3. Baosteel Group	37.0	8. Jiangsu Shagang	23.2
4. Wuhan Iron & Steel	36.5	9. Shandong Iron & S	23.2
5. POSCO S. Korea	35.4	10. Tata Steel India	23.2
- Además del planchón de acero, desarrollo de aceros de alta calidad: forjado, laminado, estampado, troquelado.
- East Chicago, IN – Laboratorio de Investigación y Desarrollo de ArcelorMittal, dirigido por ing. michoacano.

Pregunta 5

OPORTUNIDADES

Política manufacturera: lo institucional

- México, plataforma manufacturera y logística de América del Norte
 - Clusters automotriz-autopartes: Ramos Arizpe, Hermosillo, Chihuahua, Silao, Toluca
 - México entre Atlántico y Pacífico, al lado del mayor mercado del mundo, en la cintura del hemisferio
 - FC puerto Lázaro Cárdenas-Kansas City es enlace entre Singapur y Nueva York!

- Activos relacionales:
 - Pacto social, objetivo nacional, proyecto de país.
 - NADBANK financiamiento proyectos integración.
 - Planeación a 20-30 años.



CIDE

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1. TLCAN refleja org. industrial de 1980s. Las empresas no pueden cumplir reglas de origen (valor agregado regional) pues insumos se fabrican fuera de la región.
2. Si EU, Canadá y México van a surgir de crisis actual con una base de manufactura fuerte, necesitan diseñar juntos estrategia de desarrollo regional para restablecer competitividad sector en mcdos. globales, que son muy distintos de lo que fueron cuando se negoció el TLCAN.
3. Campaña ‘compre norteamericano’ .
4. En México, apoyo PYMES para redes de proveeduría, transferencia tecnológica, expansión mercado interno, investigación, desarrollo e innovación.