



China: competencia comercial con México y Centroamérica

En los últimos años China ha presentado un espectacular desempeño en términos macroeconómicos: inversión extranjera, tasas de ahorro y crecimiento del PIB. De igual modo, ha logrado avances significativos en el ámbito social, y con su adhesión a la OMC en 2001 incrementó su participación en el comercio internacional. Para analizar las oportunidades o las amenazas que representa la economía china en los mercados nacionales de México y Centroamérica, y en el de Estados Unidos, la Comisión Económica para América y el Caribe (CEPAL) promovió una amplia investigación para examinar la economía del país asiático en general y las cadenas de valor de hilo-textil-confección y electrónica-computadoras personales, ambas de relevancia económica para los dos primeros.¹

El documento consta de cuatro partes. En la primera se presentan algunos conceptos relevantes para la comprensión de las cadenas de valor en el marco de la globalización. En la segunda se analiza el desempeño socioeconómico y la estrategia de desarrollo en China desde 1978, la estructura comercial y los beneficios de su adhesión a la Organización Mundial del Comercio (OMC) así como

la complementariedad o la competencia de Centroamérica, México y China en el mercado de Estados Unidos y las relaciones comerciales de los primeros con el gigante asiático. En la tercera y cuarta partes se estudian las cadenas de valor mencionadas con información detallada a seis y 10 dígitos del sistema armonizado. Incluye también abundante información estadística.

ANTECEDENTES CONCEPTUALES

Desde el decenio de los noventa comenzó la reflexión sobre los efectos de los ajustes estructurales en América Latina. Mientras algunas instituciones como el FMI insisten en consolidar la estrategia macroeconómica que parte del Consenso de Washington, otros organismos y varios autores proponen que se replantee la estrategia, en vista de que la región no ha recuperado su senda de crecimiento desde los años ochenta, a diferencia de gran parte de Asia y en particular de China.

Después del periodo de la sustitución de importaciones de los setenta, en el decenio siguiente los países de América Latina empezaron a integrar segmentos de la cadena productiva como parte de una *estrategia de productos finales*. Esto significa que las empresas transnacionales transfirieron a diversos



1. Resumen del documento de Enrique Dussel Peters y Liu Xue Dong, *Oportunidades y retos económicos de China para México y Centroamérica*, CEPAL, Santiago de Chile, 2004.

países algunos segmentos de la cadena de valor agregado de sus actividades. Todo ello en un marco de apertura internacional tanto de mercancías como de capitales y servicios, y gracias al impresionante avance en los medios de comunicación electrónica. Desde entonces la globalización ha propiciado que se transfieran segmentos de cadenas de valor a diversos territorios, lo cual ha generado un gran proceso de subcontratación (*outsourcing*) mundial encabezado al principio por el sector productivo y después por las empresas distribuidoras y comercializadoras. Además, desde los años noventa se tiende a delegar a los subcontratistas la responsabilidad de todo el proceso (inventarios, financiamiento, calidad, insumos, empaque y envío al consumidor final). Este nuevo modelo, llamado de paquete completo, permite un mayor grado de integración y de apropiación de valor agregado por parte de los países que se hacen cargo. Cuanto mayor sea el número de clientes y menor la dependencia de normas impuestas por las principales compañías líderes, mayores son las opciones de integración, coordinación, difusión, aprendizaje y escalamiento local y entre las empresas.

La creación de condiciones competitivas para el sector productivo exige diversos instrumentos: políticas territoriales, capacitación, difusión de tecnología, generación de capacidades, fomento de las micro, pequeñas y medianas empresas, promoción de la investigación y el desarrollo, marco regulatorio, y relación entre los sectores público y privado. Los retos, desde esta perspectiva, son enormes.

Así pues, la mundialización y sus efectos socioeconómicos y territoriales pueden generar endogeneidad en los territorios cuya capacidad de incorporar los procesos y segmentos de cadenas mediante los que se integran al mercado mundial son de gran trascendencia en aspectos como el desarrollo tecnológico y su difusión, la generación de valor agregado y de empleo, los procesos de aprendizaje y el nivel de vida de la población, así como el grado de educación y capacitación requerido, entre otras variables socioeconómicas.

POLÍTICA ECONÓMICA DE CHINA

Las profundas reformas realizadas en China han implicado cambios institucionales y políticos que van más allá de los ámbitos económico y comercial, en los que China ha pasado por un profundo y acelerado proceso de industrialización con base en la acumulación de capital, la orientación a las exportaciones, la sustitución de importaciones y el aumento del nivel tecnológico de la producción mediante políticas estatales. Asimismo, los gobiernos locales, estatales y nacional han dado incentivos a la inversión extranjera, aunque ha disminuido de manera considerable en 2004. Se apoyaron los sectores con alto grado de descentralización de recursos y de personal y se canalizó mucha inversión hacia la infraestructura, la lucha contra la pobreza y la educación, lo que permite pronosticar un gran crecimiento en el futuro.

A pesar de los avances, China se enfrenta a retos como la polarización de los ingresos y crecientes disparidades entre las regiones rurales y urbanas, la generación de empleo ante el masivo desplazamiento de la población del sector agrícola, así como la necesidad de modernizar el sector financiero y revertir el deterioro del ambiente.

El aparato productivo y el comercio reflejan un importante cambio estructural. Hasta principios de los años ochenta las materias primas y el petróleo participaban con 50% de las exportaciones; un decenio después las prendas de vestir ocuparon el lugar principal. Desde mediados de los años noventa los capítulos más importantes de exportación han sido las autopartes y los productos electrónicos con sus principales socios, como Japón, Corea y Taiwán. China tiene déficit elevados y en aumento en partes y componentes eléctricos, mientras registra altos y crecientes superávit por sus exportaciones a Estados Unidos y la Unión Europea de productos electrónicos, autopartes y prendas de vestir. Por ello China se ha convertido en un actor de la mayor relevancia en la integración comercial asiática; de 1992 a 2002 importó energía, materias primas, metales y productos con cierto grado de transformación (como plásticos, abonos y otros).

El comercio exterior de China muestra el alto grado de integración comercial con Asia y el peso de las exportaciones a Estados Unidos, las cuales contribuyeron con 25.55% del incremento de las ventas de 1992 a 2002. Los países latinoamericanos considerados participaron con menos de 2% de las importaciones y 1.5% de las exportaciones. La mayor parte del superávit comercial de China proviene de Estados Unidos, la Unión Europea y México, mientras que la balanza comercial con los países asiáticos es negativa. El superávit comercial acumulado de 1992 a 2002 con Estados Unidos representó 89.27% del superávit total durante el periodo. Asimismo, se han registrado cambios en las exportaciones estadounidenses: una gradual disminución de las intensivas en fuerza de trabajo (en especial de hilo-textil-confección, juguetes y calzado) y un alto dinamismo de autopartes y electrónica, sectores a los que correspondieron 37.47% de las ventas externas a ese país en 2002.

El desempeño exportador de Centroamérica, México y China se benefició de las crecientes importaciones de Estados Unidos de 1990 a 2003, si bien China ha tenido un desempeño muy superior al de Centroamérica y México y ha desplazado a este último del segundo lugar como importador de Estados Unidos desde 2002. En seguida se destacan algunos aspectos de los principales 10 capítulos de exportación de Centroamérica y México a Estados Unidos en 2003.

1) Los principales 10 capítulos de exportación representaron para Centroamérica 88.15% y para México 83.77% de sus ventas, mientras tales capítulos constituyeron 30.29 y 52.27%, respectivamente, de los envíos de China a Estados Unidos. Esto es importante porque reflejan un mayor potencial de conflicto con México y de complementariedad con Centroamérica.

2) Las ventas externas de prendas de vestir de Centroamérica en Estados Unidos representaron en 2003 casi 60% del total, comparado con 30% en 1990. En estos rubros, los tres países compiten de manera directa. Por ejemplo, las exportaciones centroamericanas de prendas de punto representaron en 2003

CHINA: PRINCIPALES CAPÍTULO EXPORTADOS E IMPORTADOS (A DOS DÍGITOS DEL SISTEMA ARMONIZADO), 1996-2002 (PORCENTAJES)

		1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Exportaciones								
(porcentaje sobre el total)								
85	Máquinas, aparatos y material eléctrico y sus partes, aparatos de grabación o reproducción de sonido, aparatos de grabación o reproducción de imágenes y sonido en televisión, y las partes y accesorios de estos aparatos.	13.35	13.43	14.66	16.90	18.49	19.28	20.49
84	Reactores nucleares, calderas, máquinas, aparatos y artefactos mecánicos; partes de estas máquinas o aparatos.	7.21	7.50	9.07	9.82	10.76	12.62	15.11
62	Prendas y complementos de vestir, excepto los de punto.	9.65	9.26	8.47	7.99	7.57	7.12	6.32
61	Prendas y complementos de vestir de punto.	5.05	6.41	6.28	6.03	5.39	5.06	4.91
95	Juguetes, juegos y artículos para recreo o para deportes, sus partes y accesorios.	3.96	4.11	4.22	3.95	3.69	3.41	3.56
	<i>Subtotal</i>	39.22	40.72	42.70	44.69	45.90	47.49	50.40
Importaciones								
(porcentaje sobre el total)								
85	Máquinas, aparatos y material eléctrico y sus partes, aparatos de grabación o reproducción de sonido, aparatos de grabación o reproducción de imágenes y sonido en televisión, y las partes y accesorios de estos aparatos.	13.65	15.45	18.80	21.27	22.54	22.94	24.82
84	Reactores nucleares, calderas, máquinas, aparatos y artefactos mecánicos; partes de estas máquinas o aparatos.	21.66	17.40	17.56	16.80	15.30	16.64	17.66
27	Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación, materias bituminosas, ceras minerales.	4.96	7.27	4.84	5.39	9.19	7.19	6.55
39	Materias plásticas y manufacturas de estas materias.	6.35	7.16	7.46	7.01	6.42	6.26	5.89
90	Instrumentos y aparatos de óptica, fotografía o cinematografía, de medida, control o de precisión; instrumentos y aparatos médico-quirúrgicos; partes y accesorios de estos instrumentos o aparatos.	2.55	2.56	2.84	3.03	3.23	4.01	4.57
	<i>Subtotal</i>	49.18	49.83	51.49	53.48	56.68	57.06	59.48
Balanza comercial								
(principales cinco capítulos superavitarios y deficitarios) (millones de dólares)								
	<i>Total</i>	12 215	40 421	43 572	29 232	24 109	22 545	30 426
62	Prendas y complementos de vestir, excepto los de punto.	13 764	16 100	14 835	14 848	18 113	18 213	19 817
61	Prendas y complementos de vestir de punto.	7 444	11 477	11 245	11 420	13 041	12 981	15 460
95	Juguetes, juegos y artículos para recreo o para deportes, sus partes y accesorios.	5 410	7 208	7 486	7 457	8 971	8 812	11 247
64	Calzado, polainas, botines y artículos análogos, partes de estos artículos.	6 750	8 183	8 099	8 373	9 530	9 766	10 786
94	Muebles; mobiliario médico-quirúrgico; artículos de cama y similares; aparatos de alumbrado no expresados ni comprendidos en otras partidas; anuncios, letreros y placas indicadoras, luminosos, y artículos similares; construcciones prefabricadas.	2 874	3 645	4 146	5 218	6 762	7 237	9 450
90	Instrumentos y aparatos de óptica, fotografía o cinematografía, de medida, control o precisión; instrumentos y aparatos médico-quirúrgicos; partes y accesorios de estos instrumentos o aparatos.	-554	354	296	-332	-963	-3 329	-6 117
85	Máquinas, aparatos y material eléctrico y sus partes, aparatos de grabación o reproducción de sonido, aparatos de grabación o reproducción de imágenes y sonido en televisión, y las partes y accesorios de estos aparatos.	1 222	2 563	586	-2 288	-4 677	-4 582	-6 566
39	Materias plásticas y manufacturas de estas materias.	-5 230	-5 353	-5 298	-6 486	-8 068	-8 562	-9 342
27	Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación, materias bituminosas, ceras minerales.	-956	-3 358	-1 616	-4 271	-12 825	-9 112	-10 886
72	Fundición, hierro y acero.	-3 716	-2 243	-3 368	-5 120	-5 979	-8 716	-10 933

Fuente: Enrique Dussel Peters y Liu Xue Dong, *Oportunidades y retos económicos de China para México y Centroamérica*, CEPAL, México, 2004.

ESTADOS UNIDOS: IMPORTACIONES TOTALES DESDE PAÍSES SELECCIONADOS, 1990-2003 (PORCENTAJES)

	1990	1995	2000	2001	2002	2003	1990-2003	Tasa de crecimiento promedio anual 1990-2003
Canadá	18.56	19.59	19.00	19.14	18.23	17.92	19.00	7.16
China	3.08	6.13	8.26	9.01	10.81	12.13	7.59	19.40
México	6.01	8.34	11.18	11.52	11.61	10.98	9.52	12.55
Japón	18.24	16.55	12.09	11.14	10.50	9.48	13.97	2.17
Alemania	5.71	5.02	4.84	5.20	5.28	5.32	5.18	6.87
Reino Unido	4.06	3.60	3.55	3.63	3.50	3.40	3.66	5.99
República de Corea	3.73	3.25	3.30	3.08	3.06	2.95	3.09	5.53
Taiwán	4.59	3.90	3.35	2.94	2.78	2.52	3.61	2.60
Francia	2.60	2.23	2.44	2.65	2.44	2.31	2.48	6.47
Irlanda	0.35	0.55	1.36	1.64	1.94	2.06	1.06	23.06
Malasia	1.06	2.35	2.11	1.96	2.07	2.03	1.95	12.91
Italia	2.56	2.21	2.06	2.09	2.10	2.02	2.21	5.52
Brasil	1.58	1.22	1.14	1.27	1.35	1.42	1.28	6.55
Arabia Saudita	2.03	1.10	1.19	1.09	1.05	1.37	1.24	4.25
Venezuela	1.86	1.25	1.45	1.25	1.24	1.33	1.33	4.74
Tailandia	1.07	1.53	1.35	1.30	1.28	1.21	1.35	8.40
Singapur	1.99	2.50	1.59	1.32	1.22	1.14	1.84	2.96
India	0.65	0.77	0.89	0.86	1.02	1.04	0.86	11.41
Israel	0.67	0.77	1.07	1.06	1.08	1.02	0.90	10.95
Suecia	1.00	0.84	0.79	0.78	0.80	0.89	0.85	6.51
Holanda	1.00	0.85	0.80	0.83	0.86	0.88	0.88	6.34
Hong Kong	1.91	1.38	0.94	0.85	0.80	0.70	1.20	-0.53
Costa Rica	0.20	0.25	0.29	0.26	0.27	0.27	0.27	9.70
Honduras	0.10	0.19	0.26	0.28	0.28	0.26	0.23	15.90
Guatemala	0.16	0.20	0.22	0.23	0.24	0.24	0.21	10.67
El Salvador	0.05	0.11	0.16	0.17	0.17	0.16	0.13	17.89
Nicaragua	0.00	0.03	0.05	0.05	0.06	0.06	0.04	35.20

Fuente: Enrique Dussel Peters y Liu Xue Dong, *Oportunidades y retos económicos de China para México y Centroamérica*, México, CEPAL, 2004.

15.94% de las importaciones de Estados Unidos, 10.76% las de China y 9.85% las de México, que ha perdido dinamismo desde 2000, aunque la competencia entre los tres es significativa. Para este capítulo (61) las exportaciones mexicanas pagan 0.73% de arancel, las centroamericanas 5.97% y las chinas 11.27%. En el capítulo 85 (electrónica), de 1990 a 2003 la participación de Centroamérica en las importaciones totales de Estados Unidos aumentó más de cinco veces, aunque es más de 30 veces inferior a la de China. En otros rubros, como frutos comestibles, café, pescado y crustáceos, combustibles minerales y azúcares (capítulos 8, 9, 3, 27 y 17), Centroamérica tiene una presencia importante en el mercado estadounidense y no compite con China de forma significativa, además de que los aranceles estadounidenses en todos estos casos son muy reducidos.

3) De 1990 a 2003 las exportaciones mexicanas a Estados Unidos se han concentrado (55%) en productos de la industria electrónica, automovilística y de autopartes (capítulos 85, 87 y 84), en los cuales México compite de manera directa con China en aquel mercado. El petróleo (que aún constituye 10% de las ventas externas mexicanas) y otros productos agrícolas —como legumbres y hortalizas— no compiten con los chinos y tienen una gran presencia en Estados Unidos: participaron con casi 60% de las importaciones estadounidenses. México paga aranceles menores que China en este capítulo: 0.8% y 8.57%, respectivamente.

El análisis de los 10 principales capítulos de exportación de México y Centroamérica a Estados Unidos refleja un tratamiento arancelario que ha beneficiado sobre todo a México y

en menor medida a Centroamérica. También se nota un alto grado de competencia de los principales capítulos: prendas de vestir, electrónica y autopartes, muebles, instrumentos y aparatos de óptica, entre otros. Con algunas excepciones (prendas de vestir de punto para Centroamérica y sector automovilístico para México), el crecimiento de China y su participación en el mercado de Estados Unidos ha comenzado a desplazar a sus principales competidores desde 2000, sobre todo en el caso de las manufacturas ligeras. En cambio, la presencia de energía y productos agrícolas y agroindustriales de ese país es reducida.

No hay análisis de las importaciones de artículos chinos en Centroamérica, aunque las estadísticas señalan que son bajas respecto a las totales. Desde 2002 China es el segundo proveedor de México, con una tasa

de crecimiento promedio anual de 26.3% de 1993 a 2003; las compras se concentran en autopartes, electrónica, juguetes y zapatos.

A diferencia de Argentina, Brasil y Chile que exportan a China productos agrícolas y agroindustriales, México y Centroamérica casi no le venden esos bienes debido a que su patrón de especialización productiva y comercial durante los años noventa se ha concentrado más en la transformación de productos importados para venderlos a Estados Unidos.

LA CADENA MUNDIAL HILO-TEXTIL-CONFECCIÓN

Con base en los anexos estadísticos del documento original se examinan los segmentos y los productos de la cadena hilo-textil-confección en los que Centroamérica y México compiten con China tanto en los propios mercados nacionales como en el de Estados Unidos.

Esta cadena ha estado siempre sujeta a más regulaciones. Las normas de comercio que se le aplican incluyen las disposiciones del Acuerdo sobre Textiles y Vestidos (ATV) de la Ronda de Uruguay de la OMC, en la cual se establecieron cuatro etapas (1995, 1998, 2002 y 2005) para eliminar las cuotas. Si bien desde el 1 de enero de 2005 se deberá concluir el proceso, cabe considerar que pueden haber otras barreras al comercio, como los aranceles y las normas *antidumping*, relativamente laxas con China. Asimismo, Estados Unidos creó diversos programas para fomentar la maquila en el exterior y gravar sólo el valor agregado del producto final, lo cual benefició a México en particular y a los países de la Cuenca del Caribe. Además, es importante examinar si a los procesos realizados en la región (cortado, lavado, bordado, teñido) tampoco se les impone arancel por considerárseles como parte de la norma de origen regional.

En la actualidad en la cadena hay tres grandes actores con sus respectivas redes: detallistas, comercializadores de productos de marca y fabricantes de productos de marca. Los mercados finales se distinguen por un

alto grado de segmentación (ropa de mujer, de hombre, de vestir, informal, diversos estilos, colores, y otros) y el éxito de las tiendas de fábrica respecto a las departamentales. Primero, destaca la relativa saturación de los mercados en escala global, pues el sector registró tasas de crecimiento de 3% anual en el decenio de los sesenta y bajó a 1% de 1990 a 2002. Esto significa mayor competencia en los mercados e intensas presiones para disminuir el costo de las prendas.

Segundo, desde inicios de los años noventa se han generalizado los procesos conocidos como el citado paquete completo, que implica que los compradores transfieren la logística, la organización y la fabricación de las prendas de vestir al subcontratista. Este proceso implica el aprendizaje y la difusión territorial del subcontratista.

Tercero, la confección puede generar 50% de los costos del producto final. La tela fabricada en Estados Unidos puede ser 50% más cara que la elaborada en China, pero aun así las prendas de vestir asiáticas (incluidos fletes, cuotas y aranceles superiores) son más competitivas en costos que las de México y Centroamérica, que usan insumos estadounidenses para beneficiarse de las preferencias arancelarias. Por añadidura, el costo de la fuerza de trabajo en China y la India en la confección es 56 y 61 por ciento menor que la de México y Honduras.

Cuarto, la mayor parte de Asia logró realizar procesos de paquete completo y de fabricación de equipo original en diversos grados de escalamiento. Algunas empresas continuaron avanzando en la cadena de valor al pasar de procesos de exportación a otros de fabricación de marca original e incorporaron sus conocimientos, experiencia y desarrollos de este tipo de fabricación a procesos de diseño, ventas y mercadotecnia en el mercado nacional e internacional.

La cadena en China

La cadena hilo-textil-confección muestra los profundos cambios socioeconómicos de China. Desde mediados de los ochenta hasta mediados de los noventa esta cadena se

transformó en el motor del proceso de industrialización. Este caso ilustra la profundidad de los cambios institucionales y la variedad de instrumentos de los gobiernos centrales y provinciales. A partir de 1998 la Cámara Nacional de Exportaciones e Importaciones de Productos Textiles y de Confección, de manera conjunta con el gobierno central, aplicaron mecanismos de fomento más sutiles, para no generar controversias con la OMC u otros socios comerciales. Hasta 2004 las instancias de gobierno han subsidiado al sector textil para promover la cadena en su conjunto y crear una base de empresas nacionales y extranjeras de proveeduría y soporte, lo que han conseguido según el análisis de instituciones nacionales y extranjeras. Uno de los principales retos es la reestructuración de las empresas de propiedad estatal textileras.

Es importante comprender la magnitud de la cadena de China con respecto a Centroamérica y México: en términos de empleo la relación es de 37.5-1.5-1; en términos de la capacidad instalada es de 10 a 1 con México; en términos de exportaciones es de 7.2-1.3-1, además de contar con una red de proveeduría establecida y competitiva en el primer caso. En la política establecida para 2000-2005 China se ha propuesto continuar con el proceso de diversificación exportadora e ir más allá de la confección.

La tercera etapa de liberalización de las cuotas en el mercado de Estados Unidos desde 2002 permitió a China incrementar su participación a costa de países latinoamericanos y asiáticos. Desde 2002 los chinos desplazaron a Centroamérica y a México del segundo y el primer lugares, aunque en 2003 hubo un empate en el segmento de la confección, el más relevante para los dos. China también ha exportado a estos dos destinos, aunque no al revés. Las exportaciones ilegales son muy superiores a lo que revelan las cifras oficiales.

China espera por lo menos continuar con la dinámica de crecimiento anterior a su adhesión a la OMC. Tanto las exportaciones como el empleo de la maquila en la cadena se mantuvieron relativamente estables durante 2002-2003 en Centroamérica y se desplomaron en México.

El comercio bilateral agregado de Centroamérica con China es muy reducido, aunque con una dinámica importante. En cambio, las importaciones de la cadena provenientes de China son muy significativas para México. En la actualidad 58% del consumo nacional en México de prendas de vestir es ilegal; éstas provienen en su mayoría de Asia y en particular de China. Sólo 20% del consumo nacional es de procedencia local, y 22% se importa de manera legal.

Varios aspectos son relevantes para el corto y el mediano plazos sobre la cadena en Centroamérica y México. Ante la reciente recuperación de la manufactura en Estados Unidos, será necesario evaluar el comportamiento de las cadenas en ambos países y con respecto a China. Es necesario aumentar la productividad y la eficiencia, pues la cercanía geográfica y el menor tiempo de reacción, conocimientos culturales y experiencias históricas son ventajas importantes, aunque no absolutas. También hay experiencias de empresas chinas en Centroamérica y en México, lo que puede ser el punto de partida para concretar posibles inversiones conjuntas y otros tipos de cooperación en el corto, mediano y largo plazos.

LA CADENA MUNDIAL DE LAS COMPUTADORAS PERSONALES

Las cadenas de las computadoras personales se constituye por: a) computadoras electrónicas, b) dispositivos de almacenamiento, y c) otros equipos periféricos. La selección de la cadena de las computadoras obedece a la importante dinámica exportadora que ha tenido en México en el decenio de los noventa y como sector relevante en la electrónica. Las exportaciones de productos del código 752 de la Clasificación Uniforme para el Comercio Internacional (máquinas de oficina y para el procesamiento automático de datos) se originan sobre todo en Asia, que posee una cuota de mercado de 53.22% (similar a la de la confección). La participación de China en el mercado mundial pasó de 0.04% en 1985 a 8.78% en 2001, muy inferior a la alcanzada en la cadena hilo-textil-confección. En PC la participación de Centroamérica en el merca-

do de las computadoras es mínima (0.03% en 2001), mientras que la de México aumentó de 0.25% a 4.53%. La cuota de mercado de Estados Unidos y la Unión Europea cayó de 80 a 40 por ciento.

A diferencia de la hilo-textil-confección, la cadena de computadoras personales, igual que la electrónica, ha pasado por un importante proceso de liberalización comercial desde el decenio de los noventa. Si bien persisten barreras no arancelarias, éstas y los propios aranceles son mínimos o iguales a cero. Estos fundamentos permiten la transferencia de segmentos de la cadena de los países industrializados a otros territorios. Una característica más es la creciente presencia de redes de empresas encabezadas por los productores: miles de empresas en el mundo se organizan en círculos de producción y proveeduría alrededor de empresas de fabricación de equipo original o de marca como IBM.

La cadena en China

En 1988, ante la renovación acelerada de la ciencia y la tecnología en escala mundial y con el propósito de diversificar y reorientar la estructura exportadora, el gobierno central aplicó el programa Antorcha China para impulsar el desarrollo de nuevas tecnologías y sus respectivas aplicaciones en la industria. Destaca el establecimiento de parques industriales de alta tecnología y de centros de apoyo a este tipo de industria (Comisión de Ciencia y Tecnología de China). En el IX Plan Quinquenal de Desarrollo (1996-2000) las políticas cubrían todos los tipos de computadoras con la intención de incrementar los componentes chinos y producir equipo periférico como monitores, impresoras y discos duros. Para ello se invitó a varias empresas transnacionales a realizar inversiones conjuntas. En el X Plan Quinquenal se considera estratégico el sector de alta tecnología, para cuyo impulso se adoptaron diversas medidas.

También se ha fomentado la industria de los programas de computadora mediante políticas como el programa integral de desarrollo sectorial y la carrera de programación en 35 universidades en 2002. Desde los noventa China se ha convertido en la principal

China ha pasado por un acelerado proceso de industrialización por la acumulación de capital, la orientación a las exportaciones, la sustitución de importaciones y el aumento del nivel tecnológico de la producción. Ha canalizado también mucha inversión hacia la infraestructura, la lucha contra la pobreza y la educación



localidad de ensamble y producción en masa, cada vez con mayor complejidad tecnológica. Los principales fabricantes estadounidenses, europeos, japoneses y taiwaneses tienen plantas en China que generan miles de empleos. Este país ha sustituido a Hong Kong como centro de operaciones de las empresas, a la vez que algunas de ellas de capital chino, como Huawei, CSMC Technologies Corporation, ZTE, son importantes socios y proveedores de marca de estos fabricantes.

Segmentos de especialización de México y China en el mercado estadounidense

México tiene un alto y creciente grado de especialización en el segmento de computadoras electrónicas: 56.82% de las exportaciones mexicanas de la cadena, mientras que la participación de China es muy inferior y se ha especializado en otros equipos periféricos. Pero en 2003 esta aparente complementariedad cambió, pues las exportaciones chinas aumentaron 56.1% y en el segmento de computadoras electrónicas lo hicieron 335.6%. Como consecuencia, la cuota de

mercado de China pasó de 4.23% en 2001 a 28.19% en 2003, mientras que la mexicana cayó de 26.95 a 20.05%. Este rápido ajuste indica un desplazamiento directo de las exportaciones mexicanas por las chinas en el mercado de Estados Unidos.

Relaciones comerciales de Centroamérica y México con China

La relación comercial entre México y China en la cadena de las computadoras personales es mucho más profunda que con Centroamérica; en menos de cinco años China se convirtió en el principal exportador y en el segundo importador de México en 2003. La balanza comercial con China ha sido cada vez más negativa, mientras que con Estados Unidos ha sido superavitaria. El descenso de la actividad exportadora mexicana en el mercado estadounidense se debe a la competencia y mayor competitividad de la cadena en China. Como resultado, después de registrar tasas de crecimiento de dos dígitos en las exportaciones de productos de telecomunicaciones y computadoras personales, éstas retrocedieron de 10 529 millones de dólares en 2001 a 7 872 millones en 2003.

Por otro lado, la cadena de las computadoras ha iniciado un rápido proceso de transferencia territorial de segmentos, primero de aquellos vinculados al ensamble y a procesos de transformación, y luego de manera creciente a la ingeniería, el diseño de sistemas, programas de computación e investigación. La magnitud del capital y el corto ciclo de vida de los productos implica un alto grado de incertidumbre para todos los agentes, incluidas las empresas de fabricación original y los fabricantes que controlan las cadenas.

Para impulsar el desarrollo de esta industria en China se promueve la cooperación de los ministerios (horizontalización de instituciones públicas) para la solución de problemáticas de cadenas, así como la cooperación y la competencia por atraer este tipo de empresas entre las instituciones estatales y locales. Se ha aplicado una perspectiva sobre todo de largo plazo, por lo menos hasta 2020.

Los resultados en 2003 son notables en cuanto a las computadoras personales. Cerca de 4.1 millones de personas y un tercio de las exportaciones se vinculan con la electrónica y la industria de la información. Si estas dimensiones son pequeñas para China, son enormes para las contrapartes centroamericanas y mexicana. En México el empleo de las maquiladoras de ensamble, maquinaria y equipo eléctrico y electrónico fue de 95 000 trabajadores a finales de 2003 (2.3% de China). La brecha en términos de empleo con otros agrupamientos de la electrónica en Guadalajara, Tijuana y Ciudad Juárez es incluso más grande.

Sin embargo, el proceso de optar por productos y procesos de alta tecnología en China no tiene el éxito garantizado. A diferencia de la cadena textil, el sector de alta tecnología está encabezado por empresas extranjeras, un grupo de proveedores chinos y un conjunto pequeño de empresas también chinas de marca. La capacidad de coordinación y la planificación del gobierno central ante la pérdida de empleos en las empresas estatales es muy inferior y con mayor grado de incertidumbre.

Las empresas chinas de computadoras se han especializado en procesos y productos



relativamente simples de ensamble y en masa, y hace poco se han integrado segmentos de mayor complejidad en ingeniería y servicios de diseño, marcas propias y ventajas comparativas. Las estrategias de mediano y largo plazos son integrar la inversión extranjera directa a los procesos y los productos intensivos en capital con los programas de computación, el diseño y la infraestructura de China. Las expectativas de crecimiento del mercado interno son, a diferencia de muchos países de América Latina, un gran incentivo para las empresas extranjeras y locales. Desde 2002 China es el segundo mercado de computadoras personales (sólo después de Estados Unidos), con una tasa de crecimiento promedio anual aproximado de 26% para 2002-2006.

El caso de los productos de marras permite analizar la profundidad de la competencia entre las economías de Centroamérica, China y México. El primero no participa de manera importante en la cadena, pero los otros dos compiten en los mercados de Estados Unidos y de México. De 2001 a 2003 China desplazó a este último: su cuota en el mercado estadounidense aumentó de 4.23 a 28.19% mientras que la mexicana disminuyó de 14.34 a 10.87%. De igual forma China aumentó su participación en el mercado mexicano de 4.01 a 29.09% para convertirse en el primer exportador de la cadena de computadoras personales. Esta situación ocasionó la pérdida en México de más de 21 000 empleos directos y 500 millones de dólares en inversiones.

Hasta mediados de los noventa China y México habían sido partes integrales de las redes de producción de empresas asiáticas

y estadounidenses. Desde entonces China emprendió su integración a los mercados europeos y en especial al estadounidense, afectando a socios comerciales como México.

La competencia directa entre China y México en la cadena de computadoras ha generado pérdidas importantes para la economía mexicana, pero hay exportaciones de México que superan la competencia con los productos de China. La mayor parte de esta competencia resulta de estrategias intraempresas y de redes de empresas de computadoras que han decidido abrir o cerrar plantas y ampliar líneas de producción para nuevos productos.

CONCLUSIONES

En el proceso actual de mundialización los territorios se integran al mercado mundial mediante segmentos específicos de cadenas de valor y redes de empresas, con importantes consecuencias de política económica. El segmento específico es de gran trascendencia para comprender el potencial de endogeneidad o de polarización en los territorios y sus características en variables como los procesos y los productos realizados, la generación de empleo y su calidad, las relaciones intra e interempresariales, el incremento de investigación y desarrollo, su potencial de generación y difusión de procesos de aprendizaje y el grado de bienestar de la población. Se generan condiciones competitivas para el sector productivo, así como oportunidades y retos de política. Como resultado, las instituciones multilaterales, así como varias escuelas de pensamiento de la teoría del desarrollo promulgan una serie de instrumentos y políticas para mejorar los niveles de competitividad, de inserción territorial al proceso de globalización y de mejoría del nivel de vida de la población.

Las reformas en China incluyeron el sector textil y de confección, lo que impulsó el aumento de la producción desde entonces. En la actualidad China es el primer productor y exportador internacional de productos textiles y de confección, a pesar de las limitaciones de la cadena en cuanto a diseño, desarrollo de marcas y fabricación de materiales complejos

para ropa. China se ha especializado en la etapa de ensamble, más que de diseño y marcas propias, así como distribución final de los productos; pero en el X Plan Quinquenal se establecen metas para alcanzar segmentos de mayor valor agregado.

Asimismo, China se está integrando al mercado mundial en productos y procesos de alta tecnología desde finales de los años noventa mediante varios mecanismos, desde el programa Antorcha de China hasta la atracción de empresas e individuos a parques industriales, la creación masiva de programas de computación en las instituciones educativas, incentivos de financiamiento y reembolso de impuestos.

Por otra parte, las exportaciones de China, Centroamérica y México a Estados Unidos reflejan un alto grado de competencia. Si bien no son los únicos competidores, China se encuentra entre los más dinámicos en los principales rubros de exportación de México y Centroamérica: autopartes, electrónica y confección. Varias empresas establecidas originalmente en México se han trasladado a China. La gran excepción a este proceso de competencia en el mercado estadounidense son los capítulos agrícola, agroindustrial y de materias primas.

China ya compite de manera directa en sus respectivos mercados nacionales y en los de otros países. Desde 2002 es el segundo socio comercial de México. Su adhesión a la OMC y la eliminación de las cuotas en la cadena hilo-textil-confección profundizarán los reacomodos productivos y comerciales en el ámbito global y en América Latina. También la integración de aquel país al mercado mundial generará presiones a la baja de los precios y afectará la mayor parte de los productos básicos exportados por Centroamérica y México, en especial a Estados Unidos. Es necesario analizar otras cadenas de valor y la complementariedad o los retos que genera China, para aplicar políticas de corto, mediano y largo plazos que incidan en la competitividad de los aparatos productivos, así como concretar proyectos de cooperación ante la demanda de China en productos específicos y la competencia en otras fracciones. 

Alma Rosa Cruz Zamorano