

México y China: competencia en el mercado de Estados Unidos

FERNANDO J.
CHÁVEZ G.

LIZBETH LEYVA
MARÍN*

*Las preocupaciones que genera
la competencia de China
y otros proveedores con salarios bajos
se reflejan en los titulares de países ricos
y pobres por igual.*

Banco Mundial
Perspectivas para la economía mundial 2007

En algunos círculos gubernamentales y empresariales de México, con cierta alarma se advierte la evolución reciente de la competencia con China en el mercado de importaciones de Estados Unidos. La participación de los dos primeros en este último creció de 1990 a 2002, pero a partir de 2003 cambió la tendencia y para 2004 China había superado a México, lo que representa una situación adversa para el comercio exterior mexicano.

En el presente trabajo se analizan los diagnósticos para enriquecer el análisis del tema y se muestran pruebas empíricas de la magnitud del desplazamiento comercial de ciertos productos mexicanos en el mercado estadounidense por parte de sus similares de China. Para tal fin se realizan tres ejercicios de medición que muestran tal efecto comercial, considerando las fracciones arancelarias en el nivel de partida (cuatro dígitos) correspondientes al Sistema Armonizado de Clasificación de Mercancías de Comercio Exterior.

Primero se analizan las principales 20 partidas de importación (no petroleras) de Estados Unidos distribuidas por país de origen, en las cuales México tiene

* Profesor-investigador del Departamento de Economía de la Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Azcapotzalco <ferchar50@prodigy.net.mx>, y estudiante del posgrado en economía de El Colegio de México, respectivamente.

una participación de mercado importante, para identificar los rubros en que este país rivaliza directamente con China. Después se señalan el número de partidas en las que compiten México y China en cuanto al valor de las importaciones y un cálculo de las ganancias y las pérdidas de mercado. El criterio para determinar que una partida está en competencia radica en considerar que el valor exportado a Estados Unidos por alguno de los dos países represente al menos 5% del valor vendido por el otro. Por último se elaboró un tercer ejercicio para calcular las pérdidas y las ganancias de mercado e identificar así las 20 principales partidas en las que México registró las mayores mermas. Se presentan además las pérdidas y las ganancias de mercado de los productos correspondientes a los principales 10 oferentes o proveedores, para determinar que, aun cuando China es el principal competidor de México en el mercado de Estados Unidos, no ha acaparado la totalidad de las ganancias de mercado.

La metodología empleada es relativamente sencilla: para cada partida seleccionada se calcula el posible valor monetario exportado en un año determinado por cada socio comercial; ello en el caso de haberse mantenido constante la participación porcentual del socio en las importaciones totales de Estados Unidos en la misma partida en el año anterior. Al valor de las importaciones efectivas de cada partida de cierto año se le sustrae el valor de las importaciones supuestas (conforme a una participación porcentual constante) en el año en cuestión. Si la diferencia es positiva hay ganancia de mercado; si es negativa, pérdida.

Es decir, si un país hace crecer su capacidad exportadora de cierta mercancía con mayor rapidez que la capacidad importadora de su socio comercial, estará ganando posiciones en el mercado del país de destino (ganancias de mercado) a costa de ciertos competidores comerciales, cuya capacidad exportadora crece a menor ritmo que la capacidad importadora del país de destino en esa mercancía. Esto implica que de un año a otro, en el mercado de importaciones de cierta mercancía, hay ganadores debido a que hay perdedores (una situación de suma cero).

Un modo alternativo de calcular las pérdidas y las ganancias de mercado con base en el supuesto de participación constante es calcular el valor de la exportación del socio comercial en cierto año por cada partida, considerando que su variación porcentual anual sea idéntica a la de las importaciones totales de Estados Unidos en esa misma partida. La diferencia entre el valor

exportado efectivamente en esa partida en ese año y el valor calculado corresponde a la ganancia o la pérdida de mercado, según sea el caso.¹

En los ejercicios realizados se optó por excluir el *petróleo crudo* (partida 2709) y las partidas de los capítulos 98 y 99, correspondientes a *productos no clasificados*. Esto se justifica porque el petróleo representa para México el producto con mayor peso en el total de sus exportaciones, mientras que para China no es un producto de exportación relevante (excluirlo dificultaría medir el efecto del desplazamiento comercial en un nivel agregado). En algunos casos también se excluyó en su totalidad el capítulo 27.

LOS PRINCIPALES PRODUCTOS EN COMPETENCIA

En el cuadro 1 se presentan las principales 20 partidas de importación de Estados Unidos. Se excluyen las del capítulo 27, ordenadas de acuerdo con su peso relativo en las importaciones totales no petroleras de 2004 y en las que México tuvo una presencia comercial relevante, lo cual muestra un eje ordenador en el análisis. Para ese año, esas partidas representaron casi 32% de las importaciones no petroleras, de las cuales las primeras dos partidas fueron *automóviles y computadoras*, con una participación de 8.48 y 4.08 por ciento, respectivamente. Además presenta una tasa de crecimiento promedio anual positiva respecto a 2003, lo que se vincula con el desempeño favorable de la economía estadounidense. Cabe destacar que las partidas que corresponden a *partes y accesorios* de ambos productos también se ubicaron entre las 20 más importantes.

El cuadro 2 muestra estas partidas de importación, pero sólo las que provienen de Canadá, China y México dado que, de mayor a menor, son los primeros tres socios comerciales de Estados Unidos. Es decir, en este cuadro se presenta el peso relativo de estos países en las principales 20 partidas de importación no petroleras, seleccionadas en el cuadro 1. La información se presenta para cada uno de los tres proveedores de Estados Unidos con su respectiva participación porcentual de mercado en

1. El mismo supuesto de participación porcentual constante para el cálculo de pérdidas y ganancias de mercado se utilizó en un ejercicio presentado en el *Informe sobre la inflación, julio-septiembre de 2005*, del Banco de México; la diferencia entre ese ejercicio y el presente estriba en que el Banco eligió 2001 como base, año cuando las exportaciones mexicanas a Estados Unidos alcanzaron su último tope.

ESTADOS UNIDOS: PRINCIPALES PARTIDAS DE IMPORTACIONES NO PETROLERAS, 1996-2004 (MILLONES DE DÓLARES Y PORCENTAJES)¹

| Partida | Valor | | | | Participación porcentual | | | | Crecimiento promedio | | |
|---|--------|---------|---------|---------|--------------------------|-------|------|------|----------------------|-----------|-----------|
| | 1996 | 2002 | 2003 | 2004 | 1996 | 2002 | 2003 | 2004 | 1996-2002 | 2002-2003 | 2003-2004 |
| 8703 Automóviles para personas | 67 352 | 116 008 | 114 721 | 123 880 | 8.51 | 10.02 | 9.11 | 8.48 | 9.49 | -1.11 | 7.98 |
| 8471 Computadoras | 39 345 | 50 023 | 52 012 | 59 673 | 4.97 | 4.32 | 4.13 | 4.08 | 4.08 | 3.98 | 14.73 |
| 8708 Partes y accesorios de automóviles y camiones | 20 360 | 28 655 | 32 368 | 36 657 | 2.57 | 2.48 | 2.57 | 2.51 | 5.86 | 12.96 | 13.25 |
| 8525 Aparatos de radiotelefonía, radiotelegrafía, radiodifusión o televisión | 6 334 | 22 462 | 24 971 | 31 119 | 0.80 | 1.94 | 1.98 | 2.13 | 23.49 | 11.17 | 24.62 |
| 8473 Partes y accesorios de computadoras | 21 313 | 24 114 | 24 473 | 29 217 | 2.69 | 2.08 | 1.94 | 2.00 | 2.08 | 1.49 | 19.38 |
| 8542 Circuitos integrados y microestructuras electrónicas | 33 504 | 22 790 | 21 281 | 22 736 | 4.23 | 1.97 | 1.69 | 1.56 | -6.22 | -6.62 | 6.84 |
| 8704 Camiones | 10 355 | 16 553 | 17 110 | 17 307 | 1.31 | 1.43 | 1.36 | 1.18 | 8.13 | 3.36 | 1.16 |
| 8528 Televisores | 3 995 | 9 908 | 11 874 | 16 290 | 0.50 | 0.86 | 0.94 | 1.11 | 16.34 | 19.84 | 37.19 |
| 8517 Teléfonos | 7 185 | 11 552 | 12 822 | 14 761 | 0.91 | 1.00 | 1.02 | 1.01 | 8.24 | 11.00 | 15.12 |
| 9403 Muebles, excepto asientos y mobiliario para hospitales | 4 773 | 11 564 | 12 792 | 14 433 | 0.60 | 1.00 | 1.02 | 0.99 | 15.89 | 10.62 | 12.83 |
| 6110 Suéteres y chalecos de punto | 5 679 | 11 508 | 11 934 | 12 697 | 0.72 | 0.99 | 0.95 | 0.87 | 12.49 | 3.71 | 6.39 |
| 6204 Trajes sastre, conjuntos, chaquetas, vestidos, faldas, faldas pantalón, pantalones largos o cortos, para mujeres o niñas | 6 676 | 10 020 | 11 116 | 12 165 | 0.84 | 0.87 | 0.88 | 0.83 | 7.00 | 10.94 | 9.44 |
| 9401 Asientos, incluso los transformables en cama y sus partes | 4 374 | 9 106 | 10 466 | 11 836 | 0.55 | 0.79 | 0.83 | 0.81 | 13.00 | 14.94 | 13.09 |
| 6403 Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de cuero natural | 8 057 | 10 162 | 10 477 | 11 000 | 1.02 | 0.88 | 0.83 | 0.75 | 3.94 | 3.11 | 4.99 |
| 9018 Instrumentos y aparatos de medicina, cirugía, odontología o veterinaria | 3 287 | 7 477 | 8 905 | 10 952 | 0.42 | 0.65 | 0.71 | 0.75 | 14.68 | 19.10 | 22.99 |
| 8544 Cables eléctricos | 5 907 | 8 444 | 8 571 | 9 451 | 0.75 | 0.73 | 0.68 | 0.65 | 6.14 | 1.50 | 10.26 |
| 8407 Motores de gasolina | 7 643 | 7 992 | 8 552 | 8 827 | 0.97 | 0.69 | 0.68 | 0.60 | 0.75 | 7.00 | 3.21 |
| 6203 Trajes y conjuntos para hombres | 4 656 | 7 134 | 7 755 | 7 842 | 0.59 | 0.62 | 0.62 | 0.54 | 7.37 | 8.71 | 1.12 |
| 8504 Transformadores eléctricos | 4 918 | 6 343 | 6 427 | 7 359 | 0.62 | 0.55 | 0.51 | 0.50 | 4.33 | 1.34 | 14.49 |
| 7113 Artículos de joyería y sus partes de metal precioso o de chapado de metal precioso | 3 671 | 6 055 | 6 342 | 7 173 | 0.46 | 0.52 | 0.50 | 0.49 | 8.70 | 4.74 | 13.11 |

1. Excluye, además de las partidas del capítulo 27, las de los capítulos 98 y 99, correspondientes a productos no clasificados.

Fuente: cálculos propios con información de la Oficina de Censos de Estados Unidos.

1996, 2002, 2003 y 2004. En los resultados de este último año se destaca la competencia entre México y China.

En lo sucesivo, el número de cuatro dígitos indicado entre paréntesis remite a la partida de la fracción arancelaria del producto correspondiente. También se hace referencia a otros países no presentados en el cuadro, pero que están dentro de los primeros 10 lugares como oferentes en las partidas correspondientes.

Importaciones de Estados Unidos y sus proveedores

En *automóviles para personas* (8703), México se ubicó en 2004 como el cuarto proveedor, con una tasa de participación de 9.02%. Canadá ocupó el primer lugar con una tasa de 29.26%, seguido de Japón y Alemania; China no figuró en los principales 10 países de origen, ya que su participación representa menos de medio punto porcentual. En este producto no hay aún competencia entre ambas economías, aunque destaca que México haya perdido participación en relación con los años precedentes, al pasar de 11.73 a 10.31 por ciento de 1996 a 2003.

En el mercado de *computadoras* (8471) se advierte algo muy distinto: China se ubicó en 2004 como el principal país de origen, al pasar su participación de 3.64% en 1996 a 40.98% en 2004. Por su parte, México ocupó la tercera posición (después de Malasia) con una participación de 10.67%, superior a la de 5.14% registrada en 1996, pero inferior a 14.37 y 11.8 por ciento de 2002 y 2003, respectivamente. Los otros principales países proveedores (Singapur, Taiwan y Japón) también presentaron en 2004 una reducción en sus importaciones respecto al año anterior. En esta partida hay una competencia directa entre China y México, que por ahora ha conducido a un evidente desplazamiento comercial en favor del primero, pero que no afecta sólo a México.

En el caso de las importaciones de *partes y accesorios de automóviles y camiones* (8708), México ha podido mantener la tercera posición como país oferente, sólo después de Canadá y Japón; su participación de mercado pasó de 17.29% en 2003 a 18.02% en 2004; China participa de manera modesta con 4% en ese mercado. Si bien esa tasa es muy inferior a la de México, no se puede descartar la futura competencia de ese país, que ha logrado incrementar su presencia de 1996 a 2004 de manera sostenida.

En *aparatos de radiotelefonía, radiotelegrafía, radiodifusión o televisión* (8525), Japón y México han dismi-

nuido su importancia comercial. En 1996, el primero participaba con 41.83% de las importaciones y el segundo con 20.82%; para 2004 pasaron a 14.04 y 10.01 por ciento, respectivamente, lo que colocó a México en la cuarta posición como oferente en esta partida, después de ocupar el primer lugar. Canadá registró también un fuerte decremento, pues pasó de 8.49% en 1996 a 3.30% en 2004. China, al contrario, ascendió de 4.35% en 1996 a 25.92% en 2004, lo cual refleja un rápido crecimiento que ubica a esa nación sólo debajo de Corea del Sur, que ocupó el primer sitio en este último año.

En 2004, China fue el principal país de origen de las importaciones de *partes y accesorios para computadoras* (8473) con una participación de 31.18%, alrededor de cinco veces la tasa de 1996, seguido de Japón y Malasia. México, en cambio, ha reducido su participación: de 5.31 a 4.17 por ciento, mientras que Canadá mostró un marcado decremento.

En la partida de *circuitos integrados y microestructuras electrónicas* (8542), México y China no tienen mucha presencia; México participó con 1.95% y China con 4.05%. Aun así México ha visto reducida su participación (lo mismo que Canadá), mientras que China la ha incrementado, lo que lleva a inferir una competencia directa entre esas economías. Los países líderes en 2004 fueron Corea del Sur, Taiwan y Malasia.

En *camiones* (8704), México fue el segundo oferente, con una fuerte participación (40.89%), mayor que la registrada en 1996 y 2002, pero no a la de 2003, que ascendió a 42.23%. China por su parte tiene una participación menor a medio punto porcentual, por lo que en esa partida no hay competencia de mercado. La pérdida de mercado por parte de México y Canadá se puede explicar por el aumento de la presencia de países como Japón y el Reino Unido, así como por la entrada de otros oferentes a este mercado.

Los *televisores* (8528) que importa Estados Unidos representan para México una de sus principales partidas de exportación; en 2004 participó con 45.48%, ligeramente superior a 44.21% de 2003, pero muy inferior a 68.83% en 1996; aun así México sigue siendo el proveedor líder de ese producto. China ocupó el tercer lugar (después de Japón, que fue el segundo) pero, a diferencia de México, ha mantenido un fuerte aumento en su participación; pasó de 1.57% en 1996 a 12.18% en 2003 y a 13.98% en 2004. Canadá no figura en absoluto. En este mercado China desplazó a México de manera contundente.

ESTADOS UNIDOS: PRINCIPALES PARTIDAS DE IMPORTACIÓN NO PETROLERAS PROVENIENTES DE MÉXICO, CHINA Y CANADÁ, 1996-2004 (PARTICIPACIÓN PORCENTUAL)

| Partida | México | | | | China | | | | Canadá | | | |
|---|--------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|-------|-------|-------|
| | 1996 | 2002 | 2003 | 2004 | 1996 | 2002 | 2003 | 2004 | 1996 | 2002 | 2003 | 2004 |
| 8703 Automóviles para personas | 11.73 | 11.57 | 10.31 | 9.02 | - | - | - | - | 37.93 | 26.95 | 26.85 | 29.26 |
| 8471 Computadoras | 5.14 | 14.37 | 11.80 | 10.67 | 3.64 | 18.25 | 29.36 | 40.98 | 2.57 | 1.22 | 1.52 | 1.48 |
| 8708 Partes y accesorios de automóviles y camiones | 12.37 | 18.18 | 17.29 | 18.02 | 0.76 | 2.67 | 3.13 | 4.00 | 33.25 | 33.92 | 32.77 | 30.63 |
| 8525 Aparatos de radiotelefonía, radiotelegrafía, radiodifusión o televisión | 20.82 | 16.13 | 11.58 | 10.01 | 4.35 | 12.67 | 18.19 | 25.92 | 8.49 | 4.02 | 3.41 | 3.30 |
| 8473 Partes y accesorios de computadoras | 4.45 | 6.36 | 5.31 | 4.17 | 6.44 | 21.35 | 26.34 | 31.18 | 11.23 | 4.30 | 2.40 | 2.57 |
| 8542 Circuitos integrados y microestructuras electrónicas | 1.50 | 2.28 | 1.95 | 1.59 | 0.42 | 1.99 | 2.54 | 4.05 | 6.16 | 4.49 | 4.74 | 5.03 |
| 8704 Camiones | 29.48 | 40.50 | 42.23 | 40.89 | - | - | 0.01 | - | 60.85 | 54.79 | 52.54 | 50.73 |
| 8528 Televisores | 68.83 | 48.50 | 44.21 | 45.48 | 1.57 | 8.27 | 12.18 | 13.98 | - | - | - | - |
| 8517 Teléfonos | 6.41 | 19.93 | 22.46 | 20.42 | 13.23 | 20.25 | 21.14 | 22.69 | 23.66 | 16.28 | 11.79 | 10.82 |
| 9403 Muebles, excepto asientos y mobiliario para hospitales | 8.82 | 5.04 | 4.43 | 4.23 | 12.72 | 37.02 | 41.30 | 43.03 | 31.46 | 25.68 | 23.38 | 21.75 |
| 6110 Suéteres y chalecos de punto | 5.78 | 6.97 | 6.92 | 5.62 | 18.23 | 12.31 | 11.68 | 12.70 | - | - | - | - |
| 6204 Trajes sastre, conjuntos, chaquetas, vestidos, faldas, faldas pantalón, pantalones largos o cortos, para mujeres o niñas | 10.17 | 15.82 | 12.14 | 11.64 | 16.28 | 14.23 | 16.21 | 19.40 | - | - | - | - |
| 9401 Asientos, incluso los transformables en cama y sus partes | 24.36 | 34.03 | 34.20 | 30.41 | 8.02 | 24.03 | 26.88 | 31.33 | 30.96 | 15.08 | 14.30 | 15.07 |
| 6403 Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de cuero natural | 2.12 | 1.66 | 1.49 | 1.56 | 41.75 | 60.18 | 62.32 | 63.14 | - | - | - | - |
| 9018 Instrumentos y aparatos de medicina, cirugía, odontología o veterinaria | 13.58 | 20.14 | 19.71 | 17.48 | - | - | - | - | 2.61 | 3.08 | 3.13 | 2.83 |
| 8544 Cables eléctricos | 63.85 | 66.19 | 63.97 | 60.11 | 6.14 | 9.82 | 10.78 | 13.17 | 7.20 | 6.19 | 5.64 | 5.75 |
| 8407 Motores de gasolina | 21.84 | 16.72 | 16.90 | 21.58 | 0.03 | 0.23 | 0.64 | 0.74 | 22.97 | 27.58 | 28.31 | 32.86 |
| 6203 Trajes y conjuntos para hombre | 19.30 | 27.26 | 24.54 | 23.41 | 6.92 | 4.99 | 5.95 | 7.68 | 5.81 | 4.19 | 4.42 | 4.21 |
| 8504 Transformadores eléctricos | 24.10 | 25.53 | 23.63 | 20.91 | 14.10 | 23.18 | 27.01 | 31.20 | 7.31 | 8.44 | 7.59 | 7.53 |
| 7113 Artículos de joyería y sus partes de metal precioso o de chapado de metal precioso | 3.44 | 2.58 | 2.39 | 3.74 | 1.44 | 8.59 | 11.02 | 11.76 | 2.81 | 3.47 | 2.94 | 2.78 |

Fuente: cálculos propios con información de la Oficina de Censos de Estados Unidos.

La venta de *teléfonos* (8517) es otro ejemplo de la fuerte competencia comercial entre México y China. La economía asiática se ha instaurado como el principal proveedor de esos productos. En 1996 tenía más del doble de la participación de mercado de México, brecha que se fue cerrando de manera considerable, de tal suerte que para 2003 México se ubicó como el principal país de origen; sin embargo, en 2004 China regresó a su posición inicial. Ésta es una de las pocas partidas en las que México ha obtenido una clara ganancia de mercado sobre China, que se puede explicar por la pérdida de participación de otros oferentes como Canadá y Japón. Malasia fue el tercer proveedor en 2004.

Las importaciones estadounidenses de *muebles, excepto asientos y mobiliario para hospitales* (9403), provienen sobre todo de China y Canadá, con una participación de mercado en 2004 de 43.03 y 21.75 por ciento, respectivamente; México es el tercer proveedor con apenas 4.23%. Tanto Canadá como México, al igual que otros países oferentes de menor importancia, han reducido su presencia de manera radical en relación con los años precedentes, contrario a la evolución de las importaciones originarias de China. La participación de Canadá se redujo cerca de 10 puntos porcentuales respecto a 1996 y la de México lo hizo en poco más de la mitad al pasar de 8.82% en el mismo año a 4.23% en 2004.

En *suéteres y chalecos de punto* (6110), China se ha mantenido como el principal proveedor; en 2004 tuvo una participación de mercado de 12.7%, dejando a Hong Kong y México en segundo y tercer lugares; sin embargo, China ha reducido su tasa respecto a 1996 (18.23%); México tuvo en 2004 una participación de 5.62%, similar al 5.78% de 1996 pero inferior al 6.92% de 2003. Guatemala y Honduras resultaron los principales ganadores de mercado, al pasar de 0.68 y 2.85 por ciento en 1996, respectivamente, a 5.56 y 5.33 por ciento en 2004. En estos productos hay competencia con México pues también están cerca de Estados Unidos y pueden atraer maquiladoras, incluso con mano de obra más barata que la mexicana.

Las importaciones de *ropa femenina* (6204) son originarias sobre todo de China y México, seguidos de Hong Kong. Para 2004 el primero participó con 19.4%, mientras que México lo hizo con 11.64%. La posición de China ha mejorado frente a los años anteriores, ya que alcanzó 16.21% en 2003. Por el contrario, México pasó de 15.82% en 2002 a 12.14% en 2003. El desplazamiento comercial y la competencia de mercado también son bastante claros en esta gama de productos.

Hasta 2003 México logró mantenerse como el más importante proveedor de las importaciones de Estados Unidos de *asientos, incluso los transformables en cama y sus partes* (9401), pero en 2004 China lo desplazó, con una diferencia de menos de un punto porcentual para ese año. La evolución de la presencia de esta economía asiática es por demás superior respecto a la de México, que pasó de 24.36% en 1996 a 34.03 y 34.2 por ciento en 2002 y 2003, respectivamente. En cambio, la expansión de China fue vertiginosa, al pasar de 8.02% en 1996 a 26.88% en 2003. Canadá, aún en el tercer sitio, perdió más mercado, al pasar de 30.96% en 1996 a 15.07% en 2004. En este producto se presenta una clara competencia de mercado y desplazamiento comercial.

Respecto a *calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de cuero natural* (6403), China tiene el liderazgo con 63.14% del mercado estadounidense, mientras que el resto de los principales proveedores muestran importantes decrementos en su participación; México ocupó el octavo lugar al pasar de 2.12% en 1996 a 1.56% en 2004. Los otros seis proveedores (Italia, Brasil, Indonesia, Vietnam, Tailandia y España) tampoco fueron competidores cuantitativamente importantes de China.

México ha mostrado en los años recientes un comportamiento exportador declinante en *instrumentos y aparatos de medicina, cirugía, odontología o veterinaria* (9018), pues se ubicó en 2004 como el segundo proveedor con una participación de mercado de 17.48%, inferior a las tasas de 2002 y 2003, de 20.14 y 19.71 por ciento, respectivamente. En ese año el principal proveedor fue Irlanda, con una participación de 20.50% (que en 1996 sólo era de 1.51%); en tercero y cuarto lugares quedaron Alemania y Japón, mientras que China no figuró.

El principal abastecedor de las importaciones de Estados Unidos de *cables eléctricos* (8544) ha sido México, pues alcanzó su máxima participación de mercado en 2002 con 66.19%, bajó a 63.97% en 2003 y a 60.11% en 2004. Por otro lado, la presencia de China se ha duplicado al pasar de 6.14% en 1996 a 13.17% en 2004. Aun cuando México posea ahora más de la mitad de ese mercado, China se ha convertido en un fuerte competidor que ha ido ganando terreno comercial en Estados Unidos, arriba de Canadá.

En 2004, México logró recuperar buena parte de la participación de mercado que había perdido de 2002 a 2003 en las importaciones de *motores de gasolina* (8407), al pasar de 21.58 a 16.9 por ciento en 2003, que lo ubicó en el tercer sitio de los principales países de origen; Canadá

ocupó el primer lugar. Japón es sin duda el país que perdió más mercado, al pasar de 43.13% en 1996 a 29.66% en 2004 (pero no perdió el segundo lugar). China es el sexto proveedor con una participación menor a un punto porcentual en ese periodo, por lo que aún no es un competidor de relevancia ante México.

En 2004, en las importaciones de *trajes y conjuntos para hombre* (6203), México presentó un ligero retroceso en su tasa de participación respecto al año precedente, al pasar de 24.54 a 23.41 por ciento, pero sin perder el primer lugar. China, como el tercer país de origen de ese tipo de productos (después de la República Dominicana), incrementó su presencia de mercado al pasar de 5.95% en 2003 a 7.68% en 2004. Cabe mencionar que China, más que incrementar su participación, recuperó lo perdido durante los años subsecuentes a 1996, pues la tasa de 2004 es superior a la de 1996 en sólo 0.76 puntos porcentuales.

China incrementó más del doble su participación de mercado en 2004 respecto a 1996 en las importaciones de Estados Unidos correspondientes a *transformadores eléctricos* (8504), al pasar de 14.1 a 31.2 por ciento, mientras que en 2002 ésta fue de 23.18% y en 2003 de 27.01%. En ese año China pasó al primer sitio al desplazar a México, cuya participación de mercado se redujo de 23.63% en 2003 a 20.91% en 2004. Es contundente la competencia de mercado entre ambas economías en este producto y el desplazamiento comercial de México. China ganó 4.19 puntos porcentuales en ese mercado y México perdió 2.72 puntos; Canadá permaneció en el tercer lugar.

Por último están las importaciones de *artículos de joyería y sus partes de metal precioso o de chapado de metal precioso* (7113), partida en la que tanto México como China han logrado incrementar su presencia, aunque más China que México, que en 2004 sólo logró recuperar parte de la participación perdida en los años precedentes. En 1996 la participación china era sólo de 1.44% y para 2004 se había elevado a 11.76%, ubicándose como el cuarto oferente. México participó con 3.44% en 1996, más de dos veces el nivel de China en el mismo año, pero disminuyó durante 2002 y 2003 al ubicarse en 2.58 y 2.39 por ciento, respectivamente; en 2004 la participación se incrementó a 3.74%, lo que muestra la realidad del desplazamiento de México.

La reducción o el estancamiento de la participación de China en algunas partidas textiles se explica en buena parte por las restricciones arancelarias y no arancelarias aplicadas por Estados Unidos a las importaciones

El número de productos de México y China que compiten en el mercado estadounidense ha ido en constante aumento; pero China ha logrado duplicar su participación mientras que México la ha reducido de manera notable

textiles provenientes de ese país y, en casos excepcionales, por las restricciones voluntarias que China aplicó a sus exportaciones, presionada por el gobierno estadounidense. La Organización Mundial del Comercio (OMC) señaló que el 1 de enero de 2005 debían levantarse las cuotas y salvaguardias aplicadas por Estados Unidos en este sector; sin embargo, en los primeros días de ese año las presiones de este país y de la Unión Europea para frenar la avalancha de productos textiles chinos hacia sus mercados no se hicieron esperar y la disposición de la OMC hasta entonces no había podido aplicarse en su totalidad. Conviene añadir una visión retrospectiva general en relación con 2004 y destacar algunos datos del cuadro 2.

Canadá no tiene una participación determinante (mayor a 60%) en ninguna de las principales 20 partidas de importación en las que México sí la tiene; por ejemplo, en *cables eléctricos* y China en *calzado*. Por otra parte, Canadá y China no tienen participación comercial alguna en cuatro y tres de esas 20 partidas, respectivamente. Lo anterior permite inferir que tanto Canadá como China son proveedores diversificados de Estados Unidos, con un peso importante en muchos productos que no están dentro de esas partidas de importación.

En 2004, los productos comunes que China y México exportaban a Estados Unidos fueron 1 021, pero sólo 711 competían de manera directa, considerando los productos mexicanos que representan al menos 5% del valor de las exportaciones chinas y viceversa (véase el cuadro 3). Este criterio de selección permite delimitar el espacio de competencia comercial entre ambos países.

Sin embargo, de esta lista destaca que los canadienses, junto con los mexicanos, aportan 92% de los *camiones* y 55% de los *motores de gasolina* importados por Estados Unidos, lo que refleja un grado importante de integración de los tres países del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) en el ramo automovilístico.

En 2004, en estas principales 20 partidas no petroleras, México quedó sólo tres veces en primer lugar, seis en segundo, cinco en tercer lugar, dos veces en cuarto y en séptimo lugares y una vez en octavo y décimo lugares. En cambio, China quedó nueve veces en primer lugar; dos en segundo y tercero; una vez en cuarto, quinto, sexto y octavo lugares, y tres veces careció de presencia comercial en estas partidas. Canadá estuvo cuatro veces en el primer lugar, otras tantas con una presencia comercial insignificante, tres veces en el tercer lugar, dos en octavo y décimo lugares y una vez en segundo, cuarto, quinto y séptimo lugares. Es clara la hegemonía comercial de China en este grupo de 20 partidas y además que México no se enfrenta a la competencia de China en tres partidas (*automóviles, camiones e instrumentos médicos*) ni de Canadá en otras cuatro (*televisiones, suéteres, trajes sastrey calzado*). Ello puede significar una tranquilidad relativa para México, pues en todo caso en cada una de estas partidas hay competencia con otras naciones, que no son China ni Canadá.

Tanto China como México tienen una participación porcentual relevante en ocho de las 20 partidas de importación de Estados Unidos, y destacan dos casos: el de *cables eléctricos*, en el que México aporta 60.11%, y el de *calzado*, en el cual China aporta 63.14%. Es pertinente destacar una diferencia adicional: de esas 20 partidas en las que México tiene presencia comercial importante en Estados Unidos, China tiene una presencia comercial insignificante (cerca a cero) en tres de ellas. Los tres socios comerciales de Estados Unidos contribuyeron con 77% de las compras estadounidenses de *asientos y sus partes* (9401). Esto indica una intensa competencia entre ellos, en la cual China llevaba hasta 2004 una ligera ventaja sobre México, y Canadá quedaba en un distante tercer lugar.

MÉXICO Y CHINA: PRODUCTOS EN COMPETENCIA DIRECTA

Se realizó un ejercicio adicional que permite identificar el número de productos de México y China que se encuentran en competencia en el mercado de importaciones de Estados Unidos, sin incluir el petróleo. Este método hace posible revisar y analizar con mayor detalle y precisión el tamaño de la competencia entre ambos países, dado el sesgo que introduce el petróleo.

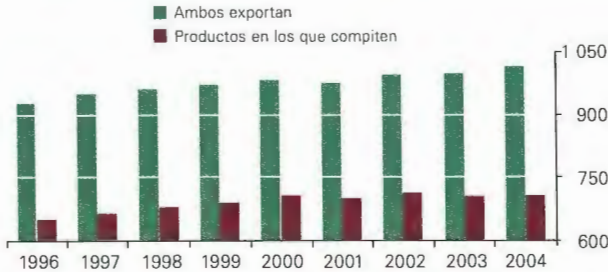
A partir de la información de la Oficina de Censos de Estados Unidos acerca de las importaciones por país de origen y por partida,² se eliminaron de las importaciones totales y de las originadas en China y México las de *petróleo crudo y de productos no clasificados*, correspondientes a la partida 2709 y a las de los capítulos 98 y 99, respectivamente. Después se identificó el número y el valor de las partidas en las que México y China tienen presencia de mercado, con independencia de su magnitud, así como las partidas en las cuales estas economías compiten entre ellas. El criterio para definir en cuáles partidas había competencia de mercado consistió en distinguir aquellas en que el valor de exportación de México a Estados Unidos representó cuando menos 5% de las exportaciones de China a ese mercado o viceversa.

La gráfica 1 muestra que el número de productos que tanto México como China exportan a Estados Unidos se ha incrementado de manera considerable: mientras en 1996 eran 930 partidas, para 2004 habían aumentado a 1 021 y sólo en 2001 se aprecia una ligera disminución respecto al año anterior. Por otro lado, si se consideran sólo las partidas que cumplen con el criterio de competencia antes mencionado, se observa un comportamiento similar: en 1996 compitieron ambas economías en 656 partidas y para 2004 en 711 (el año con el mayor número de partidas en competencia fue 2002, con 720). Estos datos revelan que ambas economías (entre 1996 y 2004) entraron de manera simultánea en el mercado estadounidense de importaciones mediante un proceso de diversificación y competencia comerciales, que se tradujo en un posicionamiento de alto rango.

Al graficar el valor de las exportaciones de las partidas en las que México y China compiten —sin incluir el petróleo—, es posible identificar que en los primeros años del periodo analizado el monto exportado por cada uno de ellos era pequeño, pero no muy diferente;

2. De acuerdo con el Sistema Armonizado de Clasificación de Mercancías de Comercio Exterior.

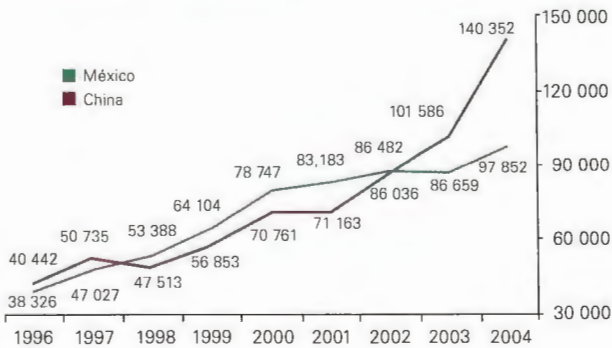
MÉXICO Y CHINA: PRODUCTOS QUE COMPITEN EN EL MERCADO DE IMPORTACIONES DE ESTADOS UNIDOS, EXCLUIDO EL PETRÓLEO, 1996-2004



Fuente: elaboración propia con información de la Oficina de Censos de Estados Unidos.

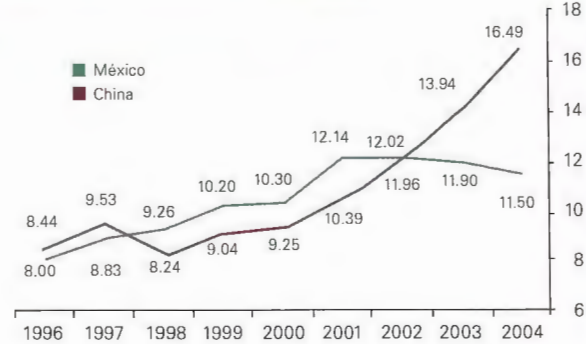
sin embargo, durante 1996 y 1997 el valor de las exportaciones de China fue un poco mayor al de México; para el periodo de 1998 a 2002 el de este país resultó superior al de la economía asiática y se aprecia una ligera apertura de la brecha; en 2002, la diferencia entre ambos montos de exportación era menor a 450 millones de dólares; durante 2003 y 2004 la brecha tiende a abrirse de manera radical en favor de China: para este último año, el valor de las exportaciones chinas fue superior al de México en 42 500 millones de dólares (véase la gráfica 2).

MÉXICO Y CHINA: EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE LOS PRODUCTOS QUE COMPITEN EN ESTADOS UNIDOS, SIN INCLUIR EL PETRÓLEO, 1996-2004 (MILLONES DE DÓLARES CORRIENTES)



Fuente: elaboración propia con información de la Oficina de Censos de Estados Unidos.

MÉXICO Y CHINA: EVOLUCIÓN PORCENTUAL DE LOS PRODUCTOS QUE COMPITEN EN ESTADOS UNIDOS, EXCLUIDO EL PETRÓLEO, 1996-2004



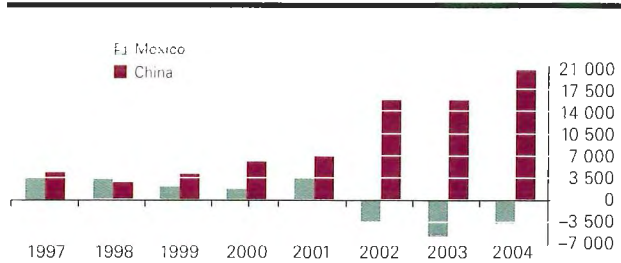
Fuente: elaboración propia con información de la Oficina de Censos de Estados Unidos.

La gráfica 3 es un espejo de la anterior, al presentar la participación porcentual en las importaciones, excluido el petróleo, de Estados Unidos de los productos en que China y México compiten: China ha logrado prácticamente duplicar su presencia en esos productos al pasar su participación de mercado de 8.44% en 1996 a 16.49% en 2004. México, por su parte, participaba con 8% de las importaciones de esos productos y alcanzó su máxima presencia de mercado en 2001 con 12.14%; desde ese año su participación ha disminuido de manera ininterrumpida hasta ubicarse en 11.5% en 2004.

Al calcular el peso relativo de los productos exportados por México y China en el total de las ventas a Estados Unidos (sin el petróleo), se infiere lo siguiente: desde 1996 en México se mantiene una creciente relevancia de los productos que compiten directamente con China, que mostraron una tendencia descendente (véase la gráfica 4).

De 1996 a 2000, la importancia de los productos en competencia era mayor para China que para México; por ejemplo, en 1996 las 656 partidas en competencia representaban para China 79.81% de sus exportaciones (sin el petróleo), mientras que para México tales partidas representaron 60.01%. Para 2004 los productos en competencia eran 711, que representaban para China y México 72.39 y 74.52 por ciento, respectivamente, de sus plataformas exportadoras hacia Estados Unidos. Lo anterior indica que la concentración comercial de México frente a la competencia de China ha ido en

MÉXICO Y CHINA: GANANCIAS Y PÉRDIDAS DE MERCADO DE LAS EXPORTACIONES QUE COMPITEN EN ESTADOS UNIDOS, EXCLUIDO EL PETRÓLEO, 1997-2004 (MILLONES DE DÓLARES CORRIENTES)



Fuente: elaboración propia con información de la Oficina de Censos de Estados Unidos.

ascenso y, al contrario, la de China ante la competencia de México, en descenso, aunque en 2004 tiende a la convergencia.

Para determinar la magnitud del desplazamiento comercial de México en el mercado estadounidense debido a la competencia directa con los productos originarios de China, se calculó la ganancia o la pérdida de mercado para ambos países a partir del criterio de participación constante.

En la gráfica 5 se observa que México ganó mercado hasta 2001, aunque menos de 4 100 millones de dólares; a partir de 2002 se han presentado pérdidas de mercado, la mayor de ellas en 2003 con 5 662 millones de dólares. En contraste, China ha mantenido ganancias de mercado a lo largo del periodo comprendido en el ejercicio, la menor de ellas en 1998, con 3 273 millones de dólares, y la mayor en 2004, de poco más de 21 000 millones de dólares.

Destaca el hecho de que los tres años consecutivos de pérdida de mercado por parte de México coincidan con las mayores ganancias de mercado de China. Es claro el desplazamiento comercial que México ha sufrido en el último decenio por parte de esta potencia asiática, lo que se aceleró a partir de 2002. También hay otros países con importantes pérdidas de mercado, como Japón y Canadá, al igual que países con ganancias de mercado, pero con un peso menor en el mercado esta-

dounidense y un nivel de ganancia muy por debajo de las de China.

A continuación se presentan algunas conclusiones de las gráficas 4 y 5 y del cuadro 3:

a] el número de partidas en que México y China participan en las importaciones de Estados Unidos, excluido el petróleo, se ha incrementado de manera sostenida, al igual que el número de partidas en que ambos países compiten;

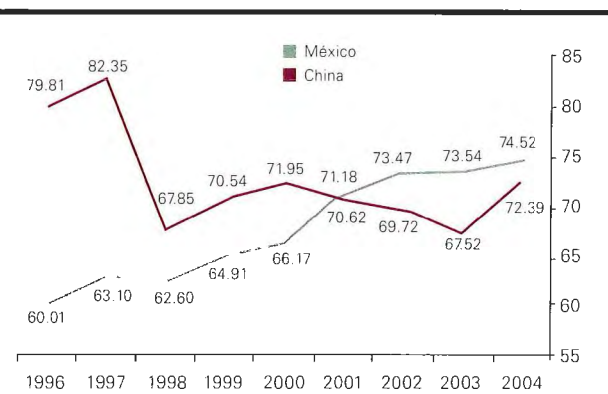
b] el valor de la importación originaria de México y China en las partidas en competencia ha aumentado mucho; sin embargo, este incremento ha sido superior para el caso de China después de 1997;

c] como resultado de lo anterior, la participación de ambas economías en las importaciones de las partidas en competencia se ha acrecentado, pero en menor medida para el caso de México;

d] en términos generales, mientras el número de partidas en competencia entre China y México aumentó, el peso de éstas en sus respectivas exportaciones totales a Estados Unidos (excluido el petróleo) muestra una tendencia descendente para el caso de China y ascendente para México, lo que lleva a inferir que China ha logrado una mayor diversificación de sus exportaciones en el mercado de Estados Unidos que México, y queda como el segundo oferente en el mercado de importaciones de Estados Unidos, lugar que México ocupó hasta 2001, y

e] a partir de 2002 México ha tenido importantes pérdidas de mercado y China mayores ganancias de mercado en relación con los años anteriores.

MÉXICO Y CHINA: PARTICIPACIÓN PORCENTUAL DE LOS PRODUCTOS CUYAS EXPORTACIONES A ESTADOS UNIDOS, SIN PETRÓLEO, COMPITEN ENTRE SÍ, 1996-2004



Fuente: elaboración propia con información de la Oficina de Censos de Estados Unidos.

MÉXICO Y CHINA: PRODUCTOS QUE COMPITEN EN LAS IMPORTACIONES DE ESTADOS UNIDOS, 1996-2004*

| | Número de productos que ambos exportan | Número de productos en que compiten ¹ | Valor de la importación (millones de dólares) | | Participación porcentual en el total de importaciones | | Importancia en sus exportaciones | | Ganancia/pérdida de mercado en millones de dólares | |
|------|--|--|---|---------|---|-------|----------------------------------|-------|--|--------|
| | | | México | China | México | China | México | China | México | China |
| 1996 | 930 | 656 | 38 326 | 40 442 | 8.00 | 8.44 | 60.01 | 79.81 | - | - |
| 1997 | 954 | 668 | 47 027 | 50 735 | 8.83 | 9.53 | 63.10 | 82.35 | 4 041 | 4 352 |
| 1998 | 966 | 681 | 53 388 | 47 513 | 9.26 | 8.24 | 62.60 | 67.85 | 3 836 | 3 273 |
| 1999 | 976 | 693 | 64 104 | 56 853 | 10.20 | 9.04 | 64.91 | 70.54 | 2 210 | 4 289 |
| 2000 | 990 | 710 | 78 747 | 70 761 | 10.30 | 9.25 | 66.17 | 71.95 | 1 486 | 6 390 |
| 2001 | 979 | 702 | 83 183 | 71 163 | 12.14 | 10.39 | 71.18 | 70.62 | 3 431 | 7 199 |
| 2002 | 1 001 | 720 | 86 482 | 86 036 | 12.02 | 11.96 | 73.47 | 69.72 | -2 912 | 16 169 |
| 2003 | 1 006 | 707 | 86 659 | 101 586 | 11.90 | 13.94 | 73.54 | 67.52 | -5 662 | 16 146 |
| 2004 | 1 021 | 711 | 97 852 | 140 352 | 11.50 | 16.49 | 74.52 | 72.39 | -3 553 | 21 013 |

a. Se refiere a las partidas del Sistema Armonizado de Clasificación de Mercancías del Comercio Exterior.
 1. Considera los productos de México que representan al menos 5% del valor de las exportaciones de China, y viceversa.
 Fuente: elaboración propia con base en información de la Oficina de Censos de Estados Unidos.

LOS PRINCIPALES PRODUCTOS MEXICANOS QUE PERDIERON MERCADO EN LAS IMPORTACIONES DE ESTADOS UNIDOS

La ganancia de mercado que consiguió China se relaciona de manera directa con la pérdida de mercado de México; sin embargo, sería incorrecto señalar que la totalidad de la ganancia de China se traduce sólo en pérdidas para México, pues tanto las pérdidas como las ganancias en el mercado estadounidense se distribuyen entre el total de los oferentes, aun cuando China resulte el principal ganador de mercado y México uno de los grandes perdedores.

En el cuadro 4 se muestran las 20 partidas (excluyendo *petróleo crudo* y las partidas de los capítulos 98 y 99) en las que México exportó a Estados Unidos con mayores pérdidas de mercado, así como las respectivas pérdidas o ganancias que obtuvieron los otros nueve principales países oferentes.

En 2004 ambos países tenían 1 021 partidas comunes de exportación a Estados Unidos y en 711 partidas competían directamente, considerando los productos de México que representan al menos 5% el valor de las importaciones de China y viceversa (véase el cuadro 3).

Cabe destacar que en 2004 de las 20 principales partidas en las que el país registró pérdidas de mercado por 6 619 millones de dólares, 11 corresponden a las de importaciones no petroleras de Estados Unidos (compárese el cuadro 4 con el 1), lo cual signifi-

ca que sus competidores (sobre todo China) están desplazando a México en las partidas de importación con mayor valor, como la industria automovilística y la de cómputo.

Por otra parte, al comparar el cuadro 4 con el 2, también se nota que otras 11 de las partidas con pérdidas de mercado para México (distintas a las anteriores 11), se ubican en las 20 principales partidas de importación estadounidense, en las cuales hay una intensa competencia comercial entre México, China y Canadá. Ello confirma que esa pérdida de mercado mostrada en el cuadro 4 advierte la necesidad de adoptar algunas medidas para el interés de México: a) incrementar la presencia en las partidas en las que se sostengan ganancias de mercado; b) diversificar la planta exportadora mexicana, y c) incrementar la competitividad comercial en las partidas que están perdiendo mercado.

En 2004, la pérdida de mercado de México en la canasta de los 20 productos considerados (canasta parcial) alcanzó 6 619 millones de dólares, mientras que para China la ganancia fue casi el doble de la pérdida de México: 13 179 millones de dólares. Aquí también se observa que México, en la *canasta total* de partidas que exportó en 2004 a Estados Unidos, tuvo una pérdida neta de 4 618 millones de dólares; China, a la inversa, obtuvo una ganancia neta de 23 629 millones respecto a la *canasta total* mexicana. Destaca el caso de Canadá, que en la *canasta parcial* referida obtuvo una ganancia neta de 1 699 millones de dólares, pero

en relación con la canasta total registró una pérdida neta de 15 721 millones de dólares, muy superior a la de México. La pérdida neta de Japón en la canasta total de productos que México exporta a Estados Unidos es mayor (5 752 millones de dólares), aunque en la canasta de 20 partidas su respectiva pérdida de mercado es menor que la de México, de 3 747 millones (véase el cuadro 4).

Cabe señalar que de esta selección de países, además de China, sólo Corea obtuvo ganancia neta en los productos que México exporta a Estados Unidos (1 872 millones de dólares); en el resto de los países, que comprende a un numeroso grupo de oferentes comerciales con menor presencia que los seleccionados, se distribuye una ganancia neta de 6 743 millones de dólares. Lo anterior confirma la hipótesis de que China está desplazando a México en el mercado de importaciones de Estados Unidos.

Aun cuando Canadá presenta la mayor pérdida neta en el total de las partidas que México exportó a Estados Unidos en 2004, ésta no ha repercutido mucho hasta el momento en su participación de mercado. Ello se explica por el hecho de que Canadá tiene más diversificadas sus exportaciones a Estados Unidos que México y los principales productos que exporta no se encuentran en competencia directa con China. En los que sí entran en tal competencia, Canadá ha sabido mantener su lugar como primer socio comercial de su vecino; es el caso de los *autos para personas* (8703), *partes y accesorios de automóviles y camiones* (8708) y *camiones* (8704), en los cuales Canadá es el principal oferente y China todavía no figura como proveedor relevante.

REFLEXIONES FINALES

El evidente y rápido desplazamiento de los productos mexicanos por el reciente avance de los artículos chinos en el mercado estadounidense es un tema de vital importancia para México, pues este último manifiesta síntomas de agotamiento de sus mecanismos de integración regional con América del Norte (principal origen de sus importaciones y primordial destino de sus exportaciones), que hasta ahora tienen su referencia en el TLCAN, inaugurado apenas hace 13 años.

Hasta antes de la creciente presencia comercial de China en Estados Unidos y poco tiempo después de la entrada de esta economía asiática a la OMC, los dirigentes de México parecían suponer, igual que los de Canadá,

que las relaciones comerciales con Estados Unidos (históricamente estratégicas) seguirían un curso ascendente y seguro, sobre todo por la vecindad geográfica. Pero esta perspectiva optimista sólo podría suceder si permaneciera constante la estructura del comercio internacional, lo cual no es realista, como lo demuestra con frecuencia la historia de las relaciones económicas internacionales.

El caso de China es notable en la estructura del comercio internacional reciente, pues muestra el mayor dinamismo en su participación comercial en Estados Unidos en los últimos 10 años, en relación con otros países. Canadá es hasta ahora la principal fuente de origen de tales importaciones, seguido de China y México; pero en 2003 China incrementó su participación en las importaciones totales y se situó como el segundo país de origen, desplazando de ese sitio a México. Estos datos por sí mismos dan cuenta de que los cambios en ese mercado no son coyunturales sino que revelan el inicio de una nueva fase de la globalización, que tiene como pivote el despertar vigoroso del gigante asiático.

Una realidad incuestionable es que las relaciones comerciales entre México y Estados Unidos se han afectado por la dinámica de expansión comercial de China en los últimos años. El crecimiento sostenido de su participación en el mercado norteamericano de 1990 a 2002 mostró una intensa competencia comercial con México, que parecía no poner en peligro las ventajas comparativas del sector externo de la economía mexicana. En 2003, sin embargo, la tendencia cambió y China superó a México, lo que obliga a este país a revisar de manera profunda y urgente las políticas de comercio exterior y de fomento industrial. Lo más grave para México es que este desplazamiento se acompañe de una caída en su participación en el mercado estadounidense, lo que refleja que la integración comercial regional se está enfrentando a las exigencias de la integración global. Si esta apreciación es correcta, sería importante promover la cooperación internacional de los tres miembros del TLCAN, dada la fuerza económica expansiva de China, actual y futura.

Esta situación exige mejores y mayores diagnósticos sobre los orígenes y los efectos posibles del desplazamiento de México por China, considerando escenarios múltiples que tengan como eje las eventuales reformas económicas en México, muchas veces planteadas pero también aplazadas. Las reformas deben orientarse para alcanzar en el corto plazo niveles superiores de productividad y competitividad para la economía mexicana.

MÉXICO: PRINCIPALES PARTIDAS EN QUE REGISTRÓ PÉRDIDAS DE MERCADO EN ESTADOS UNIDOS Y LA COMPARACIÓN CON OTROS PAÍSES, 2004 (MILLONES DE DÓLARES CORRIENTES)¹

| Partida | México | Canadá | China | Japón | Alemania | Corea | Reino Unido | Taiwan | Francia | Italia | Otros |
|--|---------------|----------------|---------------|---------------|---------------|--------------|-------------|---------------|-------------|---------------|--------------|
| 8703 Automóviles para personas | -1 602 | 2 990 | 46 | -1 953 | -458 | 1 504 | -551 | 23 | 34 | 71 | -105 |
| 8471 Computadoras | -674 | -20 | 6 940 | -714 | -70 | -845 | 20 | -1 939 | -31 | -15 | -2 651 |
| 8525 Aparatos de radiotelefonía, radiotelegrafía, radiodifusión o televisión | -486 | -36 | 2 406 | -957 | -252 | 979 | -11 | -78 | -116 | -2 | -1 447 |
| 9401 Asientos, incluso los transformables en cama y sus partes | -448 | 91 | 527 | 32 | -8 | -4 | 36 | -22 | -8 | -212 | 16 |
| 8544 Cables eléctricos | -365 | 10 | 225 | 4 | -13 | -3 | 2 | -14 | - | 6 | 148 |
| 8473 Partes y accesorios de computadoras | -333 | 51 | 1 415 | -493 | -44 | 343 | -95 | -84 | -11 | -57 | -692 |
| 9031 Instrumentos, aparatos y máquinas de medición | -333 | -5 | 86 | 87 | 22 | 4 | 13 | 5 | 7 | 4 | 110 |
| 8517 Teléfonos | -302 | -144 | 229 | 22 | 48 | 26 | -17 | -185 | -69 | 1 | 393 |
| 9018 Instrumentos y aparatos de medicina, cirugía, odontología o veterinaria | -245 | -32 | 22 | -108 | -97 | 2 | -31 | -35 | -14 | -24 | 561 |
| 8704 Camiones | -232 | -314 | -1 | 248 | 8 | -1 | 135 | - | -1 | 6 | 152 |
| 8481 Artículos de grifería, tuberías, calderas | -229 | -31 | 221 | -2 | 74 | -14 | -12 | -29 | 3 | -15 | 35 |
| 2503 Azufre de cualquier clase, excepto el sublimado, el precipitado y el coloidal | -217 | -274 | - | - | - | -1 | 17 | - | -1 | - | 476 |
| 8537 Cuadros, paneles, consolas, armarios | -202 | 6 | 53 | 75 | 41 | 33 | -10 | 4 | 8 | 10 | -20 |
| 8504 Transformadores eléctricos | -200 | -4 | 309 | 30 | -19 | 13 | -21 | 15 | -16 | -2 | -105 |
| 6110 Suéteres y chalecos de punto | -164 | -24 | 129 | 53 | -2 | -36 | -6 | -35 | -2 | -19 | 106 |
| 7207 Productos intermedios de hierro o acero sin alear | -138 | -14 | 15 | -6 | -99 | 0 | 15 | - | - | -7 | 233 |
| 9032 Instrumentos y aparatos para regulación o control automáticos | -126 | -1 | 34 | 52 | 26 | 4 | -20 | -4 | 17 | 5 | 13 |
| 6109 Camisetas de todo tipo, de punto | -115 | -20 | 14 | -1 | - | 4 | -1 | -2 | -3 | -6 | 131 |
| 7210 Productos laminados planos de hierro o acero sin alear, chapados o revestidos | -106 | -510 | 113 | -11 | -87 | 13 | 2 | 219 | 17 | -2 | 352 |
| 8523 Soportes preparados para grabar sonido o grabaciones análogas, sin grabar | -102 | -18 | 396 | -107 | -18 | -32 | -5 | -98 | -22 | 17 | -12 |
| Subtotal | -6 619 | 1 699 | 13 179 | -3 747 | -947 | 1 990 | -538 | -2 258 | -208 | -242 | -2 308 |
| <i>Pérdida o ganancia neta</i> | <i>-4 618</i> | <i>-15 721</i> | <i>23 629</i> | <i>-5 752</i> | <i>-1 910</i> | <i>1 872</i> | <i>-376</i> | <i>-2 121</i> | <i>-530</i> | <i>-1 214</i> | <i>6 743</i> |

1. Se excluyen la partida 2709, que corresponde a petróleo crudo, y las partidas de los capítulos 98 y 99. El cálculo de pérdidas y ganancias de mercado por país de origen para 2004 se realizó considerando una participación constante en 2003.

Fuente: cálculos propios con información del Banco de México y de la Oficina de Censos de Estados Unidos.

A diferencia de China, México no ha logrado diversificar sus mercados de exportaciones y muy poco los de importaciones, pues Estados Unidos es el centro de su comercio exterior. La competencia de China, sobre todo en el sector de manufacturas, pone en riesgo una parte de los empleos asociados con las exportaciones y los frágiles encadenamientos productivos con el resto de la economía.

Las partidas de mayor competencia, y en las que las autoridades y los exportadores mexicanos deberían centrar su atención para evitar un posible desplazamiento o para aprovechar sus ventajas comparativas son: *computadoras y partes y accesorios de las mismas; partes y accesorios de automóviles y camiones; circuitos y microestructuras electrónicas; aparatos de radio y televisión; aparatos de telefonía o telegrafía con hilos; textiles y prendas de vestir de punto para mujeres; televisores y asientos*. De éstas, las partidas en las que se ha evidenciado el desplazamiento comercial son la de *computadoras y sus partes y accesorios, aparatos de radio y televisión y textiles y prendas de vestir para mujer*.

El número de productos de México y China que compiten en el mercado estadounidense ha ido en constante aumento; pero China ha logrado duplicar su participación mientras que México la ha reducido de manera notable. Además para México esa canasta tiene un peso mayor en el total de sus exportaciones hacia Estados Unidos que para China, lo cual muestra la vulnerabilidad del sector exportador mexicano.

Los años de mayor pérdida de mercado de México, de 2002 a 2004, coinciden con los de mayores ganancias

de China, aunque esto no implica que la totalidad de la pérdida de México se traduzca en ganancia para China. Hay otros oferentes que tuvieron pérdidas y ganancias de mercado importantes; por ejemplo, Japón y Canadá, que incluso registraron pérdidas mayores que México en los principales productos. Lo cierto es que China es el oferente con la mayor ganancia de mercado.

Con una exitosa política de atracción de capitales, China se ha logrado convertir en el segundo destino de la inversión extranjera directa en el mundo, después de Estados Unidos y desplazando a países emergentes tanto de América Latina como del sudeste asiático. En este terreno México también se enfrenta al desafío chino, sin dejar de lado el hecho de que la relación comercial bilateral con China presenta un fuerte y creciente desequilibrio, que señala debilidad pero también oportunidades para el sector exportador.

La situación comercial de México frente a China, tanto en el mercado estadounidense como en el nacional, indica la urgencia de emprender reformas económicas y sociales internas que permitan incrementar la competitividad sistémica. En este objetivo prioritario también habrá que impulsar ciertas acciones regionales de cooperación económica con Estados Unidos y Canadá, en tanto socios del TLCAN. Es innegable que la estabilidad macroeconómica alcanzada hasta ahora en México es una condición necesaria, pero no suficiente, para integrarse de manera exitosa a la globalización comercial, en la cual se dé prioridad al crecimiento sostenido de la producción y el empleo, así como a la mitigación de la grave desigualdad social. ◀CE

