

CHINA: OPORTUNIDAD, RETO O AMENAZA PARA LAS PYMES MEXICANAS

Dra. Mónica Karina González Rosas

mkarinagr@hotmail.com

Mtro. Leonel Lara Serna

leodenells@hotmail.com

MGC. Liliana Amador Angón

liliana_amador_a@yahoo.com.mx

MGC. Luis Aarón Ramírez Robles

aaronramirez.09@gmail.com

Fecha de recepción: 27.12.2015

Fecha de aceptación: 29.01.2016

Resumen:

Hoy en día, los modelos macro e indudablemente los micro económicos de los países occidentales y en específico de los países latinoamericanos, aunados a la corriente de la triada compuesta por la calidad, la competitividad y la sustentabilidad se ven de frente con un aparentemente nuevo orden económico-social proveniente del lejano oriente.

Este fenómeno podríamos compararlo válidamente con aquellos grandes descubrimientos efectuados por los exploradores de antaño en busca de tierras nuevas y llenas de oportunidades; debido a que nos encontramos ante un hecho histórico a favor no solamente de este monstruo rojo llamado China, sino también de todos aquellos países que gozan no necesariamente de viabilidades económicas y políticas, pero que si cuentan con la visión y la disponibilidad para despejar la incógnita: si este país es una oportunidad, un reto o una amenaza para ellos y para el pilar de sus economías, las PyMES.

Palabras clave: economía, China, PyMES, calidad, innovación.

Abstrac:

Today, undoubtedly the models economic macro and micro to the western countries and specifically in Latin American countries, combined with the power of the triad composed of quality, competitiveness and sustainability found front view of an apparently new order economic and social from the far east.

This phenomenon could be compared validly with those great discoveries made by the prospectors of old in search of new lands and full of opportunities; because we have a historic event not only for this red monster called China, but also of all

those countries that do not necessarily enjoy political and economic viabilities, but if you have the vision and providing clear up questions : If this country is an opportunity, a challenge or a threat to themselves and the mainstay of their economies, the small business.

Words key: economy, China, small business, quality, innovation.

Introducción

Hoy en día, China, cuya apertura al mundo en términos neoliberales y capitalistas Occidentales no data más allá de la década de los años 80; se perfila para ser la próxima Gran Potencia económica del mundo; así lo ha demostrado en los últimos cinco años, en donde ha exhibido todo su musculo operativo, desde lo político, lo económico, lo cultural hasta llegar a un punto donde puede presumir su crecimiento constante, no así mismo sano, pero constante.

Sin embargo China presenta 4 grandes factores que todavía son un obstáculo importante que debe superar para poder ser esa Gran Economía mundial a la que aspira.

El primer obstáculo, es su moneda, el Yuan o Ji Yuao, el cual dentro del mercado internacional de divisas no figura como una moneda fuerte y sustentable. En el mundo prácticamente la moneda que acapara gran parte del mercado internacional es el Dólar Estadounidense, cuyo respaldo es muy sólido y confiable.

El segundo obstáculo, es su idioma, ya que el Chino Mandarín y el Pingying, sólo se ocupa en China Continental y en sus Estados o Regiones Especiales, como lo es Macao, Hong Kong y el Tibet. Poniendo en gran desventaja a este coloso económico ante sus similares Estadounidenses, en donde el idioma Ingles, al igual que el Dólar Americano, dominan gran parte del mercado internacional.

El tercer obstáculo, es la falta recursos naturales y materias primas, esto generado paradójicamente y muy sarcásticamente por su propio crecimiento económico y expansionismo del mercado. Es decir, al producir y vender más en pasos agigantados, se necesita de una mayor cantidad de recursos naturales y materias primas a su disposición; las cuales a pesar de ser el tercer país

más grande del mundo, este no cuenta con más haya del 30 por ciento para explotarlo, y esta explotación también tiene su propio obstáculo, que es la procuración del desarrollo sustentable para la obtención de estos recursos.

El cuarto obstáculo, al que se enfrenta China, es a sus propias políticas laborales y sociales, las cuales hoy en día, desde el punto de vista Occidental, no son muy bien vistas por parte de la sociedad y de organizaciones pro el desarrollo humano; sin embargo no es así para el enfoque económico, ya que China representa un paraíso para el mundo de la producción, al tener el recurso más valioso para la industria en cantidades exorbitantes, disponible al cien por ciento y a un costo ridículamente bajo. Es por ello que al no existir un equilibrio en este factor, representa para China un punto a favor, el cual le ha permitido emerger en los últimos treinta años, en la actualidad y en su futuro próximo.

Evidentemente China ya tiene en mente un plan de acción para combatir estos obstáculos, y este plan contempla establecer una estrecha relación entre Asia y América Latina; esto con la finalidad de adquirir materias primas y recursos naturales a costos accesibles, influir en mano de obra más equilibrada socialmente y que no le represente problemas de imagen, expandir su dominio territorial en cuanto al idioma, al ser este, un idioma de oportunidades comerciales; así como, empezar a distribuir su moneda en algunos países del grupo que se les considera como economías emergentes BRIMC (Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico APEC : Los países integrantes del bloque BRIMC: Brasil, Rusia, India, México y China 2014). Pero, para lograr este plan de expansionismo, social, cultural y económico, deben acercarse al país que saben ellos, es su puerta para América Latina; ese país, es México.

México hoy en día, se encuentra ante lo que puede ser una invitación para contar con una situación económico-social envidiable por todo el mundo, debido a que puede ser el principal aliado comercial de la próxima Gran Economía mundial y vecino geográfico de la que sería la Segunda Gran Economía mundial.

Es por ello, que México, debe cambiar no solo sus políticas públicas sobre este factor que sin duda afectará al país en todos sus aspectos; ya que no solo se trata de abrirse al mercado y ser receptor a manos libres de este, tal y como sucedió en los años ochenta y noventa con el Tratado de Libre Comercio de

América del Norte (TLCAN), ya que esto produciría más un desastre económico-social para México, que un beneficio. Es más bien, diseñar mecanismos económicos acorde a la triada de la calidad, competitividad y sustentabilidad, que a su vez, contemplen aspectos, sociales, económicos e incluso culturales, que regulen esta interacción con el mercado Chino y además procurar una verdadera bilateralidad entre ambas naciones, orientados a fortalecer y brindar herramientas suficientes al motor económico nacional, es decir, a las PyMES mexicanas las cuales en la actualidad y ante este fenómeno se encuentran desarticuladas, desinformadas, incompetentes y lamentablemente en una postura incrédula y a la defensiva sobre el fenómeno China.

Cuerpo central

La importancia que juegan las PyMES en México es fundamental para el desarrollo nacional en términos de un bienestar económico-social sostenido y que aporte soluciones para la reducción de la brecha existente en la repartición de la riqueza en el país. De acuerdo con datos proporcionados por el Instituto de Estadística y Geografía, en México (INEGI, 2004) existen aproximadamente 4 millones 15 mil unidades empresariales, de las cuales el 99.8% corresponde a la PyMES y que generan el 52% del Producto Interno Bruto (PIB) y por ende el 72% de los empleos en el país.

Por tal motivo, es de vital importancia que no solo el Gobierno diseñe e implemente modelos, estrategias y mecanismos para mejorar el entorno propicio para el desarrollo económico de este sector, sino también se necesita del involucramiento de otros sectores sociales para una verdadera integración macro económica con tendencias hacia la mejora social del país. Dichos actores sociales deben de ser las instituciones educativas, que no provean únicamente capacitación y asesoría a las PyMES, sino que implementen una verdadera cultura emprendedora no solo para desarrollar nuevas unidades de negocios, sino más bien para mantener y acrecentar las unidades ya existentes. Es decir que el empresario conserve el dinamismo y entusiasmo que tenía al ser emprendedor; que él mismo crea que su empresa en cualquier momento está lista para subir al siguiente nivel, arriesgarse a nuevos mercados y no tener miedo a su propio crecimiento, asimismo no debe limitarse a iniciar la soñada aventura de la exportación; siempre debe de recordar que en alguna parte del mundo hay alguien que se interesa por su producto.

De acuerdo con la secretaria de Economía (PROMEXICO, 2014), en su portal de internet, menciona algunas ventajas y desventajas de la PyMES mexicanas, las cuales son catalogadas por ellos como un eslabón fundamental e indispensable para el crecimiento de México.

Ventajas de las PyMES:

- Son un importante motor de desarrollo del país.
- Tienen una gran movilidad, permitiéndoles ampliar o disminuir el tamaño de la planta, así como cambiar los procesos técnicos necesarios.
- Por su dinamismo tienen posibilidad de crecimiento y de llegar a convertirse en una empresa grande.
- Absorben una porción importante de la población económicamente activa, debido a su gran capacidad de generar empleos.
- Asimilan y adaptan nuevas tecnologías con relativa facilidad.
- Se establecen en diversas regiones del país y contribuyen al desarrollo local y regional por sus efectos multiplicadores.
- Cuentan con una buena administración, aunque en muchos casos influenciada por la opinión personal del o los dueños del negocio.

Considerando lo anterior, se puede observar a grandes rasgos el sitio en el que se encuentran ubicadas las PyMES, en donde se hace hincapié en su facilidad de constitución, su flexibilidad y su supuesta adaptación al cambio, así como su reconocimiento en la economía nacional.

Desventajas de las PyMES:

- No se reinvierten las utilidades para mejorar el equipo y las técnicas de producción.
- Es difícil contratar personal especializado y capacitado por no poder pagar salarios competitivos.
- La calidad de la producción cuenta con algunas deficiencias porque los controles de calidad son mínimos o no existen.
- No pueden absorber los gastos de capacitación y actualización del personal, pero cuando lo hacen, enfrentan el problema de la fuga de personal capacitado.
- Algunos otros problemas derivados de la falta de organización como: ventas insuficientes, debilidad competitiva, mal servicio, mala atención al público, precios altos o calidad mala, activos fijos excesivos, mala ubicación, descontrol de inventarios, problemas de impuestos y falta de financiamiento

adecuado y oportuno.

Sin embargo, debido a este lugar estratégico que ocupan las PyMES mexicanas y al escaso porcentaje representativo de la grandes empresas y en muchos casos a sus desarticuladas relaciones entre ambas, colocan a México en un punto donde se pone en duda la competitividad de estas, independientemente de su crecimiento en los últimos años, así como el surgimiento de mercados emergentes como el de China que empiezan a desplazar nuestros productos no solo en el contexto de comercio exterior con el resto del mundo, sino también con el mercado interno del país, ya que presentamos un déficit comercial con China entre lo que importamos y exportamos a éste; dejándonos inmersos en una relación económica omnidireccional.

En la actualidad es imposible no pensar en el mercado Chino, este país se ha incluido en el nuestro ya que en todas partes podemos voltear y ver productos manufacturados y en gran medida diseñados por ellos. Es justamente en este punto donde el empresario mexicano ha tomado una actitud defensiva y desacreditadora ante los productos chinos, apelando a su bajo índice de calidad desde un enfoque muy delimitado hacia los acabados y durabilidad de estos, olvidándose tajantemente de uno de sus principios básicos que es la “adecuación al uso”. Asimismo, se ha hecho una mala imagen de China explotado uno de los puntos entre comillas negativo de su modelo económico, su mano de obra barata, ciertamente calificada, pero bajo el punto de vista occidental y obviamente capitalista es sobre explotador y en muchos casos inhumano el trato hacia los trabajadores chinos; dejando regadas por parte de sus competidores en el contexto internacional justificaciones de su bajo costo de mano de obra y su procesos de copiado, mas no de desarrollo y mucho menos de innovación.

Sin embargo esto no es así, a China no hay que verla con la perspectiva de los países occidentales y con la visión de sus historiadores y expertos económicos que incitan a que todo el desarrollo de un país se sustenta en la economía, expansionismos de sus rutas comerciales y al acaparamiento de bienes. A China hay que comprenderla desde su visión cosmopolita como centro del mundo tanto comercial, social y cultural. Los chinos se definieron desde tiempo inmemorial como el país del centro. China es una antigua cultura, que durante

varios milenios presentó los mayores niveles de organización social, producción, innovación y comercio con todo el mundo. Fue un pueblo de innovadores en el campo agrícola y aportaron a la humanidad inventos que cambiaron la historia (Zottele, 2014).

Es un hecho comprobado que en los últimos años se ha presentado un creciente déficit comercial entre importaciones y exportaciones entre México y China, esto derivado no solo a la falta de estrategias gubernamentales para el aprovechamiento del mercado chino, sino más bien se ha remarcado por la cada vez mayor resistencia socio cultural mal informada y prejuiciosa sobre el mercado chino.

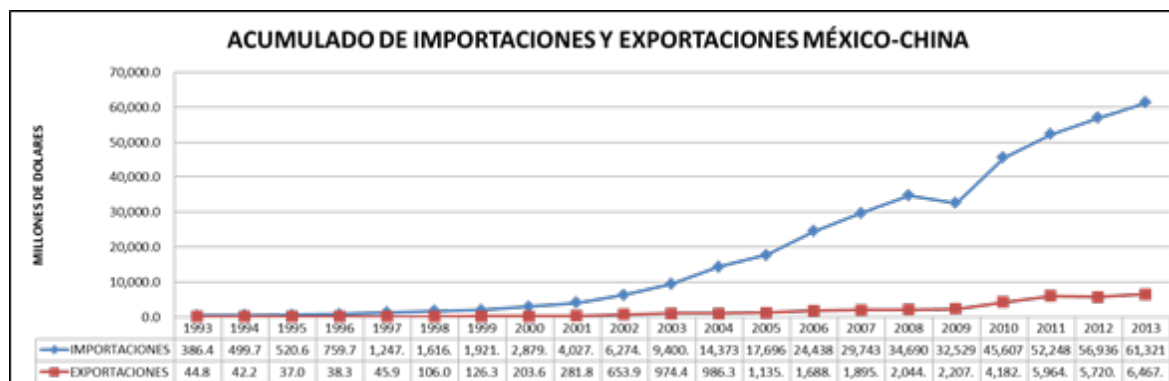


Grafico 1. Elaboración propia con base en datos de la Secretaría de Economía (2014)

Este punto, es relevante para entender la percepción del empresario mexicano ante la presencia de este relativo nuevo competidor, ya que se ve inmerso en una amplia gama de productos que van desde copias, replicas, adecuaciones o productos innovadores a los suyos directamente; haciendo que esta tendencia comercial genere un problema ya no económico sino más bien social con tintes de nacionalismo hacia la protección de los productos locales. Sin embargo esta posición defensiva en exceso es una trampa que cuenta con dos formas; la primera es de orden cultural e idiosincrático, ya que nos el empresario mexicano, solo se lamenta por la aparición de los productos chinos en vez de explotarlos, es decir ya están aquí, ¿ahora qué hacer con ellos?; la segunda, se sustenta en la falta de información sobre el mercado chino y su penetración, ya que con el afán revolucionado de seguir esta corriente comercial, el empresario puede pasar de un paraíso rentable a un infierno comercial en un abrir y cerrar de ojos, esto debido a no tomarse el tiempo necesario para planear su incorporación a este nicho y solo dejarse llevar por una actitud de moda. En este punto bajo

dicho contexto se puede decir que China representa una amenaza potencial para las PyMES mexicanas.

Ahora bien, China es todo un caso exitoso de desarrollo económico y aunque algunos no quieran aceptarlo, también lo es desde el punto de vista social claro está, sin dejar de lado su propia identidad cultural. El factor predominante en este rubro es el papel que juega la educación en el modelo chino, debido a que tan solo en el año 2005 existían 20, 949, 645 estudiantes de Educación Superior en solamente 2,723 universidades, esto sin considerar los niveles básicos e intermedios de educación.

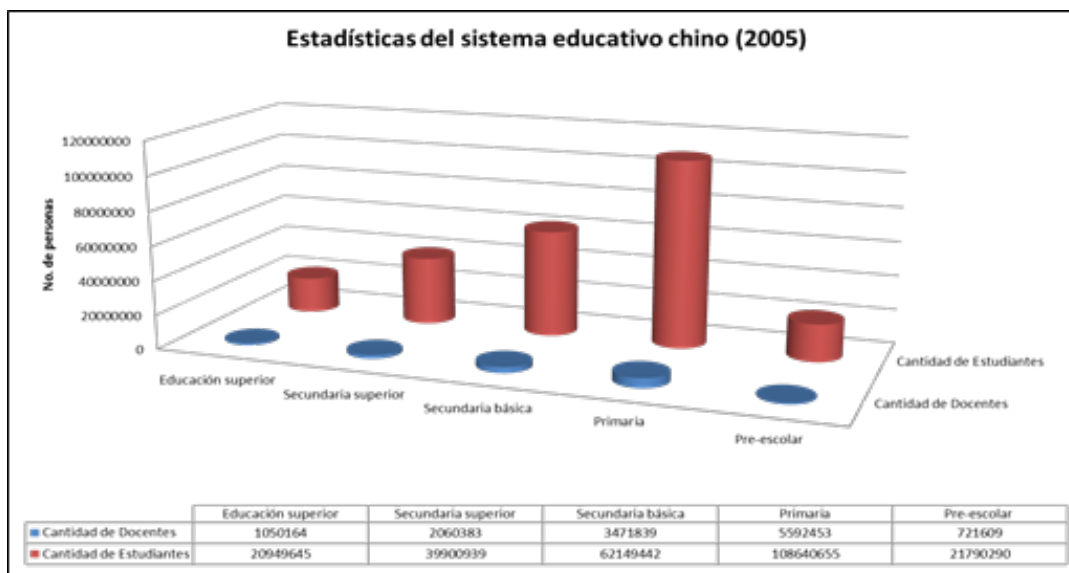


Grafico 2. Zhou & Zhu (2007)

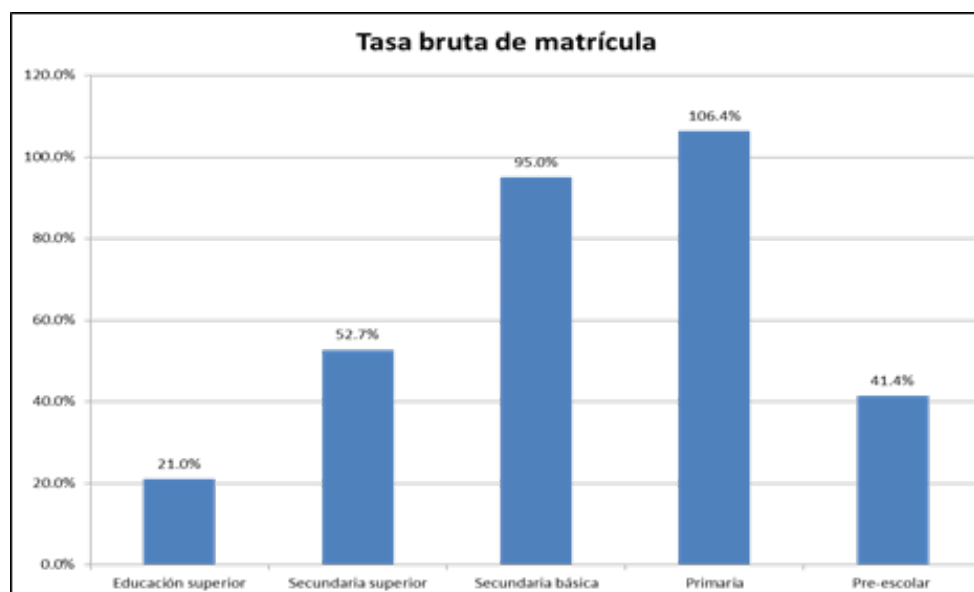


Grafico 3. Zhou & Zhu (2007)

La educación es la base fundamental en el poder de un país. En los últimos treinta años, el número de inscripciones a los colegios y universidades en China creció, de 300,000 en 1977 a 5, 000,000 en 2006, así también la inscripción de estudios de posgrado fue creciendo de cero a 400,000, incluidas 56,000 inscripciones a doctorados. (Zottele, 2013)

Para México, está claro que la educación es un pilar para su desarrollo, sin embargo, todavía no se han podido alcanzar los niveles deseados no solo de alfabetización sino también del nivel de estudios superiores y profesionalizantes requeridos para ser un país más competitivo en el rubro económico y obviamente en la preparación, desarrollo y crecimiento de las PyMES mexicanas. Con los datos arrojados por China en el sector educativo, se puede apreciar claramente a que sector apostó todos sus recursos, entendiendo que para ser una potencia económica a escala mundial el primer paso era la educación de toda su población, garantizando su acceso y continuidad en ella.

Es precisamente, en este rubro de la inversión en los procesos educativos nacionales, en donde se puede catalogar que la interacción con el mercado Chino, representa no una amenaza, sino un reto económico social hacia nuestras políticas públicas de educación y desarrollo económico, al recordar que la mejor inversión que existe, es el preparar al recurso humano para que esté cuenta con las habilidades y competencias necesarias en pro de realizar su funciones de productividad y generación de bienes y riqueza.

Los sistemas de educación actuales en México, se encuentran en el hito específico que les permitirían romper esquemas y paradigmas culturales de antaño y ser sustituidos por modelos educativos que fomenten no solo competencias y habilidades laborales, sino más allá de esto, es decir que se haga énfasis en que la sociedad y en especial el empresario mexicano adquiera conocimientos sobre gestión de calidad, emprendimiento, competitividad, sustentabilidad, sinergia y sobre todo tenga un despertar intelectual que lo conduzca hacia los caminos de la investigación en pro de poder ser una unidad económica más rentable y lista para asumir el reto de interactuar y competir con el mercado chino.

Para México, la situación realmente no se torna como una moda o una profecía

de los economistas y encontrarse en espera de que esta sea cumplida y China domine el mundo económico. Es más bien un desenlace histórico de un suceso expansionista que se ha venido desarrollando lentamente entre estos dos países a lo largo de sus historia y en muchos casos indirectamente a moldeado parte de lo que hoy son en día. Se debe de recordar que el puerto de Acapulco fue uno, por no decir el primer puerto latinoamericano con el que China hizo contacto desde hace algunos siglos atrás; por ello, es momento de que los empresarios mexicanos, así como el gobierno, empiecen a tomar acciones concretas de cómo aprovechar el fenómeno China, y propiciar una relación bilateral dentro de un marco de ganar-ganar.

China ha dejado en claro sus intenciones de continuar con su crecimiento económico, aunque obviamente en ciertos momentos este se vea detenido o reducido, sin embargo para este país no son inconvenientes a largo plazo estos “pequeños retrasos” que puedan presentársele en un esquema a corto plazo. Por tal motivo esto se vuelve una enorme ventana de oportunidad no solo para las grandes empresas sino también se encuentra al alcance del motor económico de México, la PyMES. Para China la reducción del déficit de las importaciones de productos mexicanos es un tema estratégico, no solo por poner una equidad entre ambas naciones, sino también por hacerse de productos que ellos pueden procesar y derivar en nuevos productos para comercializar.



Grafico 4. Dussel (2007)

Para el sector identificado como “Otros”, es muy alentadora su variada composición de productos, como lo son el café, el tabaco, productos que procuren el cuidado de la salud y los servicios de turismo receptor.

Por último cabe mencionar que a pesar de que China deja abierta esa ventana de oportunidad para México, a quien busca hacer uno de sus aliados principales, otros países latinoamericanos, inclusive Canadá y Estados Unidos ya han empezado a desarrollar modelos de aprovechamiento de este mercado, poniendo en riesgo no solo la duración de esta ventana, sino más bien de sus proporciones hacia los beneficios y participación de México.

Conclusiones

Como se ha podido observar a lo largo de este documento, se han puesto sobre la mesa las intenciones de China para con México, así como el poder vislumbrar los tres tipos de escenarios que nos plantea una relación con el mercado Chino, el cual es indudablemente imposible de evitar, pasando de lo que para muchos en primera instancia podrían asegurar que es una amenaza, debido a los modelos e ideologías sobreprotectoras de los productos nacionales, olvidándose de otras estrategias comerciales para aprovechar lo que este mercado aporta a México. Así mismo se plasmó la necesidad de romper paradigmas de los modelos educativos y económico sociales del país, ya que se necesita de nuevos enfoques educativos que fomenten la investigación de los empresarios mexicanos y a su vez realicen alianzas con las mismas instituciones educativas en pro de ser formados, asesorados, guiados e inclusive acompañados en el reto que significa ser unidades económicas competitivas con el mercado chino, mediante procesos de innovación y desarrollo. Es así que se planteó el último escenario que arroja la relación bilateral con China, es decir la ventana de oportunidad que representa hacer negocios con la próxima Gran Economía Mundial, el monstruo Rojo. Por lo anterior, la Universidad Veracruzana, comprometida con el desarrollo educativo y en particular con el desarrollo económico social, no solo de Veracruz sino de todo el país, busca ayudar a los empresarios en su proceso de asimilación del mercado chino mediante una gama de servicios que van desde asesorías empresariales puntualizadas y sectorizadas, pasando por procesos formativos como estudio del idioma, diplomados y estudios de posgrado sobre China, hasta llegar a procesos de investigación, acercamientos socio culturales y misiones comerciales directamente en China; todo ello mediante el Centro

de Estudios China-Veracruz, con el cual la Universidad Veracruzana reitera su compromiso de desarrollo de la sociedad mexicana.

Referencias bibliográficas

Dussel Peters, Enrique, Oportunidades en la relación económica y comercial entre China y México, Naciones Unidas, México, 2007

González Linaje, María Teresa, Historia de la Civilización China, Antología del Módulo 2 de la Maestría en Economía y Sociedad de China y América Latina, Primer Semestre, Universidad Veracruzana, México, 2014

González Martínez, Joaquín R., Historia de la Civilización y Geografía Económica de América Latina, Antología del Módulo 1 de la Maestría en Economía y Sociedad de China y América Latina, Primer Semestre, Universidad Veracruzana, México, 2014

http://187.191.71.239/sic_php/pages/estadisticas/mexicojun2011/Z3bc_e.html
<http://www.apec.org/>

http://www.economia.gob.mx/files/diagnostico_economia_mexicana.pdf

http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/censos/economicos/2004/industrial/estratifica2004.pdf

<http://www.promexico.gob.mx/es/mx/marco-legal#constitucion>

<http://www.promexico.gob.mx/negocios-internacionales/pymes-eslabon-fundamental-para-el-crecimiento-en-mexico.html>

Zhuo, N. & Zhu, M., Educational Reform and curriculum change in China: A comparative case study. Prepared for Internatioal Bureau of Edducation, 2007

Zotelle Allende, Anibal C., Geografía Económica de China, Antología del Módulo 2 de la Maestría en Economía y Sociedad de China y América Latina, Primer Semestre, Universidad Veracruzana, México, 2014

Zotelle Allende, Anibal C., Orientando: Temas de Asia Oriental, Sociedad, Cultura y Economía, Año I, Número 1, Universidad Veracruzana, México, 2010

Zotelle De Vega, Esteban, Orientando: Temas de Asia Oriental, Sociedad, Cultura y Economía, Año III, Número 1, Universidad Veracruzana, México, 2013.

Dra. Mónica Karina González Rosas

mkarinagr@hotmail.com

Catedrática de tiempo completo de la facultad de contaduría y administración
campus Ixtaczoquitlán

Mtro. Leonel Lara Serna

leodenells@hotmail.com

Investigador de tiempo completo del Instituto de la Contaduría Pública de la
Universidad Veracruzana

MGC. Liliana Amador Angón

liliana_amador_a@yahoo.com.mx

Catedrático del área de Posgrado de la Universidad Veracruzana, campus
Ixtaczoquitlán, Ver

MGC. Luis Aarón Ramírez Robles

aaronramirez.09@gmail.com

Director de la carrera en ingeniería industrial del ITESM campus Fortín de la
Flores, Candidato a doctor en logística por el UPAEP.