

Trump y la industria automotriz



© Reuters/H. Romero

Publicado en el periódico Reforma el 23 de noviembre, Ciudad de México.

Trump y la industria automotriz

La incorporación del fordismo como fenómeno económico revolucionó un mercado de masas en el que se desarrolló parte del poderío no bélico de EEUU, potencia que desde el siglo pasado inició con mayor intensidad su proceso de expansión de capitales. Es el caso cuando en la década de los 20's las automotrices estadounidenses aterriza en sus inversiones a México, que iniciaba su primer período de pacificación interna y con ello de crecimiento y desarrollo.

A pesar de que el GATT reconociera el proceso de bloques comerciales, fue hasta 1994 cuando las tres economías norteamericanas emprenden el TLCAN, en gran medida sostenido por los acuerdos entre Washington y Ottawa en materia automotriz. EEUU cumpliendo su tarea de reconstrucción de Europa Occidental después del Plan Marshall y con un Japón pacificado y renaciendo como segunda economía del globo, se daba cuenta que tendría nueva competencia en varios frentes comerciales, pero con especial ahínco en el automotriz.

México, con un crecimiento económico de más del 7% hasta 1982, lo que permitiría la emergencia de una clase media, posibilitó que por medio de decretos presidenciales, se iniciara una plataforma automotriz que hoy por hoy, lo ha convertido en el 7º. productor mundial de vehículos, el 5º. productor de autopartes y el 4º. exportador global de vehículos ligeros.

En 2015, EEUU rompió el récord de todos los tiempos al vender en su mercado interno más de 17,39 millones de unidades, lo cual representa un aumento del 5,8% con respecto a 2014. Ya repuestos de la crisis del 2008, el 2015 marcó "una tendencia de crecimiento que no se veía desde los años 1920". Cada puesto de trabajo en las armadoras de Estados Unidos crea en promedio 7 puestos de trabajo en otras industrias de su economía. Es decir, en promedio la economía más fuerte del TLCAN sigue produciendo la misma cantidad de vehículos desde que inició el acuerdo de libre comercio con Canadá y México, acuerdo que tiene en el sector automotriz regional un contenido de autopartes del 62.5%.

En promedio 33% de los componentes de un vehículo armado en territorio estadounidense es de origen mexicano y viceversa, 40% de los vehículos armados en México es de componentes importados del vecino del Norte. Por ello, es prudente aquilatar las siguientes preguntas al presidente electo de EEUU ¿Le informaron bien está realidad y que el cambio de proveedores de otro país tendría mayores costos en tiempo y logística? ¿Cambiando a México de proveeduría daría oportunidad a países como China, Turquía o el sudeste asiático, a costa de la lejanía geográfica que representa mayores costos? ¿Sabe que el arancel máximo en la Organización Mundial de Comercio (OMC) para vehículos, aún sin tratado es del 2.5%? es decir ¿Usted abriría un frente no sólo con México y Canadá sino también con la OMC del cual su país es miembro?

México en su mercado interno automotriz representa poco más del 30% donde el consumidor opta por una de las tres marcas de Detroit, dominando GM con casi 20% de ventas. ¿Apelaría Trump que el consumidor mexicano disminuya su preferencia por marcas asiáticas o europeas?

Olvida Trump que la expansión de las automotrices a México, se hizo por la competencia global en marcas japonesas. Con amnesia Trump no reconoce que la salvación que hizo Obama en el 2008 ante la crisis, era condición para mantenerse en competencia, sin importar donde se ubiquen las armadoras.

Estas interrogantes merecen respuestas más allá de declaraciones de campaña. Se demuestra que la integración que ha brindado el NAFTA es una realidad, a pesar de las asimetrías entre los niveles de desarrollo de las tres economías. Una salida del acuerdo tendría costos muy altos para EEUU sumiéndose en el aislacionismo y contrario a lo que dice Trump, el rompimiento de cadenas de valor regionales ocasionaría miles de empleos perdidos para estadounidenses. Para México sería la oportunidad de una nueva relación con Canadá, diversificar ante una histórica oportunidad además de fortalecer su mercado interno.

Juan-Pablo Calderón Patiño

Cabildero de la Asociación Mexicana de Distribuidores de Automotores, AMDA