

Factores de Inversión Directa de Empresas Japonesas en México: Industria de televisores vs. Industria de automóviles

Factors of Japanese Direct investment in Mexico: Television industry vs. automobile industry

Yukari TSUSHIMA

Instituto de Iberoamérica, Universidad de Salamanca

u97041@usal.es

Resumen.

En la economía mexicana, varias empresas japonesas realizan Inversión Extranjera Directa (IED), principalmente, en la industria automotriz y la industria de televisores. Sus IED son importantes para la economía mexicana, como una manera de aprendizaje de nueva tecnología. Para el Gobierno de México, promover IED sería una manera efectiva de desarrollo económico.

En este ensayo, se muestra como se promueve IED en México, a través del análisis de la historia de IED japonesa en dos industrias Mexicanas y a través de una encuesta a las empresas japonesas que realiza el gobierno de Japón. Para promover IED japonesas en la economía mexicana se necesita desarrollar capacidades en los consumidores mexicanos y los proveedores mexicanos.

Palabras Clave. Inversión extranjera directa (IED), automóviles, televisores, México, Japón.

Abstract.

In the Mexican economy, contribution of Japanese companies is very important. Especially, in the automobile and television industry, their activities are outstanding. Their Foreign Direct Investments (FDI) is source of opportunity to master new technologies for the Mexican economy. Therefore, it is very important for the Mexican government to promote FDI. In my paper, I will analyze history of the Japanese FDI in the automobile and the television industry and questionnaire organized by the Japanese Government, to show some ideas to attract more FDI in México.

In my opinion, to invite more FDI in Mexico, the Mexican government has to develop capacities of the Mexican consumers and the Mexican suppliers.

Key words. Foreign Direct Investment (FDI), automobiles, television, Mexico, Japan

1. Introducción

Existe una variedad de empresas japonesas que tienen sus empresas de fabricación de productos en México, especialmente se destacan la industria japonesa de automóviles y la de televisores. Estas dos industrias tienen algunas características comunes: son importantes para el desarrollo de la economía mexicana; es necesaria la existencia de una cadena de producción desde los proveedores, la fabricación de piezas, hasta el ensamblaje final; y ambas necesitan desarrollar tecnología para mejorar sus productos. Para México atraer Inversión Extranjera Directa (IED) desde estos dos sectores industriales es una oportunidad para promover su industrialización y desarrollo económico.

Sin embargo, para establecer una política de atracción de la IED el gobierno de México debe conocer y entender los intereses que desean cumplir las empresas a través de esa IED. Por tanto, el análisis de estas dos industrias japonesas es relevante. Este *paper*, analiza las características de la IED de empresas japonesas en México, con el objetivo de plantear una nueva perspectiva de las políticas industriales para la atracción de IED.

Este documento se estructura en cuatro subcapítulos: primero, la introducción, segundo analiza dos historias de IED japonesa de automóviles y televisores; posteriormente se analiza una encuesta realizada por el gobierno japonés a las empresas japonesas en los países extranjeros y por último, las conclusiones.

2. Historia de la IED japonesa en México

2.1 *Industria de automóviles*

Para la mayor parte de las empresas japonesas que tiene IED en México, este es un país para la fabricación de productos y exportación a los Estados Unidos. Además, un incentivo que tuvieron las empresas japonesas para invertir en México es fruto de las relaciones económicas entre Japón y los Estados Unidos.

En América Latina, la IED japonesa tiene una larga historia. Por ejemplo, en 1959 Toyota empezó a invertir en Brasil (Mortimore et al 2005). En México, la IED de las empresas japonesas de automóviles llegó más tarde. En 1966, Nissan empezó a invertir y a establecer sus fábricas en Cuautla, Morelos.¹ Esta es el primer antecedente de IED japonesa del sector automotor en México. Como se mencionó anteriormente, el principal motivo de IED hacia México estuvo influenciado por las relaciones económicas entre Japón y Estados Unidos

Para la década del sesenta, Estados Unidos era el único mercado para las empresas de automóviles japonesas. Los países europeos estaban sufriendo por daños de la Segunda Guerra Mundial y los países asiáticos, menos Japón, eran todavía pobres. Por eso, exportaban hacia los Estados Unidos. Los principales productos de exportación desde Japón eran camiones, sin embargo, hacia mediados del 60, los vehículos turísticos se convirtieron en el primer producto (Fukiharu 1990). Además, durante el mismo tiempo, el Yen japonés estaba valorando muy bajo² y fijos. Esta condición de cambio de moneda significa que exploración desde Japón es más fácil que fabricar en otros países. A pesar de ello, en esta década, los *Big 3* de empresas automotrices de Estados Unidos – Ford, Chrysler y GM- eran productores principales en el mercado estadounidense.

Sin embargo, esta condición empezó a cambiar en la década del setenta. El primer motivo de cambio de la situación fue la crisis del petróleo. Para las empresas automotrices, el aumento de coste de combustible indujo su cambio de estrategia de fabricación. Los consumidores suelen evitar comprar vehículos grandes en esta condición. Por otra parte, los productos principales de las empresas japonesas eran *compact-car* que gastan menos combustible. En este periodo, este tipo de vehículos se convirtieron en los favoritos para los consumidores estadounidenses. Además, en 1970, todavía estaba el cambio de moneda fijo, que el yen había valorado muy bajo. Gracias a estas dos condiciones (las preferencias de los consumidores estadounidenses y la condición del tipo de cambio), las empresas japonesas automotrices aumentaron sus exportaciones a Estados Unidos. Esta tendencia continuó hasta 1980.

¹ <http://www.amia.com.mx/ubicacion.html>

² 1\$=360 yenes

A pesar de ello, desde finales de 1970, la relación económica entre Japón y Estados Unidos empezó a cambiar. La competitividad de las empresas japonesas automotrices aumentaron y al contrario, las empresas estadounidenses perdieron sus beneficios en el mercado de Estados Unidos. Basado en esta condición del mercado, el gobierno de Estados Unidos comenzó a controlar la actividad de las empresas japonesas. Especialmente, las empresas japonesas tenían que reducir sus exportaciones a Estados Unidos. Esta condición favoreció el avance de las empresas japonesas hacia México, para mantener el mercado en Estados Unidos.

Como se mencionó anteriormente, la primera fábrica que invirtió en México fue Nissan en 1996. Este fue un esfuerzo temprano porque la mayoría de las empresas japonesas automotrices se establecieron en México a principio de los ochenta como una estrategia para evitar el aumento de costos inesperados y mantener el mercado con los Estados Unidos.

Hubo algunos motivos que respaldaron la IED automotriz japonesa en México en los años 80. El primer motivo fue el tipo de cambio entre el yen y el dólar de Estados Unidos. En 1986, a través del “Acuerdo de Plaza”, el tipo de cambio del yen se valoró alto.³ Esta condición monetaria no era favorable para las empresas japonesas exportadoras. La industria automotriz japonesa era (o es) típica industria de exportación, por eso, el “Acuerdo de Plaza” les obligaba a las empresas japonesas de automóviles un cambio drástico de estrategia. De hecho, en el “Acuerdo de Plaza”, las empresas japonesas no eligieron la exportación, tenían que fabricar en otros países. Esta decisión indujo a IED hacia México.

Otro motivo importante para la IED en los años 80 fueron las políticas industriales del gobierno de México. Es así como, para promover un desarrollo de la industria, el gobierno México había establecido Decretos Automotrices desde 1960. Sin embargo, los decretos automotrices en los años sesenta y setenta fueron diseñados para proteger las empresas mexicanas y controlar la exportación desde México (Miranda 2007). Sin embargo, por la crisis de la deuda, tuvieron que cambiar los objetivos de estos decretos hacia 1980 (Mortimore et al 2005). El gobierno de México necesitaba aumentar sus exportaciones. Para conseguir este cambio, planteaba convertir a la industria automotriz en una industria exportadora.

³ 1\$=120 yenes

Además, desde los años 1980, la estructura de la industria en la economía de Estados Unidos empezó a cambiar. Mientras el número de trabajadores del sector servicio aumentó, se redujo el número de trabajadores del sector industria. De igual manera, el coste de la mano de obra en Estados Unidos aumentó.

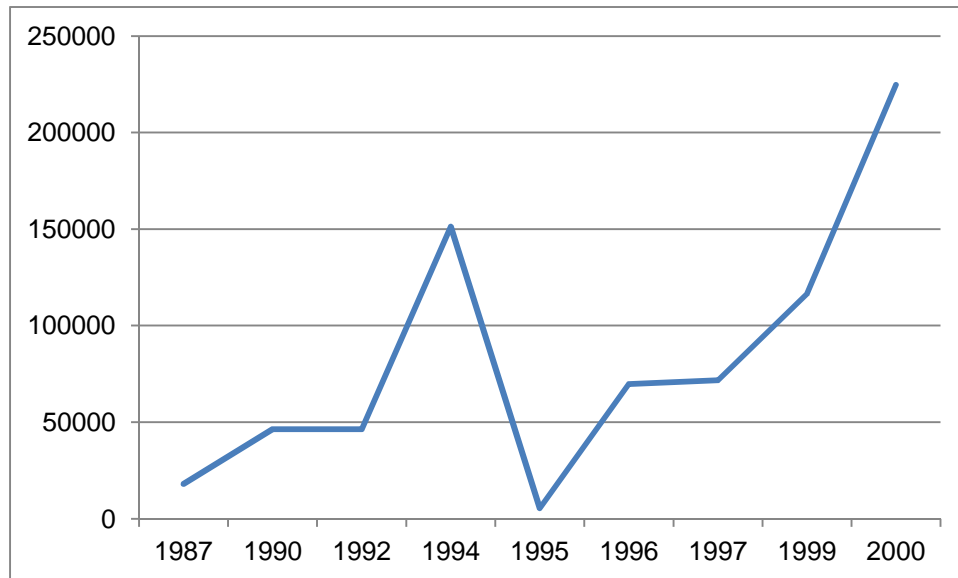
Bajo de estas condiciones, las empresas japonesas automotrices tenían que decidir invertir en México y trasladar sus fábricas hacia ese país para exportar sus productos a Estados Unidos. Además, después de empezar las reuniones para el TLCAN entre México, Estados Unidos y Canadá, la IED de empresas automotrices japonesas se han aumentado. Para recibir beneficios de TLCAN, las “reglas de origen” obligaron a aumentar *local-content* de productos a las empresas automotrices. Bajo esta condición, hubo un aumento del número de casos de IED japonesas en la industria automotriz de México (ver la Figura 1).

En mismo tiempo, las Pymes japonesas de la industria de automotrices avanzaron hacia México. La mayor parte de ellas eran proveedores de las empresas grandes automotrices. Para las empresas grandes japonesas automotrices, aumentar su calidad de los productos, o sea, mantener la calidad de los productos era su más alta prioridad en la estrategia.

Especialmente, para vender los automóviles, es necesario garantizar la seguridad de las personas dentro y fuera de los coches. Por eso, el nivel de los productos que esperan las empresas japonesas automotrices es muy alto. Esto significa que las empresas grandes automotrices japonesas tienen dificultad para encontrar nuevos proveedores en los otros países. Por eso, las empresas grandes querían llevar sus proveedores japoneses que ya habían conocido en México. En esta tendencia indujo el aumento de número de Pymes japonesas en México. Esta IED japonesas a las Pymes también es fruto de TLCAN. Para satisfacer la Regla de Origen de TLCAN, las empresas japonesas tenían que llevar sus proveedores a México.

Figura 1 Capitales japonesas en la industria automotrices en México.

(Millón Yen)



Fuentes: Ministerio de Economía, Negocio E industria de Japón.

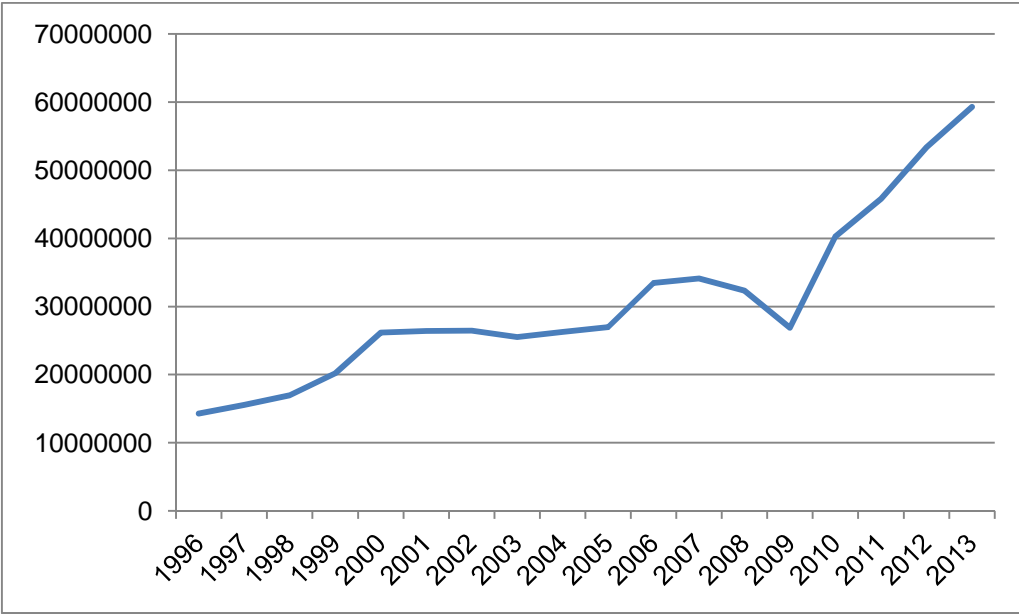
<http://www.meti.go.jp/statistics/tyo/kaigaizi/>

Además, en la cadena de producción de automotores de la industria japonesa, el papel de las Pymes es muy relevante. La famosa forma de producción *Just-in-time* es posible sólo cuando las Pymes pueden fabricar partes que las empresas grandes esperan. Para obtener piezas adecuadas, las empresas grandes tienen que investigar a sus proveedores: ¿Tienen la capacidad para fabricar las piezas que se requieren? No obstante, este estudio de los proveedores es costoso y por tanto, desde el punto de vista de las empresas grandes, buscar proveedores nuevos no es rentable. Además, buscarlos en otros países además de costoso resulta problemático por las diferencias en idiomas, falta de información, etc. Por estas razones, las grandes empresas automotrices japonesas llevaban sus proveedores desde Japón hacia México.

Principalmente, la estrategia de las empresas japonesas en México, que consiste en ser una plataforma para la exportación hacia Estados Unidos no ha cambiado hasta hoy. Sin embargo, desde el 2000, algunas empresas automotrices japonesas

empezaron a cambiar esta perspectiva. El motivo importante de este cambio de estrategia es la recesión en los Estados Unidos. Para las empresas automotrices en México, la recesión económica en Estados Unidos fue un motivo importante de reducción de sus ganancias (veamos la Figura 2). Las empresas japonesas de automotrices en México no fueron la excepción. Pese a ello, el mercado estadounidense continúa siendo atractivo para las empresas japonesas y no abandonarían este mercado.

**Figura 2 México: Exportación de automóviles a Estados Unidos
(Miles de dólares)**



Fuentes: U.S. International Trade Statistics. <http://censtats.census.gov/cgi-bin/sitc/sitcCty.pl>

En ese sentido, a comienzos del nuevo siglo, las empresas automotrices japonesas empiezan a cambiar su estrategia en México, considerándolo como un exportador a los países de Sur de América. Este cambio de estrategia es muy importante, cómo se explica en el siguiente capítulo, las empresas automotrices japonesas aún an

esfuerzos para vender sus productos en Sur de América.⁴ El mercado Estadounidense sigue siendo importante, pero además han comenzado a expandir sus redes de producción, que en un futuro será importante revisarlo con más detenimiento.

2.2 Industria de televisores(ITV)

Para la mayor parte de las empresas japonesas de televisores, el papel que han esperado en México es igual a las empresas automotrices japonesas: un lugar secundario para IED. Cuando, por cualquier motivo, no pueden invertir directamente en Estados Unidos, los inversores se enfocan en México para producir y exportar a Estados Unidos. Además, el proceso de avance de inversiones japonesas de las empresas ITV es, también, casi igual al caso de las empresas de automóviles.

Las empresas japonesas de ITV empezaron a invertir y construir sus fábricas filiales en Estados Unidos en los años 1970. Sin embargo, desde finales de los setenta, el gobierno de Estados Unidos empezó a controlar las actividades de las empresas japonesas: por ejemplo, con la regulación de *anti-dumping* y la limitación de exportación que estaba basado en voluntariedades de las empresas japonesas. Incluso, el coste de mano de obra en Estados Unidos empezó a subir. En esta situación, fabricar los televisores en Estados Unidos se volvió muy costoso. Sin embargo, al mismo tiempo, el mercado de Estados Unidos era atractivo para las empresas japonesas. Por eso, las empresas japonesas de televisores tenían que empezar a trasladar sus fábricas a México, para mantener sus mercados principales y el precio de sus productos. Este proceso de traslado de los fabricas japonesas es igual al caso de la industria de automotrices. Sin embargo, hay algunos aspectos diferentes. La primera diferencia es la existencia de empresas de electrodomésticos mexicana antes de la IED japonesa.

La historia de la industria de electrodomésticos (incluyendo televisores) en México es muy larga. En los años 50, se fabricaban radio transistores. En los años 60, ya

⁴ Mexico Trumps Japan in Global Auto Industry; Vehicle Exports Hit \$30 Billion.
<http://www.investmentpropertiesmexico.com/mexico-real-estate-news-blog/2014/02/mexico-trumps-japan-in-global-auto-industry-vehicle-exports-hit-30-billion> acceso 1 Marzo 2014.

varias empresas de electrodomésticos mexicanos y empresas estadounidenses empezaron a avanzar a México: Admial, Beck, Motorola, General Electric, etc (Lowe et al 1999). En 1970, el mercado de electrodomésticos en México era más grande que el Corea del Sur o Taiwán (Lowe et al 1999). El objeto de la IED de las empresas estadounidenses de televisores era vender sus productos en el mercado mexicano. Hasta los años ochenta, el crecimiento de la economía mexicana era muy fuerte. Para las empresas de televisores mexicanos y norteamericanos, este crecimiento de la economía era la principal razón para crear y expandir sus mercados en México. Sin embargo, a partir de 1980, a raíz de la crisis de la deuda, la economía mexicana tuvo problemas para mantener el crecimiento que habían tenido. Además, después del “Consenso de Washington”, el gobierno de México tenía que fortalecer sus exportaciones. En esta situación, las empresas de televisores mexicanos y estadounidenses perdieron sus capacidades para mejorar sus ventas, porque sus mercados principales eran domésticos. Así es como surge la historia de IED de las empresas japonesas de ITV en México.

Las inversiones japonesas en la ITV en México empezaron a destacar desde la segunda mitad del setenta. Los gigantes empresariales de televisores como Matsushita, Sanyo y Hitachi, invirtieron para establecer sus fábricas en la frontera norte de México. Hubo algunas razones importantes para estas decisiones. La primera, es que en los años 1970 era necesario reducir costes de producción. En 1977, las empresas japonesas de ITV tuvieron que aceptar ‘Restricciones Voluntarias a la Exportación’ a Estados Unidos, ya no podían exportar desde Japón. Sin embargo, no deseaban perder sus dominios del mercado estadounidense. Por tanto, la decisión de las empresas japonesas fue trasladar sus fábricas a México y de allí exportar a Estados Unidos. La segunda razón, fue el Programa Nacional Fronterizo en México, que habían empezado desde los años 1960. En realidad, en los años 60, hubo una restricción de participación a los capitales extranjeros en las empresas maquiladoras no podían superar el 49%. No obstante, esta restricción se cambió en el año 1970 y los capitales extranjeros pudieron participar hasta 100% y además, las empresas de la frontera norte de México pudieron importar recursos sin aduanas. Estas condiciones nuevas eran muy favorables para las empresas japonesas de televisores. La tercera razón de las empresas japonesas de ITV era el cambio de la estructura industrial de Estados Unidos. Desde esta década, los

sectores de manufactura en Estados Unidos se redujeron, mientras el sector servicios empezó a aumentar. Las empresas japonesas sustituyeron a la industria manufacturera de Estados Unidos, produjeron y vendieron sus productos en Estados Unidos. Sin embargo, bajo cualquier condición, para las empresas japonesas de ITV, el papel de México era una plataforma para producir y exportar a Estados Unidos. Además, no debemos olvidar un efecto para las empresas japonesas que fue la Crisis de Petróleo en 1974. El aumento de precio de petróleo obligaba a las empresas japonesas a reducir otro coste de productos.

A partir de 1970, la IED a México de empresas japonesas de ITV empezó a acelerarse. Este aumento de IED japonesas era una necesidad frente a la situación económica que las empresas japonesas (no sólo de ITV) tenían que enfrentar; por ejemplo, en 1986, el gobierno japonés pactó el “Acuerdo Plaza” en G5 en Nueva York. En este Acuerdo, la alta valor de la moneda japonesa era definitiva. Para las empresas manufactureras japonesas, esta condición era un problema muy serio, porque la mayor parte de sus beneficios llegaba de su exportación a otros países, así que con el incremento del valor del yen japonés, comparado con el dólar de Estados Unidos, significaba perder sus ganancias. A partir de ello, sus ganancias no podían ser a través de las exportaciones y por tanto realizan IED para instalar sus fábricas en otros países. Además, en los años 1980, la internacionalización de las empresas japonesas estaba muy activa. Varias empresas hicieron IED para buscar mercados externos y para vender sus productos.

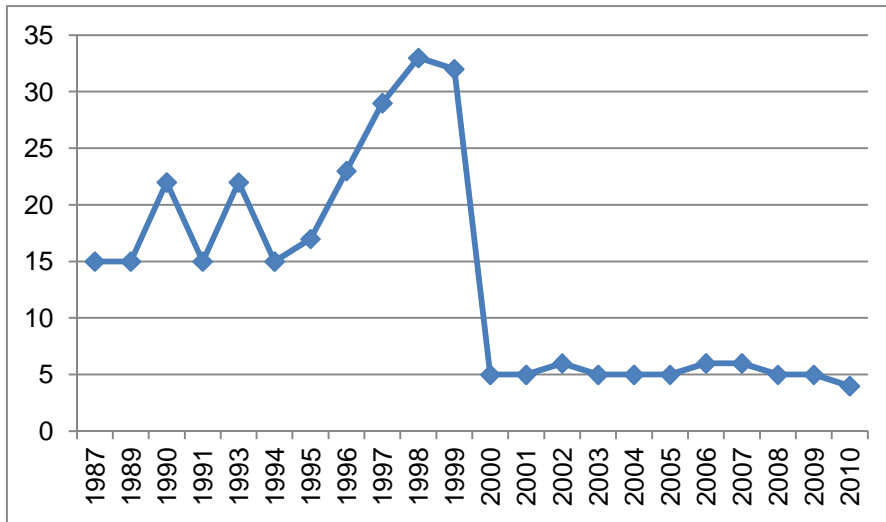
Sin embargo, el objeto de las empresas japonesas de ITV en México siempre fue mantener u obtener sus ganancias en el mercado de Estados Unidos. No previeron la oportunidad de considerar a México como un consumidor potencial, y en ese sentido las empresas japonesas no tenían ningún conocimiento sobre los consumidores mexicanos. México significaba para estas empresas un país para la producción, y gran parte de las empresas japonesas instaladas en Estados Unidos trasladaron sus fábricas a México, aunque también las empresas japonesas de ITV mantuvieron su centro de R&D en Estados Unidos, porque consideraban que en México era difícil encontrar estos recursos para R&D.

En la segunda mitad de los ochenta, el Tratado de Libre Comercio de América del Norte se alcanzó entre los gobiernos de México, Estados Unidos y Canadá. Este

tratado fue otro de los motivos principales para que las empresas japonesas aprovecharan la IED en México, porque según este acuerdo, se establecía una condición de “reglas de origen”. En la industria de televisores, al menos el 60% del precio final del producto tenía que haber sido construido en América del Norte. Esta regla de origen del TLCAN significa que las empresas de ITV tenían que producir más de la mitad del valor del producto dentro de los países de América del Norte. Bajo esta condición, las empresas japonesas aceleraron su IED a México. Además, los medianos productores japoneses de televisores invirtieron en México, con la ayuda de las grandes empresas japonesas. Esta tendencia de aumento de IED inicia en 1990 como se indica en la Figura 3 y se explica a partir de las reglas de origen de TLCAN. Sin embargo, desde el 2000, se reduce la IED debido a la recesión económica en los Estados Unidos que afecta la venta de televisores mexicanos, el surgimiento de la economía China y los problemas propios de la economía en Japón.

Además, en la Figura 4 notamos que el número de trabajadores en las empresas japonesas de electrónicas no ha cambiado desde el año 2002, lo que significa que las empresas japonesas no aumentaron sus actividades en México en los años 2000.

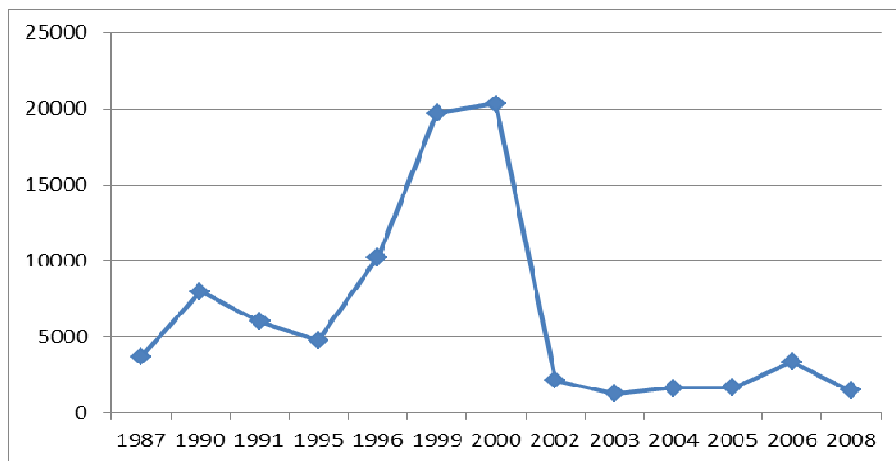
Figura 3 Número de empresas japonesas de productos eléctricos en México



Fuentes: Ministerio de Economía, Negocio e Industria de Japón.

<http://www.meti.go.jp/statistics/tyo/kaigaizi/>

Figura 4 Número de trabajadores en empresas japonesas de productos eléctricos en México



Fuentes: Ministerio de Economía, Negocio e Industria de Japón.

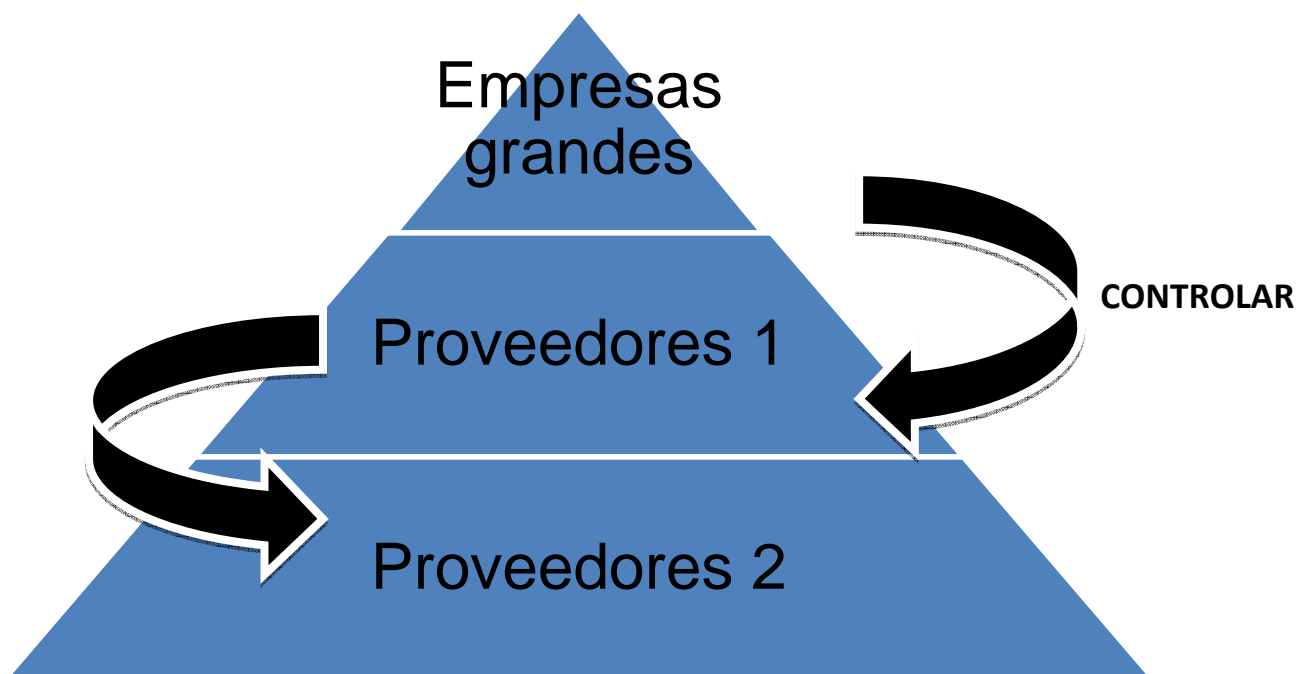
<http://www.meti.go.jp/statistics/tyo/kaigaizi/>

2.3 Comparación entre dos industrias de IED japonesas: características comunes y distintas

En los dos capítulos anteriores se han analizado las historias de dos experiencias de IED japonesa en la industria de México. A partir de ellas, encontramos puntos comunes y deferentes. Primero, se analiza los puntos en común. El primer elemento común es que las actividades de IED japonesas en México tienen fuerte influencia de la relación económica entre Japón y los Estados Unidos. Concretamente, cuando las empresas japonesas no pueden continuar con sus fábricas en los Estados Unidos, consideran la IED hacia México como una plataforma de exportación. Por eso, es muy normal que sus estrategias de marketing se enfoquen hacia el mercado estadounidense. De igual manera, la situación económica en Estados Unidos también afecta los planes de producción en México.

El segundo aspecto en común es el fuerte vínculo entre las grandes empresas japonesas y los proveedores japoneses de las dos industrias. El papel de las Pymes tanto en la industria de televisores como en la industria automotriz es muy importante. Estas dos industrias son claros ejemplos del “*Keiretsu*” Japonés. La estructura de “*Keiretsu*” es como una pirámide. Esto significa que las PYMES que están arriba tienen que controlar a sus proveedores: PYMES bajas (ver la Figura 5). (Mortimore et al 2005). El sistema del “*Keiretsu*” es un factor que hace posible el *Just-in-time*, que aseguran la calidad y la fecha de entrega de las piezas. Es por esto, que buscar y controlar nuevos proveedores resulta muy costoso. Estos aspectos mencionados son similares tanto en la industria automotriz como en la industria de televisores japonesas en México.

Figura 5 Proveedores en el sistema de *Just-in-time*



Fuentes: Elaborado Propio

Por otra parte, con relación a los aspectos de diferencia, la primera consiste en el periodo de auge de IED japonesa en México. Mientras la IED en el sector automotriz se desarrolla entre 1980-1990, la industria de televisores lo hace entre 1970-1980. Para las dos industrias, el principal motivo para la IED en México fue el conflicto económico entre las empresas japonesas y el gobierno de los Estados Unidos. En ese sentido, es importante reflexiones la razón por la cual la industria automotriz tardó en desarrollarse una década.

A partir de esta investigación, se infiera que las diferencias en los periodos de desarrollo de IED japonesa en México se deben a la diferencia de la competitividad de cada industria en los Estados Unidos. La competitividad de la industria de televisores en Estados Unidos ya se había reducido hacia mediados del setenta, para 1980 ya no había empresas de televisores estadounidenses. Por tanto,

trasladar IED desde Estados Unidos hacia México no representaba un gran problema.

Por el contrario, la industria automotriz en Estados Unidos y la existencia de los *BIG 3* era (y es) muy grande. Aunque los productos japoneses son un rival en el mercado, las actividades de las empresas estadounidenses mantenían sus mercados y pudieron ganar tiempo ante de que se realizara IED en México. Es decir, la diferencia del primer auge de IED entre la industria de televisores y la automotriz viene dada por la diferencia de la competitividad de estas dos industrias en los Estados Unidos.

La segunda diferencia, que ya ha sido mencionada anteriormente, es la existencia de las empresas estadounidenses. Las décadas del sesenta y ochenta representaron una transición en la estructura industrial en Estados Unidos: donde se pasó al reducir el número de las empresas industriales al aumento en el sector servicios. A pesar de ello, los *BIG 3* mantuvieron la actividad de la industria automotrices estadounidenses. Sin embargo, la industria de televisores estadounidenses desapareció en México, después del avance de las empresas japonesas y europeas.

3. Encuesta del gobierno Japonés

3.1 Información sobre esta encuesta

En este capítulo, se analiza una encuesta realizada por el gobierno de Japón. El objeto en este capítulo es, a través de la comparación de estas encuestas entre la industria automotriz y la industria de televisores, encontrar las posibles alternativas para atraer IED japonesa en México.

El gobierno de Japón realiza esta encuesta cada año a las empresas japonesas que tienen sus actividades en el extranjero. Indaga aspectos como la información de sus empresas matrices, las ganancias, proveedores, etc. Sin embargo, en este artículo sólo se analizarán dos respuestas de la encuesta.

3.2 Aspectos importantes para decidir el destino de la IED

Comparando “puntos importantes para decidir destinos de IED” entre las empresas automotrices y de televisores japonesas en el mundo (Tabla 1) se puede constatar que “la potencial demanda de productos en el país de destino” es uno de los aspectos más importante para ambas industrias. Por otra parte, el objetivo principal de IED para ambas industrias es la venta de sus productos, no la fabricación. Además, una condición importante para las dos industrias al hacer IED es contar con una mano de obra económica y de calidad, que exista un antecedente de IED japonesa en el país de destino y que exista una potencial demanda de sus productos en terceros países alrededor del país de destino.

En la Tabla 2 se compara la información a partir del tamaño de las empresas. Esta información muestra como en la primera década del 2000, para las grandes y medianas empresas japonesas el objetivo principal era “la demanda de sus productos en los países destino”, mientras para las empresas pequeñas, el “antecedente de IED japonesa” era lo más importante. Sin embargo, al revisar las respuestas en la segunda mitad de 2000, notamos que no hay diferencias grandes de los puntos importantes entre las empresas grandes, medianas y pequeñas.

Tabla 1 Puntos importantes para decidir destinos de IED:

Clasificación de Industria (%)

| Año | Industrias | 1 | 2 | 3 |
|------|-------------|---|---|---|
| 2001 | Electrónica | Potencial demanda de productos en el país destino(21) | Mano de obra barato, pero con calidad (20) | Políticas favorables para IED en el país destino(11) |
| | Automóviles | Potencial demanda de productos en el país destino(25) | Existencias de antecedentes IED de otras empresas japonesas/Existencias de antecedentes IED de otras empresas japonesas(17) | Mano de obra barato, pero con calidad (16) |
| 2004 | Electrónica | Potencial demanda de productos en el país destino(80) | Mano de obra barato, pero con calidad (55) | Existencias de antecedentes IED de otras empresas japonesas(25) |
| | Automóviles | Potencial demanda de productos en el país destino(70) | Mano de obra barato, pero con calidad (57) | Existencias de antecedentes IED de otras empresas japonesas(40) |
| 2005 | Electrónica | Potencial demanda de productos en el país destino(71) | Mano de obra barato, pero con calidad (35) | Existencias de antecedentes IED de otras empresas japonesas(25) |
| | Automóviles | Potencial demanda de productos en el país destino(57) | Existencias de antecedentes IED de otras empresas japonesas(40) | Busqueda de mano de obra barato con calidad(34) |
| 2006 | Electrónica | Potencial demanda de productos en el país destino(71) | Mano de obra barato, pero con calidad (50) | Potencial demandas de productos en terceros países alrededor del país de destino(27) |
| | Automóviles | Potencial demanda de productos en el país destino(81) | Mano de obra barato, pero con calidad (44) | Existencias de antecedentes IED de otras empresas japonesas(43) |
| 2007 | Electrónica | Potencial demanda de productos en el país destino(75) | Mano de obra barato, pero con calidad (48) | Existencias de antecedentes IED de otras empresas japonesas(18) |
| | Automóviles | Potencial demanda de productos en el país destino(76) | Existencias de antecedentes IED de otras empresas japonesas(43) | Mano de obra barato, pero con calidad(26) |
| 2008 | Electrónica | Potencial demanda de productos en el país destino(65) | Mano de obra barato, pero con calidad (30) | Potencial demandas de productos entercerospaíses alrededor del país de destino(25) |
| | Automóviles | Potencial demanda de productos en el país destino(58) | Mano de obra barato, pero con calidad (42) | Potencial demandas de productos en terceros países alrededor del país de destino/Existencias de antecedentes IED de otras empresas japonesa(26) |
| 2009 | Electrónica | Potencial demanda de productos en el país destino(73) | Existencias de antecedentes IED de otras empresas japonesas(18) | Potencial demandas de productos en terceros países alrededor del país de destino(16) |
| | Automóviles | Potencial demanda de productos en el país destino(71) | Existencias de antecedentes IED de otras empresas japonesas(35) | Mano de obra barato, pero con calidad (26) |
| 2010 | Electrónica | Potencial demanda de productos en el país destino(78) | Potencial demandas de productos en terceros países alrededor del país de destino(33) | Mano de obra barato, pero con calidad/ Existencias de antecedentes IED de otras empresas japonesas(24) |
| | Automóviles | Potencial demanda de productos en el país destino(78) | Existencias de antecedentes IED de otras empresas japonesas(42) | Mano de obra barato, pero con calidad (29) |

Fuentes: Ministerio de Economía, Negocio e Industria de Japón.

<http://www.meti.go.jp/statistics/tyo/kaigai/zi/>

**Tabla 2 Puntos importantes para decidir destinos de IED: Clasificación de tamaños (%) -
Parte 1**

| Industrias | Tamaños | 1 | 2 | 3 |
|-------------|----------|---|--|--|
| Electrónica | Grandes | Potencial demanda de productos en el país destino(88) | Mano de obra barato, pero con calidad (55) | Existencias de antecendent empresas japonesas(26) |
| | Medianas | Mano de obra barato, pero con calidad (100) | Potencial demanda de productos en el país destino/Potencial demandas de productos enterceros países alrededor del país de destino/Existencias de antecedentes IED de otras empresas japonesa(60) | Facilidad de comprar a par |
| | Pequeñas | Potencial demanda de productos en el país destino/Existencias de antecedentes IED de otras empresas japonesas(50) | Potencial demandas de productos en tereceros países alrededor del país de destino(38) | Mano de obra barato, pero |
| Automoviles | Grandes | Potencial demanda de productos en el país destino(74) | Mano de obra barato, pero con calidad (63) | Existencias de antecendent empresas japonesas(52) |
| | Medianas | Potencial demanda de productos en el país destino(70) | Existencias de antecedentes IED de otras empresas japonesas(50) | Mano de obra barato, pero |
| | Pequeñas | Existencias de antecedentes IED de otras empresas japonesas(57) | Mano de obra barato, pero con calidad (50) | Potencial demanda de proc destino(43) |
| Electrónica | Grandes | Potencial demanda de productos en el país destino(80) | Mano de obra barato, pero con calidad (47) | Potencial demandas de pro países alrededor del país de |
| | Medianas | Mano de obra barato, pero con calidad (60) | Potencial demanda de productos en el país destino/Potencial demandas de productos en terceros países alrededor del país de destino(40) | Políticas favorables para IED destinos/Facilidad de compra de recrusos locales/Existenci IED de otras empresas japon reimporting a Japón(20) |
| | Pequeñas | Mano de obra barato, pero con calidad (67) | Suficiente infraestructura(33) | Facil de encontrar ingenieros coste de recrusos locales/Fa parte/Existencias de antencer empresas japonesa/Potencia productos en terceros países destino(22) |
| | Grandes | Potencial demanda de productos en el país destino(83) | Mano de obra barato, pero con calidad (44) | Existencias de antecendent empresas japonesas(38) |
| | | de productos en | Mano de obra barato, pero con calidad (48) | Existencias de antecendent empresas japonesas(43) |
| | | de productos en | Existencias de antecedentes IED de otras empresas japonesas(63) | Mano de obra barato, pero |

Fuentes: Ministerio de Economía, Negocio e Industria de Japón.

<http://www.meti.go.jp/statistics/tyo/kaigaizi/>

Tabla 2 Puntos importantes para decidir destinos de IED: Clasificación de tamaños (%)

- Parte 2

En cuanto a los proveedores en las dos industrias de la Figura 6 hasta la Figura 10 presenta información sobre dónde compran sus partes las empresas japonesas en América Latina. En la encuesta, las empresas japonesas tienen que decir cuánto porcentaje de sus piezas provienen de América Latina, Japón y terceros países.

3.3 Proveedores: ¿ De dónde vienen sus piezas/partes?

| | | | | |
|------|----------|--|---|--|
| ica | Grandes | Potencial demanda de productos en el país destino(74) | Potencial demandas de productos en terceros países alrededor del país de destino(26) | Mano de obra barato, pero |
| | Medianas | Potencial demanda de productos en el país destino(50) | Potencial demandas de productos en terceros países alrededor del país de destino/Existencias de antecedentes IED de otras empresas japonesa(38) | Facilidad de comprar a pa reimporting a Japón(25) |
| | Pequeñas | Mano de obra barato, pero con calidad (70) | Potencial demanda de productos en el país destino(40) | Políticas favorables para IE destinos /Posibilidad de re Japón(20) |
| iles | Grandes | Potencial demanda de productos en el país destino(85) | Existencias de antecedentes IED de otras empresas japonesas(42) | Mano de obra barato, pero |
| | Medianas | Potencial demanda de productos en el país destino(72) | Existencias de antecedentes IED de otras empresas japonesas(61) | Mano de obra barato, pero |
| | Pequeñas | Potencial demanda de productos en el país destino(59) | Mano de obra barato, pero con calidad (41) | Existencias de anteceden empresas japonesas(26) |
| ica | Grandes | Potencial demanda de productos en el país destino(85) | Potencial demandas de productos en terceros países alrededor del país de destino(34) | Mano de obra barato, pero |
| | Medianas | Potencial demandas de productos en terceros países alrededor del país de destino/Existencias de antecedentes IED de otras empresas japonesas(75) | Mano de obra barato, pero con calidad /Potencial demanda de productos en el país destino(25) | |
| | Pequeñas | Potencial demanda de productos en el país destino(75) | Existencias de antecedentes IED de otras empresas japonesas(42) | Mano de obra barato, pero |
| | Grandes | Potencial demanda de productos en el país destino(78) | Existencias de antecedentes IED de otras empresas japonesas(36) | Mano de obra barato, pero |

Fuentes: Ministerio de Economía, Negocio e Industria de Japón. <http://www.meti.go.jp/statistics/tyo/kaigaizi/>

IED de otras
Mano de obra barato, pero cc
demandas de productos en t
alrededor del país de destino

En la Figura 6 se muestra como en el caso de la industria automotriz entre 1970 y el 2000 las piezas provienen desde América. Entre 1980 y 1990 las piezas japonesas fueron muy importantes, y las piezas desde terceros países no es significativa en la industria automotriz.

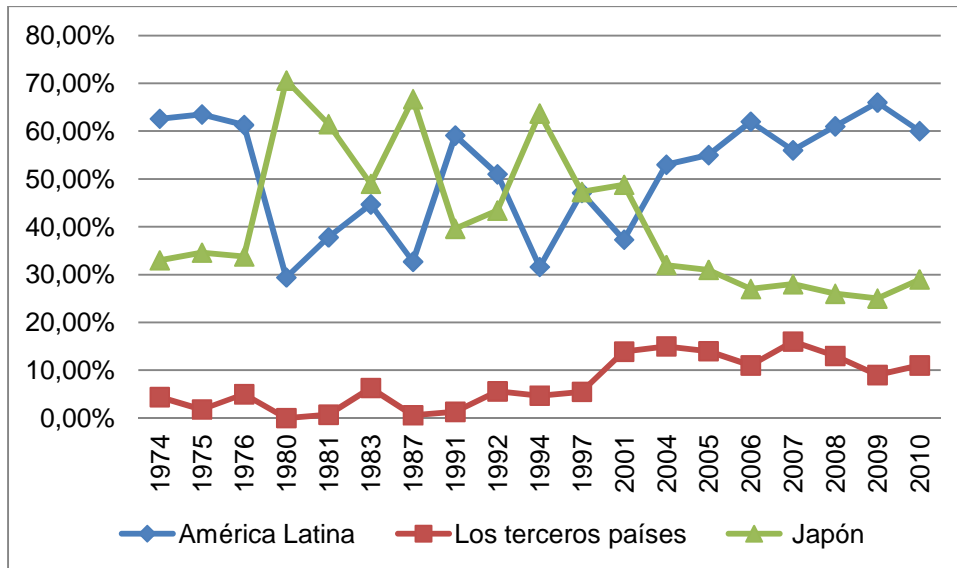
En contraste, en la industria electrónica, el papel de las piezas fabricadas en los terceros países es más importante. En la Figura 7 se muestra como desde 1997, las empresas japonesas dependieron de las partes que se producen en terceros países. Además, de las piezas que provienen de América Latina, que también son importantes. Comparada con la industria automotriz, la industria electrónica depende más de las piezas producidas en América Latina y países terceros.

La Figura 8, 9 y 10 son comparaciones entre los ambas sectores.

Entre los años 1994-1997 se produce un cambio, donde las partes dependen más de América Latina (ver la Figura 8), es decir, en los últimos veinte años, la industria automotriz a dependido más de las partes que se fabrican en América Latina que la industria electrónica. También ha existido un cambio drástico de la dependencia de las piezas en la industria electrónica (ver la Figura 9). En la Figura 10 se puede apreciar que la industria electrónica depende más de las piezas fabricadas en terceros países, por el contrario, la industria automotriz depende menos de este sector.

Basado estas comparaciones, lo que notamos es: la industria automotriz compra sus apartados desde 1) América Latina 2) Japón 3) los terceros países, mientras la industria electrónica compra desde 1) América Latina 2) los terceros países 3) Japón.

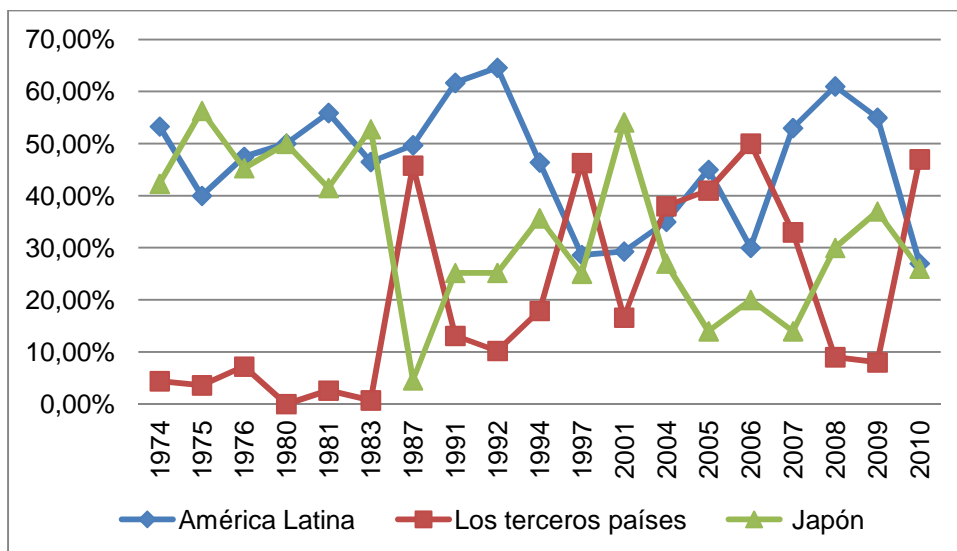
Figura 6 Industria Automotriz: Proveedores: ¿De dónde vienen sus apartados?



Fuentes: Ministerio de Economía, Negocio e Industria de Japón.

<http://www.meti.go.jp/statistics/tyo/kaigaizi/>

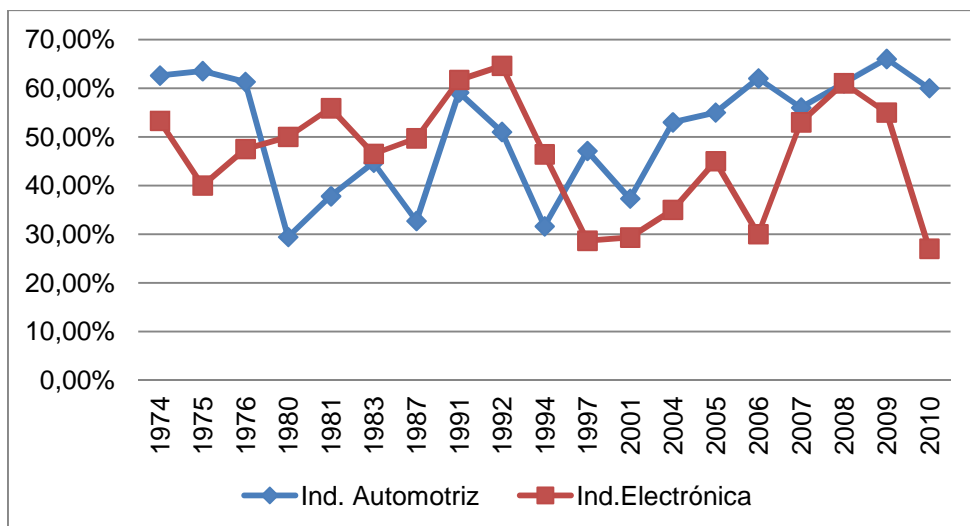
Figura 7 Industria Electrónica: Proveedores: ¿De dónde vienen sus apartados?



Fuentes: Ministerio de Economía, Negocio e Industria de Japón

<http://www.meti.go.jp/statistics/tyo/kaigaizi/>

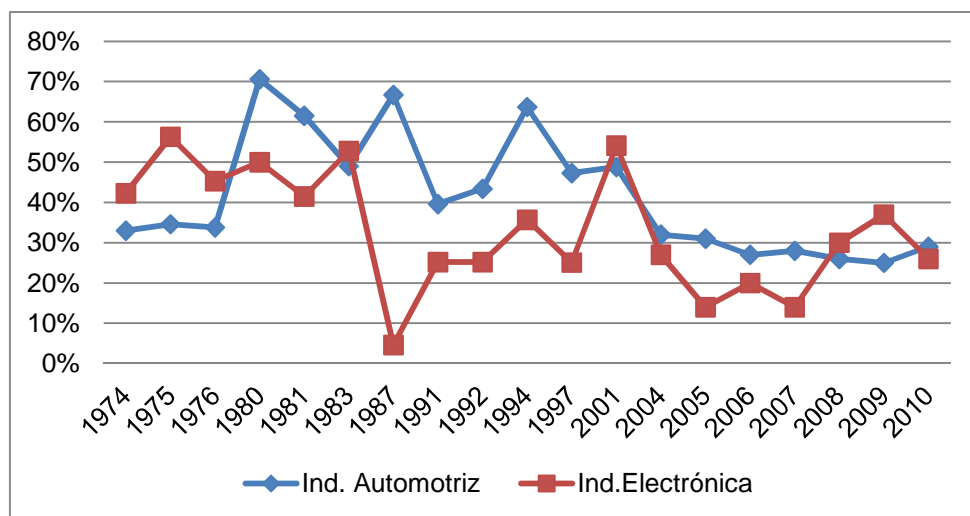
Figura 8 ¿De dónde vienen sus apartados? : América Latina



Fuentes: Ministerio de Economía, Negocio e Industria de Japón.

<http://www.meti.go.jp/statistics/tyo/kaigaizi/>

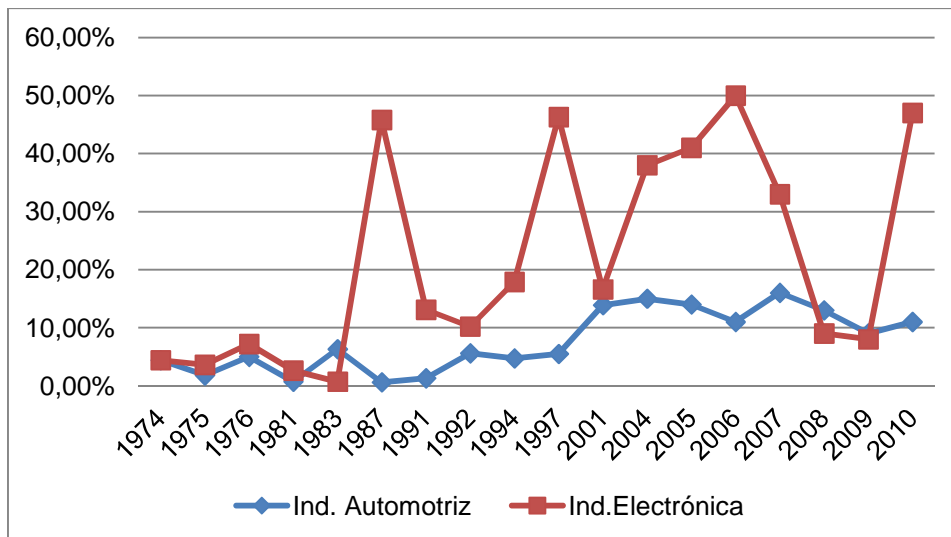
Figura 9 ¿De dónde vienen sus apartados? : Japón



Fuentes: Ministerio de Economía, Negocio e Industria de Japón.

<http://www.meti.go.jp/statistics/tyo/kaigaizi/>

Figura 10 ¿De dónde vienen sus apartados? : Los terceros países



Fuentes: Ministerio de Economía, Negocio e Industria de Japón.
<http://www.meti.go.jp/statistics/tyo/kaigaizi/>

3.4 Comparación

A partir del análisis de los tres resultados de la encuesta se pueden encontrar varios puntos en común entre la industria automotriz y la industria de televisores, para ambas industrias el objetivo principal de IED es la búsqueda de mercado para sus productos; además la mayor parte de sus piezas provienen de otros países de América Latina.

Con respecto a los puntos de diferencia se encuentra la localización de los proveedores, la industria automotriz depende de los productos japoneses y la industria de televisores depende de las partes que se fabrican en terceros países. En la industria de televisores, a veces, este “tercer país” significa los Estados Unidos. Es cierto que México es uno de los fabricantes y exportadores de los televisores en el mercado de Estados Unidos. Sin embargo, las empresas japonesas fabrican los televisores finales en México y fabrican las piezas importantes en Estados Unidos y estas piezas son costosas. Por eso, las empresas japonesas en la industria electrónica dependen de las piezas fabricadas en “terceros países” incluyendo principalmente los Estados Unidos, mientras que la industria automotriz depende de las piezas japonesas.

Como se explica en el primer capítulo, la relación entre las grandes empresas y sus proveedores es muy importante para ambas industrias. Sin embargo, a partir de la comparación, es evidente que la industria automotriz tiene mayor vinculación con sus proveedores que la industria de televisores, sobre todo porque la industria automotriz debe garantizar que el producto sea seguro. Por eso, las empresas automotriz japonesas quieren obtener sus partes de alta calidad. Además, los proveedores tienen que tener la capacidad de entregar sus productos *on-time* (*sobre el tiempo*). Para obtener las piezas con una calidad alta, las empresas automotrices japonesas establecen contratos con proveedores ya conocidos. Por eso, mantienen la importación desde Japón, aunque esta sea costosa. Al contrario, las empresas de televisores tienen una barrera de seguridad más baja. Esta diferencia de las condiciones de seguridad de los productos se relaciona con la diferencia de la dependencia de ambas industrias con sus proveedores.

Generalmente, las empresas japonesas, tanto en la industria automotriz y televisores establece contratos con sus proveedores por un largo periodo de tiempo, por esa razón las barreras para entrar en la cadena de producción para las empresas mexicanas es tan alta, no obstante, una vez adquirido el contrato, este suele ser permanente, lo que suele ser una ventaja cuando se adquiere un contrato con las empresas japonesas.

4. Conclusiones: ¿Cómo atraer IED japonesas hacia México?

En los anteriores capítulos se analizó la IED japonesa en la industria automotriz y de televisores en México destacando los aspectos que tienen en común y las diferencias. Para el gobierno de México, estas dos industrias representan una fuerte ganancia a través de las exportaciones y es una fuente de aprendizaje de nuevas tecnologías. Este capítulo basado en el análisis que se ha realizado muestra algunas propuestas de política industrial para promover IED japonesa.

1). Desarrollo de las capacidades de los consumidores mexicanos

El motivo principal de la IED japonesa es buscar mercados en sus países de destinos. Las IED japonesas en México está dirigida hacia el mercado

estadounidense, sus estrategias están basadas en las preferencias de los consumidores en Estados Unidos; por tanto, incentivar a México como un gran consumidor podría atraer IED japonesa.

2). Formación de proveedores mexicanos

Para ambas industrias, los proveedores mexicanos actualmente tienen dificultades para establecer acuerdos con las empresas japonesas, por dos motivos principalmente. El primero es la falta de información por parte de las empresas japonesas de la existencia de las empresas proveedoras mexicanas. El segundo obstáculo es la falta de capacidades de fabricación de punta de las empresas mexicanas. Para resolver estos problemas el gobierno de México necesita planificar la promoción de pequeñas y medianas empresas y promocionar sus capacidades a las empresas extranjeras en México. Las empresas japonesas en la industria automotriz y televisores mantienen sus intereses en México, si este logra mostrar un nuevo papel, no será difícil atraer de nuevo IED.

Referencias

- AMOROSO N, CHIQUIAR D, QUELLA N, RAMOS-FRANCIA M (2008). Determinantes de la Ventaja Comparativa y del Desempeño de las Exportaciones Manufactureras Mexicanas en el Periodo 1996-2005.
http://200.9.3.98/mexico/capacidadescomerciales/CD_Taller_Hait%C3%AD/Documentos/wp-2008-1_banxico_ene2008_VCR.pdf, acceso 20 Febrero 2013
- BUSTAMANTE J A (1975). El programa Fronterizo de Maquiladoras: Observaciones para una Evaluación. <http://www.jstor.org/stable/27754583>, acceso 2 Junio 2012
- CARRILLO J (2008). Productos Maduros de Alta tecnología en Cadenas Globales: Electrónica y Autopartes, http://www.ric.ufc.br/evento1/jorge_carrillo.PDF, acceso 16 Marzo 2013
- CARRILLO J, ZÁRATE R (2009). The Evolution of Maquiladora Best Practice 1965-2008 <http://link.springer.com/article/10.1007/s10551-009-0285-8>, acceso 16 Marzo 2013
- CEPAL (2007): La Inversión Extranjera en América Latina y el Caribe. CEPAL, Chile,
- CONTRERAS O, ÓSCAR F, CARRILLO J (2002). Comercio Electrónico e Integración Regional: La Industria del Televisor en el Norte de México. Comercio Exterior, Bancomext 52 (7):627-638.
- Fukitaka, Toshitaka (1990).Nichi bei ou keizaimasatu : Jidouysya sangyo,
<http://www.home.hiroshima-u.ac.jp/fukito/friction.pdf>, acceso 10 Diciembre 2013.
- INVESTMRNT PROPERITIES MEXICO RECOGNIZED AS REAL ESTATE EXPERTS BY CNBC MEXICO (2014): "Trumps Japan in Global Auto Industry; Vehicle Exports Hit \$30 Billion."
<http://www.investmentpropertiesmexico.com/mexico-real-estate-news-blog/2014/02/mexico-trumps-japan-in-global-auto-industry-vehicle-exports-hit-30-billion> acceso 1 Marzo 2014.
- KOIDO A (2003). La Industria de Televisores a Color en la Frontera de México con Estados Unidos: Potencial y Límites de Desarrollo Local. Comercio Exterior, Bancomext 53(4): 356-372
- LATRUBESSE A D (2004): Globalización, Economía del Conocimiento y Nueva Industria Electrónica de Exportación en México. Problemas del Desarrollo, Universidad de Autónoma de México 35(137):11-39.
- LOWE N, KENNEY M (1999). Foreign Investment and the Global Geography of Production: Why the Mexican Consumer Electronics Industry Failed. World Development, Elsevier 27(8):1427-1443.
- MIRANDA A V (2007).La industria automotriz en México. Antecedentes, situación actual y perspectivas. *Contaduría y administración*, enero-abril, Num.211.
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_pdf&pid=S0186-10422007000100010&lng=es&nrm=iso&tlng=es, acceso 8 Enero 2013
- MORTIMORE M, BARRON F (2005). Informe sobre la industria automotriz mexicana. Serie Desarrollo productivo, CEPAL, Chile.
- SCIBERRAS E (1982).Technical Innovation and International Competitiveness in the Television Industry. Omega, Elsevier 10(6):585-596.
<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/0305048382900627>, acceso 17 Febrero 2012

SECRETARIA DE ECONOMÍA (2012): Industria Automotriz: Monografía.
http://www.economia.gob.mx/files/comunidad_negocios/industria_comercio/Estudios/monografia_automotriz_marzo.pdf, acceso 2 Febrero 2014

SISTEMA DE INFORMACIÓN SOBRE COMERCIO EXTERIOR

http://www.sice.oas.org/trade/nafta_s/indice1.asp, acceso 16 Enero 2013

PRO MÉXICO (2013). Industria Terminal Automotriz 2013
http://mim.promexico.gob.mx/wb/mim/auto_perfil_del_sector, acceso 2 Febrero 2014

PRO MÉXICO (2013). Industria Electrónica 2013.
http://mim.promexico.gob.mx/wb/mim/elect_perfil_del_sector, acceso 2 Febrero 2014

SKLAIR L (1989). La Subcontratación Internacional. Análisis Comparativo Entre China y México. Comercio Exterior, Bancomext 36(10):851-859.

TEREVIÑO L J, MIXON F G JR (2004). Strategic Factors Affecting Foreign Direct Investment Decisions by Multi-national Enterprise in Latin America. Journal of World Business, Elsevier 39(3):233-243.

Yoshioka, Kyoichi (1999): "V Tyuugokuno Kadenngyoukai to Kadenn Sijy." En http://www.jetro.go.jp/jfile/report/05000931/05000931_001_BUP_1.pdf, acceso 22 Enero 2013