

Las 'maquiladoras' buscan alternativas a China

[Diego Torres](#)

Fabricantes occidentales y asiáticos se trasladan a países con mano de obra más barata, pero el gigante asiático resiste como la fábrica del mundo.



AFP/Getty Images

La firma de ropa deportiva Nike produjo el año pasado el 41% de sus zapatos en Vietnam. La cuota de China, que fue durante años el primer proveedor de la compañía estadounidense, se quedó en el 32%, tras varios ejercicios de bajadas acumuladas. La misma evolución está viviéndose en otras empresas como Adidas. Los fabricantes de todo el mundo están buscando alternativas a China. Las multinacionales y las propias empresas locales se están trasladando a zonas más baratas, como el Sureste Asiático o incluso África.

La razón principal de este giro es que *el gigante asiático* es cada vez más caro. Los salarios están creciendo más rápido que en la mayoría de los países del mundo. En los últimos 10 años, se han cuadruplicado, hasta alcanzar los 417 euros de media en las ciudades en 2011, de acuerdo a los datos del buró de estadísticas. En los últimos cinco años, además, el yuan se ha apreciado alrededor de un 10% respecto al dólar estadounidense, la moneda en la que se

realizan la mayor parte de las exportaciones. Y han subido en general los costes medioambientales, los impositivos y el precio de recursos como la tierra o la energía.

Los sectores más afectados son aquellos que emplean a mucha gente poco cualificada, como el textil, aunque se siente en todas partes. “¿Sabes la cantidad de empresas que ha cerrado aquí, en Cantón?”, pregunta Xavier Majoral, socio de la firma de diseño Stimulo, que trata constantemente con fábricas de iluminación locales. “Muchos chinos están produciendo ya en Vietnam. La transición es imparable hacia más valor añadido. En España hemos tenido treinta años, en China lo van a hacer más rápido”, asegura.

El Sureste Asiático es una de las zonas donde más están emigrando las *maquiladoras*: Vietnam, Camboya, Indonesia o incluso Birmania. La inversión directa extranjera creció un 26% en toda el área en 2011, según el último informe anual de inversiones del UNCTAD disponible. Esto es el triple que la tasa de crecimiento china en el mismo ejercicio, lo que invita a pensar que sus vecinos le están comiendo el terreno. De hecho, el *Diario del Pueblo* se preguntaba en un artículo de agosto de 2012 si en el futuro el “fabricado en el Sureste Asiático” sustituirá al “fabricado en China”.

Los ejemplos son numerosos. La compañía japonesa de componentes industriales Minebea ha mudado instalaciones a Camboya en el último año. El fabricante de objetivos de cámaras fotográficas Tamron, también nipón, está trasladándose a Vietnam. La firma china Lever Style –proveedor de ropa para Uniqlo, entre otros– está despidiendo trabajadores en su país y contratándolos en Vietnam. Las diferencias salariales son enormes. Un obrero en una fábrica de Hanoi (Vietnam) cobra alrededor de 84 euros al mes, por unos 62 euros en Nom Pen (Camboya) y 267 euros en Cantón (China), de acuerdo a un informe de 2012 de la Asociación para el Comercio Exterior de Japón.

En algunos casos, la mudanza es aún más lejana. Así sucede en Lagos, Nigeria, donde han ido a instalarse centenares de pequeños fabricantes chinos deseando sacar partido del creciente mercado local.

La *fábrica del mundo*, aún así, está lejos de su ocaso. El año pasado, China recibió unos 84.000 millones de euros en inversión extranjera, poco menos que el ejercicio anterior. En muchos sectores es muy difícil encontrar una alternativa a las infraestructuras de calidad, la cadena de suministro establecida y la enorme población del *gigante asiático*. Por otra parte, China ya no es sólo una gran fábrica, sino también un enorme mercado con una creciente clase media que protagoniza las fantasías de todas las multinacionales del consumo. Los ejecutivos lo saben. Están aquí cada vez más para vender, en lugar de para producir, como reflejan las encuestas de la Cámara de Comercio de la Unión Europea.

Algunas empresas, por ejemplo, han decidido permanecer en China, pero trasladar sus operaciones a las provincias más pobres del interior, donde los sueldos son más bajos que en la costa. Así lo ha hecho Foxconn, el mayor fabricante de componentes de electrónica del mundo, que manufactura los iPad y los iPhone para Apple, los Kindle para Amazon, las Wii para Nintendo, las Xbox para Microsoft y los ordenadores portátiles para HP y Dell. La compañía, que hace una década solo producía prácticamente en Shenzhen –en la costa–, tiene ahora enormes fábricas en las provincias de Sichuan y Henan y en la municipalidad de Chongqing.

La fuga de las maquiladoras es, además, un fenómeno aceptado por el Gobierno de Pekín, si no deliberadamente buscado. Los líderes comunistas están tratando de impulsar un cambio de modelo económico que pasa por dejar de coser vaqueros e inventar, diseñar y producir automóviles híbridos, energías limpias y otras tecnologías de primer nivel. En definitiva, China quiere subir escalones en la cadena de producción mundial.

El problema para la dirigencia es cómo ejecutar esta transformación, cómo plegar unas velas mientras levanta las otras sin que el navío pierda el rumbo. La industria ligera y de poco valor añadido da empleo a decenas de millones de personas en el país. Conforme China se encarezca, muchas de estas plantas cerrarán. Si para entonces no hay nada que sustituya esos puestos de trabajo, millones de obreros se encontrarán en la calle, lo que podría poner en riesgo la estabilidad del régimen.

Artículos relacionados

- [Los restos de 'Made in China'](#). **Heriberto Araújo y Juan Pablo Cardenal**

Fecha de creación

7 mayo, 2013