

# LA ECONOMÍA EN CHINA

La Economía china se ha convertido en tema de debate global. En 2004, el Gobierno central llevó a cabo un censo económico nacional que abarcó el comercio y la industria, con el fin de conseguir una visión global y precisa sobre la situación económica nacional en su conjunto.

## Definición de riqueza

La lista de las 100 personas más ricas de China, confeccionada por **Rupert Hoogewer** en 2004, fue publicada el 13 de octubre de dicho año. **Huang Guangyu**, de 35 años y Gerente General de **Productos Electrónicos Gome**, encabezaba la lista. Con una fortuna personal revelada de 10.500 millones de yuanes, puso en duda su posición como empresario más rico de China afirmando: *"Hay tantos propietarios de negocios privados en China... Yo no soy el más rico"*...

Es difícil distinguir al rico del pobre. Mucha gente rica se viste de forma casual y conduce coches ordinarios; pocos viven en villas lujosas. No es ningún secreto la propensión de los chinos a mantener oculta su riqueza. Apenas una década atrás, eran comunes los reportajes de prensa sobre grandes cantidades de dinero en efectivo escondidas en rincones donde resultaban pasto de voraces insectos. Los tiempos han cambiado y hoy la mayoría de la gente reconoce que el Banco es el lugar más seguro, aunque las fluctuaciones de las tasas de interés resulten en cierta depreciación monetaria.

El 28 de octubre de 2004, el **Banco Popular** de China anunció un incremento de la tasa de interés sobre los depósitos, el primero de su tipo en los últimos nueve años. Las noticias tuvieron un efecto inmediato sobre los mercados financieros. La reacción obedeció a que, a pesar de este incremento, los depósitos chinos todavía ofrecen interés negativo porque el gobierno chino estimula más la inversión que el simple depósito de dinero en el Banco. Como resultado, cada vez más chinos invierten en Bol-

sa, bienes raíces, oro, antigüedades, etc. Se multiplican por días quienes emprenden su propio negocio.

## Conocimiento profundo

Las industrias secundaria y terciaria en China han prosperado en las últimas dos décadas, incrementando a pasos agigantados su proporción en la economía nacional. En 2003, el valor agregado de los dos sectores se aproximó a los 10 billones de yuanes, lo que representa un 85% del PIB de China. En este período, una considerable porción de la fuerza laboral rural se ha convertido en fuerza laboral urbana, trabajando como obreros en fábricas y empleados en el sector de Servicios. Algunos han optado por trabajar por cuenta propia.

El objetivo del censo económico nacional de 2004 era adquirir una idea clara de la escala de desarrollo, de la estructura económica y la reforma económica de las industrias secundaria y terciaria. Otro objetivo era establecer un Banco de datos de estas entidades con el fin de proporcionar referencias más exactas para la investigación y la formulación de planes de Desarrollo económico y social nacional.

Este censo económico abarca todos los establecimientos económicos individuales con lugares de trabajo fijo, registrados en los departamentos industrial y comercial locales, sin te-

ner en cuenta su especialidad y ambiente laboral. En algunos lugares, los objetos de investigación incluyen las actividades económicas de cualquier tipo, incluso las guarderías.

Como parte de un plan piloto, en Beijing se estableció un proyecto de investigación compuesto por más de 50 tipos de listas y unos 2.000 índices de ocho ramas que comprendían la Industria, la Construcción, la Venta (al por mayor y al por menor), la Industria de bienes raíces, las Finanzas, el Transporte y las Telecomunicaciones, la Industria terciaria y la recogida de estadísticas.

Los contenidos de la investigación fueron más tarde aplicados a más de 60 formularios con más de 2.300 índices, incluyendo esferas sociales como empresas culturales, deportes, convenciones y exposiciones y publicidad.

La intención de este censo es cubrir todos los aspectos de la Sociedad. Debido a que son muchas las personas que trabajan por cuenta propia y que sus actividades cubren un espectro amplísimo, es difícil lograr una información integral. Por lo tanto, se ha decidido aplicar una encuesta por muestreo a la situación de la producción y operación de este conglomerado social con el fin de reunir información básica.

Dada la habitual reticencia china a revelar todo lo relacionado con el Pa-



El bulevar Nanjing, la arteria comercial peatonal en Shanghai

trimonio económico personal, no todos los datos resultan fidedignos. Los departamentos de estadísticas usaron métodos especiales para obtener las cifras en cuestión. Por ejemplo, es probable que un comerciante privado no quiera revelar sus ingresos netos pero, cuando se le pregunta sobre los cobros irrazonables que imponen los Departamentos gubernamentales, se muestra más locuaz y, en algunos casos, hasta muestra los recibos.

Según el subdirector de la Oficina del Censo Económico del Consejo de Estado y portavoz de este Organismo: *“Con el fin de garantizar la veracidad de los datos entregados a la Administración Estatal de Estadísticas, se hará una evaluación y análisis integrales y equilibrados. Por ejemplo, si una empresa produce mercancías por un*

empresas extranjeras se podrán considerar afortunadas si, al menos, logran mantener un equilibrio entre ingresos y gastos en un futuro próximo. Cerca del 30% se retirarán del mercado chino en los próximos años.

**Talentos locales vs. extranjeros**

En 2005, China entró en el período de transición posterior a su ingreso en la **Organización Mundial del Comercio** (OMC), lo que necesariamente deberá traducirse en un impulso a la integración con el comercio mundial. Las Compañías extranjeras constituirán una enorme presión competitiva para las domésticas, no sólo en cantidad, sino también en la magnitud de sus operaciones. Los resultados de una encuesta ha llamado la atención en amplios círculos comerciales. XX obtuvo su título de maestría en Ingeniería en EEUU y dejó su trabajo en una

ferente. Las empresas privadas chinas se han desarrollado en gran medida y conocen la importancia de acudir al personal de talento. En consecuencia, están dispuestas a pagar un sueldo proporcional.

Además de este impedimento que ellas mismas se han autoimpuesto, las empresas extranjeras pierden preponderancia en el mercado, espacio que está siendo ocupado por las empresas privadas chinas, que incluso están tomando la delantera en algunos campos. La **TCL**, por ejemplo, invirtió en Francia y EEUU, y compró empresas alemanas; la Compañía de Baterías **BYD** de China posee un 72% del mercado a escala mundial. En 2004, las ventas de grupos de coches extranjeros empezaron a declinar, lo que significa una competencia más fuerte en este sector.

Las empresas extranjeras también están experimentando problemas por las diferencias culturales entre Oriente y Occidente. Muchas de ellas no toman en consideración las preferencias de los consumidores chinos y aplican los patrones de sus propios países. Por ejemplo, los propietarios de coches de lujo en Occidente prefieren generalmente conducir ellos mismos, mientras en China el propietario de un coche lujoso contrata a un conductor. Los coches extranjeros de esta categoría vendidos en China deben estar equipados con diversos accesorios para los asientos traseros.

Algunas empresas extranjeras salen de China al no adaptarse a ciertas políticas locales como las que afectan a la industria del tabaco. Sólo la **Corporación Nacional de Importaciones y Exportaciones de Tabaco** de China tiene el derecho a importar cigarrillos mientras las tabacaleras extranjeras no están autorizadas a establecer fábricas en China o dedicarse a la venta al por mayor de sus productos. Tal política constituye un muro infranqueable para el gran potencial lucrativo que las tabacaleras de EE.UU. e Inglaterra podrían desplegar en el mercado chino.

**Cómo triunfar en el mercado chino**

La razón fundamental detrás de la salida de las Compañías extranjeras de China es la fuerte competencia mer-

## El Gobierno chino estimula más la inversión que el simple depósito de dinero en el Banco

*valor de un millón de yuanes, estos productos tienen cuatro salidas: consumo, inversión, exportación e importación, y almacenamiento. Con el análisis detallado de estas cifras podremos saber si las mismas responden a la realidad o no”.*

En los últimos años, se produjo un fenómeno extraño: los nombres de varios empresarios ricos desaparecieron súbitamente de la “lista de ricos” del país porque, al parecer, eran incapaces de explicar con claridad el origen de su riqueza.

Los países desarrollados realizan censos económicos cada cinco años, ejemplo que se pretende seguir en China. El próximo tendrá lugar el 31 de diciembre de 2008.

**DESAFÍOS AL CAPITAL EXTRANJERO**

**Peter Von Hochberg**, asesor administrativo de una de las mayores Compañías de asesoría empresarial, se muestra pesimista sobre el futuro de las Compañías extranjeras en China. Considera que una cuarta parte de las

Compañía estadounidense para trabajar en una firma privada china. En su opinión, la salida de capital extranjero de China responde a lo siguiente: *“En años recientes, ha sido motivo de constantes debates el uso o no de administradores locales de alto nivel en las empresas mixtas en China. Sin embargo, en la práctica, la mayoría de las Compañías extranjeras prefieren emplear a gerentes extranjeros. En estas Compañías enfatizan la centralización del mando, práctica que reprime la flexibilidad vital para el cambiante mercado actual”.*

Hay muchos como XX que estudiaron en Occidente, conocen el mercado local, pero han debido abandonar las Compañías extranjeras por no tener un puesto importante. Esta es sólo una de las formas en que se expresa la incapacidad de las Compañías extranjeras para adaptarse al mercado chino.

Hace pocos años, personas como XX podían decidirse a trabajar en una firma extranjera atraídas por el alto sueldo pero la situación actual es di-

cantil no sólo con las Compañías extranjeras, sino con las chinas, que cada día se hacen más comerciales.

En apariencia, las empresas chinas tienen una ventaja sobre sus similares extranjeras al estar más familiarizadas con las tendencias y recursos locales, y conocer mejor la forma de comunicarse con los departamentos gubernamentales, pero esto no basta para vencer a sus rivales extranjeros. Deben partir de prestar mayor atención a las relaciones con los consumidores, al servicio de post venta y la actualización de sus productos.

Los rivales extranjeros, por su parte, adoptan métodos científicos en sus relaciones con los consumidores. Disponen de archivos sobre cada cliente, lo cual les permite analizar los cambios en su demanda. Las Compañías extranjeras ofrecen un alto nivel de servicio de postventa con lo cual logran que sus consumidores les sigan la pista allí donde vayan. Tal sistema no existe en las Compañías chinas, carentes de un archivo electrónico de estado dinámico o un mecanismo de visita a clientes. Además, los niveles gubernamentales locales se esfuerzan por atraer el capitán extranjero con políticas preferenciales y otros incentivos para la prosperidad económica en vez de proteger y apoyar a las empresas locales débiles. Con todo, ahora que el otrora papel gubernamental en las actividades económicas empieza a pasar al diseño de reglas que dicta la Economía de mercado, las relaciones estrechas



*Ceremonia de apertura de la Feria de Bienes Raíces de Primavera en Changsha*

con las autoridades pasan por necesidad a segundo plano en el ambiente empresarial local.

Después de ocho años de guerras de precios entre las Compañías locales y extranjeras, éstas últimas, incluidas **P&G**, **McDonald's** y **L'Oreal**, fueron más lejos en la reducción de precios, dejando a las Compañías chinas en una situación difícil para obtener beneficios.

**Zhao Shuming**, presidente de la Facultad Empresarial de la **Universidad de Nanjing**, considera que, cada vez con mayor frecuencia, las empresas extranjeras trasladarán sus bases productivas y Centros de Investigación y Desarrollo a China con el fin de reducir costos. Además, la Globalización se ha traducido en la introducción de más productos de importación al mercado chino y en una com-

petencia más fuerte. Con el fin de mantener sus operaciones, las Compañías extranjeras no tienen otra alternativa que bajar los precios.

En resumen, las mayores ventajas de las Compañías extranjeras sobre sus competidores chinos son una Tecnología más avanzada y las marcas famosas. La mayor ventaja de las Compañías locales es su habilidad de captar la demanda de los consumidores, pero la misma se resiente por falta de profesionalismo. En los últimos años, desciende la cifra de rivales pero se incrementa el nivel de los mismos. En tanto las empresas extranjeras aprovechen al máximo las ventajas de la Tecnología y las marcas, y logren dominar las reglas del mercado chino y sitúen en su debida posición la gestión administrativa, así lograrán el éxito en este país.



*Las empresas privadas de Linqing se desarrollan prósperamente. Un telar ligero en la Fábrica n° 2 de Linqing*

## EL MERCADO BURSÁTIL

La Economía china se ha convertido en un coloso arrastrando a muchos inversionistas extranjeros interesados en comprar acciones en sus Corporaciones emergentes. Las compras, sin embargo, no han sido fáciles e investigar las acciones chinas cotizadas en Hong Kong o Nueva York puede ser una tarea difícil para cualquiera que no esté familiarizado con el lenguaje del Gobierno corporativo chino. Debido a que los negocios de fondos de inversión mobiliaria son nuevos en China, incluso las grandes Corporaciones financieras tienen que enfrentarse a un proceso caro y frustrante

cuando deciden investigar este mercado frecuentemente opaco.

Sin embargo, algunos están dispuestos a arriesgarse. Un nuevo fondo bursátil operado por **Barclays Global Investors** investiga el FTSE/Xinhua 25, un índice de 25 Compañías chinas radicadas en la parte continental del país y cotizadas en China o en Bolsas extranjeras. El Fondo Barclays es el primer fondo cotizable (ETF, en inglés) cotizado en EE.UU. que se concentra exclusivamente en las Compañías continentales. Los fondos comerciados por cambio pueden comprarse y venderse continuamente, a diferencia de los fondos de inversión mobiliaria, que son negociados a un precio distinto cada día. El principal competidor de Barclays, **State Street Global Advisors**, se ha asociado con la **Bolsa de Shanghai** para crear un Fondo similar que rastreará las 50 acciones mejor cotizadas de Shanghai, **PowerShares Capital Management**, una firma de administración de activos de EE.UU., también está desarrollando un Fondo centrado en las acciones chinas.

Los especialistas en Fondos cotizables pronostican una amplia demanda y los inversionistas individuales (hasta el momento, restringidos a la hora de invertir en acciones chinas) pueden ya comprar a través del Fondo cotizable de **Barclays**, cotizado en la Bolsa de Nueva York. Pero comprar acciones chinas es también un riesgo. Para los inversionistas ordinarios, esta nueva herramienta "...debe ser utilizada con moderación en el mejor de los casos", afirmó un analista de fondos de inversión mobiliaria en **Morningstar Inc.** que ha estudiado la oferta de Barclays. "El riesgo político y económico sistemático, el desempleo... y los problemas en el sector bancario hacen que los mercados chinos sean extremadamente volátiles".

Barclays se concentrará en un pequeño número de acciones. Entre sus principales objetivos están los gigantes de la telefonía **China Telecom** y **China Mobile**, la firma petrolera **PetroChina** y **China Life Insurance**. Pero los inversionistas necesitan comprar acciones en una gama de secto-

res para mantenerse seguros en caso de caídas del mercado. Un fondo cotizable chino también ofrece alguna seguridad a los inversionistas que seleccionen independientemente acciones chinas.

Las Compañías chinas no llevan mucho tiempo en el mundo de las finanzas transnacionales. El mercado de China obtuvo sus propios índices en tiempo real a finales de 2000, cuando se creó el índice FTSE Xinhua (FXI), una empresa mixta entre *Xinhua Finance Limited* y el fiable

índice FTSE de Londres. El FXI cubre las operaciones de las Bolsas de Shanghai y Shenzhen. Los índices son utilizados como base para nego-



Línea manufacturera de la Compañía Limitada de las industrias Pesadas Daewoo de Yantai

ciar derivados y fondos y como puntos de referencia. Comités independientes de altos administradores de fondos, expertos en derivados y actuarios de seguro revisan todos los cambios en los índices en busca de objetividad. El índice FTSE/Xinhua, seleccionado por Barclays como punto de referencia subyacente para su fondo comerciado por cambio para China, solamente evalúa las mejores acciones chinas disponibles para los inversionistas internacionales por la capitalización total del mercado.

Los inversionistas internacionales están interesados en las acciones chinas pero se necesita mucha más transparencia dentro de los mercados de capital de China, que se expanden rápidamente. Los inversionistas están fuertemente concentrados en el gobierno corporativo de las Compañías chinas y especialmente en cómo se comunican. Las Compañías que se

comunican ampliamente mejoran enormemente su alcance dentro de inversionistas institucionales y minoristas, y obtienen beneficios de gran reconocimiento.

Las Compañías chinas que buscan dinero en efectivo en los mercados internacionales de inversión necesitan hacer mucho más en cuanto a las relaciones de inversionistas. A medida que las Compañías buscan cada vez más el acceso a los mercados internacionales de capital, es importante que se comuniquen con los medios de comunicación, los analistas y los inversionistas. La responsabilidad, el buen gobierno corporativo y la comunicación abierta ayudan a

construir la credibilidad. Las Compañías que desarrollan buenas relaciones de inversionistas obtienen capital de inversión extranjero.

Los riesgos a corto plazo de invertir en China son difíciles de evaluar. Muchos economistas extranjeros habían temido que la expansión del país era insostenible, pero funcionarios chinos aseguraron en reuniones recientes del **Fondo Monetario Internacional** que la inflación había permanecido por debajo del 6% y que el suministro de dinero a sectores candentes había sido refrenado. En la mayor parte, sin embargo, el atractivo podría depender de las perspectivas a largo plazo de China. Según un alto ejecutivo chino, "Usted puede encontrar muchos factores a corto plazo completamente equivocados y si usted está en el mercado chino durante mucho tiempo, saldrá airoso". ■