

## VISION UNIVERSITARIA

# La competitividad de China y su impacto en la economía global

**A** lo largo de la historia se han visto detonantes económicos que han desarrollado las naciones consideradas actualmente como grandes potencias mundiales. Al respecto, destaca el caso de Inglaterra, beneficiada por la Revolución Industrial a finales del siglo XVIII; de Alemania, beneficiada por la industrialización de principios del siglo XIX; Estados Unidos, que emergió como potencia al final de la Segunda Guerra Mundial, y desde entonces ha mantenido su liderazgo en los planos financieros, tecnológicos y comerciales.

Otras naciones que conforman la Unión Europea, así como Japón y Corea del Sur, se posicionaron estratégicamente durante el siglo XX, por lo que se consideran también potencias mundiales.

En un estudio desarrollado en 2003 por la prestigiosa consultora Goldman Sachs, se creó un nuevo concepto de potencia mundial que utiliza el término "BRICs" para designar a las economías emergentes. Este estudio estima que economías como Brasil, Rusia, India y China entran en esta categoría, y pronostica que para el 2050 estas economías superen en tamaño a las de los países del G7.

China está cambiando tan rápido que ni siquiera sus propios funcionarios pueden dar crédito a los resultados obtenidos. Durante 2006 la economía china registró un alto crecimiento de 10.5 a 10.7 por ciento, con baja inflación y un Índice de Precios al Consumidor de 1.3 por ciento (Wong, 2007).

## El desarrollo de China

Después de casi 80 años de ser una nación bajo el régimen comunista, con todas las características que lo determinan como tal, la economía china comenzó a incursionar hacia el capitalismo en 1978.

A pesar de considerarse como un país en vías de desarrollo y contar con la población más numerosa del mundo (aproximadamente mil 260 millones de habitantes), es decir, el 21 por ciento de la población mundial, China ha pronosticado que su Producto Interno Bruto para el 2020 será de cuatro trillones de dólares, es decir, cuatro veces más que el actual (Aquino, 2002).

Su relevancia económica comenzó a cobrar fuerza desde su integración a la Organización Mundial del Comercio (OMC) en 2001. El Estado cumple un rol importante en la economía controlando precios (cada vez de menos productos) y dando dirección a la inversión extranjera.

Primero, sólo permitió inversión extranjera para fabricar productos que pudieran ser exportados, luego comenzó a permitir la producción para el inmenso mercado interno, haciendo que las empresas multinacionales integren en su cadena de suministros a las empresas nacionales, cuyo

objetivo inicial fue el aprendizaje, para posteriormente crear firmas nacionales que pudieran producir y vender dentro de China.

Durante la década de los 90, China explotó su mano de obra sobrada y de bajo costo, pero los productos chinos eran considerados de baja calidad. En los últimos años después de haber adquirido el *know-how* de las grandes empresas, la calidad de sus productos ha crecido, al grado de ser casi imperceptibles del origen, incluso para mercados tan exigentes como el europeo.

En toda China hay un *boom* de la construcción, que está consumiendo el 40 por ciento de la producción mundial del cemento. Para el 2010 se pronostica que al menos siete de los 10 centros comerciales más grandes del mundo estarán en China.

## El liderazgo de China

El liderazgo de China se debe a las reformas adoptadas de manera gradual. Primero en la agricultura, la industria, la ciencia y la tecnología y, finalmente, la defensa nacional. Sin embargo, para referir al liderazgo en conjunto se debe dividir en dos tipos: el liderazgo como país y el liderazgo de su gente.

Las empresas chinas han reforzado su competitividad y como respuesta se habla de un nuevo liderazgo empresarial. Los nuevos empresarios chinos han ayudado a transformar a China en una economía de mercado que está fuertemente integrada con la economía global.

Para entender a las empresas chinas, primero hay que entender la cultura que las envuelve y, por ende, la manera de trabajar de los empresarios chinos que considera la naturaleza de los negocios, su manera de dirigir y modelos de negocios ya desarrollados.

En estudio realizado por Xiang & Teng (2007) describe cómo se han ido desarrollando las diferentes generaciones de empresarios en China. Básicamente ha habido dos generaciones y tal vez se demanda una tercera para los cambios políticos, sociales y económicos que enfrenta su nación.

La China de 1980 se refiere a una primera generación, enfoca el desarrollo al sector manufacturero, cuando China se estaba abriendo al exterior, debido a una transición social que los llevó a convertirse en una economía de mercado.

Algunos de los miembros de esta generación que actualmente tienen 45 o 50 años son: Liu Chuanzhi (Lenovo), Zhang Ruimin (Haier), Ren Zhefei (Huawei) y Li Dongsheng (TCL), considerando que una de las reformas del Estado vio como una ventaja inicial el sector manufacturero. Catalogado como un periodo difícil, ya que tenían que romper con la ideología tradicional y sistemas ya establecidos, que implicaba cambiar de una economía planificada a una que demandaba más flexibilidad y adaptabilidad.

Asimismo, había poca inversión extranjera, puesto que el poder adquisitivo del mercado era poco y no había interés por las empresas en invertir en una nación donde la competencia se daba entre las empresas estatales y pocas empresas privadas, por lo que estos empresarios hicieron crecer sus empresas locales bajo estas circunstancias, ayudando con ello a resolver el problema de desempleo del Estado.

Aun que los márgenes de ganancia eran bajos y los salarios de los trabajadores también, esto permitió que comenzara a generarse una clase media que antes no existía en China.

Esta generación fue un factor clave y fue la catapulta del despliegue de la economía, a pesar de tenerse claro que no se contaba con la experiencia suficiente para competir en los mercados internacionales ante una inminente globalización.

Como resultado de la situación que se acercaba, la segunda generación tenía que reforzar el

sector servicios y modelo de innovación de negocios. Entre los empresarios de esta nueva etapa de China, catalogada como la mejor hasta ahora, con un rango de edades de entre 30 y 40 años, destacan Sherr Nanpeng (Ctrip), Chen Tianqiao (Shenda) y Jiang Nanchun (Focus Media).

Esta generación se volvió activa a finales de los 90; la mayoría de ellos contaba con un buen nivel de educación, más dinámica en actividades sociales y filantrópicas. Toman modelos de los países occidentales y se enfocan al sector servicios más que en el de manufactura, donde los márgenes de utilidad eran verdaderamente bajos.

En 2006, el volumen de comercio exterior del gigante asiático llegó a un billón cuatrocientos mil millones de dólares, con un incremento interanual de 23.2 por ciento. Están creando una reserva petrolera en la provincia de Guandong, cuya construcción podrá estar concluida en 2010 y almacenará 10 millones de metros cúbicos de petróleo crudo.

El sector servicios fue el detonante de la economía china y es esencial para resolver el problema de desempleo y estimular el consumo.

Como ejemplo, en 1950, en Estados Unidos, el sector servicios empleaba el 50 por ciento total de la fuerza de trabajo, subiendo a 80 por ciento en los 90. El sector servicios ha demostrado que las mejores empresas están en ese sector. Actualmente, el Commercial Bank of China (ICBC) está entre los tres mejores en el mundo.

China es un importante jugador en la economía global; de acuerdo con Wong (2007), está operando como un centro regional y global de redes de producción, convirtiéndose en el destino favorito para las grandes empresas. China recibe de otras naciones los insumos tecnológicos, comerciales, financieros, naturales, etcétera, y los traslada ya procesados para el resto del mundo.

## Las multinacionales en la nueva China

Las multinacionales cuando van a otros países, llegan con algunas ventajas: tienen una mejor tecnología, el *know-how*, capacidades de innovación, mayor nivel de competencias gerenciales. Cuentan con funciones como *marketing* y creación de marcas, dirección de finanzas y tecnologías de información.

Todas estas ventajas son usadas para reforzar el valor de su cadena de suministro (Williamson & Zeng, 2005). Uno de los problemas a los que se enfrentaban en un inicio las empresas extranjeras en China, es que no podían interactuar con proveedores locales porque no eran lo suficientemente competentes para los estándares de calidad que manejan las empresas.

Sin embargo, esta situación está cambiando y actualmente no sólo existen empresas locales con capacidad de desarrollo de alta calidad, sino que las grandes empresas extranjeras están perdiendo mercado. Las empresas locales conocen el mercado, ya tienen la experiencia y están dominando el mercado doméstico y el internacional.

China logró fabricar un primer modelo de avión comercial de tamaño mediano para vuelos de mediana distancia, el Reactor Regional Avanzado ARJ-21 "Xiang Feng". Y también tienen planes para lanzarse a la construcción de grandes aviones comerciales con tecnología propia.

Es un hecho que China juega un papel importantísimo en el mercado global y se está convirtiendo a pasos agigantados en una potencia mundial. China podría ser, según los pronósticos, el principal rival económico, político y militar de Estados Unidos para el 2020.

Elaborado por Mtra. Ma. Emelina Santiago García, Universidad Anáhuac México Sur, y dirigido por el Dr. Miguel Ángel Axtle.



En un estudio desarrollado en 2003 por Goldman Sachs, se creó un nuevo concepto de potencia mundial que utiliza el término "BRICs" para designar a las economías emergentes. En él se estima que economías como Brasil, Rusia, India y China entran en esta categoría, y pronostica que para el 2050 estas economías superen en tamaño a las de los países del G7