

1

CAPÍTULO 1

Prólogo

1

Prólogo



Considero que ha sido todo un privilegio participar en el IV Future Trends Forum, el pasado junio 2005, sobre el tema "Implicaciones del vertiginoso desarrollo de China". Como director del departamento de China del Banco Mundial, he sido espectador privilegiado de una transformación que influirá decisivamente en la economía internacional y en su equilibrio geo-político. La Fundación de la Innovación **Bankinter** se merece mi más sincera enhorabuena por haber organizado una sesión dinámica, en la que a través del pensamiento creativo se barajaban riesgos, oportunidades y probabilidades, todo ello dentro de un marco de aplicación que abarca más ámbitos de interés de lo que normalmente se propone.

A finales de la década de los setenta, Deng Xiaoping dio un gran paso adelante: decidió abrir China al mundo exterior. Ni él ni nadie se dieron cuenta entonces de las repercusiones globales. China no ha conquistado el mundo con un gran ejército, sino con las plantas de ensamblaje y la apertura del mercado. Durante los últimos 25 años, el país ha crecido a un ritmo de casi dos dígitos por año, sacando a unos 500 millones de personas de la pobreza más absoluta (y convirtiéndolas así en clientes en potencia del mundo de la globalización). Hoy es la segunda potencia comercial, el primer destino de la inversión directa extranjera y el segundo consumidor mundial de derivados del petróleo. Su voraz apetito de materia prima ha trastornado los mercados internacionales: actualmente China compra el 40% del cemento del mundo, la cuarta parte del aluminio y casi un tercio del mineral de hierro.

Además, es capaz de operar en todo el abanico tecnológico, no como Japón y otros grandes asiáticos de las décadas de los ochenta y los noventa. En China se fabrica entre el 60% y el 70% de la producción mundial de juguetes y bicicletas, así como la mitad de los microondas del mundo, un tercio de los televisores e, incluso, algunas partes del Boeing 757. China también se está preparando para dar el codiciado gran salto a la cúspide de la innovación mediante acuerdos con empresas pioneras en software y convenios con grandes multinacionales, para poder producir coches híbridos y explorar el espacio con sus cohetes made in China.

China invade la prensa, la radio y los telediarios: provoca convulsiones en el mercado textil comunitario, puja por los recursos energéticos, apuesta por empresas con una marca ya creada y atrae a todos los grandes del mundo financiero para que sean inversores estratégicos de sus ofertas públicas iniciales (IPO). Los ojos están puestos en sus grandes proporciones, pero la diversidad y la profundidad del cambio que está experimentando China son, al mismo tiempo, una oportunidad y un reto: oportunidad porque nuevas líneas y procesos de producción crecerán con gran empuje y rapidez, y reto porque muchas de estas fusiones, quizá la mayoría, no perdurarán.

La primera fase de la globalización se inició con las expediciones de aventureros europeos a tierras lejanas, la segunda fase estuvo liderada por las multinacionales y ya la tercera fase podrá nacer de personas e iniciativas de pymes que impulsen un nuevo crecimiento piramidal en los procesos y asociaciones con homólogos en países como China. El tamaño y la relativa apertura del mercado de China ofrecen un amplio espectro de oportunidades, pero sus complejidades, sus diferencias culturales y la inconsistencia de su sistema legal y de derechos de protección intelectual también pueden suponer un gran problema para los no iniciados.

Para economías como España, cuyo potencial comercial reside en las empresas pequeñas y medianas con una fuerte presencia local y aspiraciones globales, el despertar de China puede ser visto como una amenaza. Incluso así, la experiencia nos demuestra que los grandes mercados diversificados y en rápida expansión pueden ofrecer más recompensas que las esperadas cuando el país en cuestión—lo cual es especialmente cierto en China— abre su mercado nacional y refuerza su capacidad de exportación sin el apoyo de barreras protectoras. Por todo ello, abundan las oportunidades para empresas dispuestas a forjar alianzas con socios locales, pequeños, pero dinámicos, que de esta manera se posicionan en las redes de producción internacionales y complementan con servicios de mayor valor añadido el punto fuerte de China: la manufactura de productos con mano de obra intensiva.

Dado que los procesos de producción ya no son verticales, las economías de escala y la especialización están ya disponibles para una amplia gama de firmas con aspiraciones globales, algo que en el pasado no ocurría. No obstante, caveat emptor para quien se lance a la aventura en esas aguas inexploradas: puede que haga fortuna, pero también puede que se arruine. Los primeros deberán disponerse a invertir tiempo y recursos en comprender el entorno y los riesgos, así como a proteger las ventajas propias en un mercado en continuo y vertiginoso cambio. Ante este entorno, este libro ha encontrado su nicho.

Mis notas

Dr. YUKON HUANG
Director del departamento de China del Banco Mundial (1997-2004).