

*Jan Borgonjon**

CHINA COMO MERCADO DE CONSUMO Y SERVICIOS PARA EMPRESAS ESPAÑOLAS

La economía china está experimentando cambios fundamentales en los últimos años. El modelo económico está mutando desde «crecimiento a toda costa» y «manufactura a *low cost*» hacia la búsqueda de calidad, valor añadido y sostenibilidad. Estos cambios generan oportunidades sin precedentes en algunos sectores, que serán analizadas en este artículo. La crisis financiera mundial solo ralentizará el proceso, pero no cambiará la dirección de esta tendencia.

Palabras clave: crecimiento económico, inversiones, China.

Clasificación JEL: O5.

1. Introducción

Después de más de 20 años de alto crecimiento económico, China, a finales de 2008, es ya la tercera economía mundial con el PIB sólo por detrás de EEUU y Japón. No son pocos los economistas que predicen que alcanzará el puesto número uno en 2020.

Durante los últimos tres años, desde el 2007, se están produciendo cambios fundamentales en la estructura económica en China:

– Con el crecimiento rápido de la clase media, el consumo privado está emergiendo como el tercer motor fundamental para el crecimiento de la economía china, junto con las inversiones y las exportaciones.

– El objetivo del Gobierno central de crear una «sociedad armoniosa» denota el inicio de los esfuerzos por crear una sociedad del bienestar.

– El objetivo del Gobierno central de «desarrollo científico» marca el inicio de una era de búsqueda de valor añadido, calidad de crecimiento

y sostenibilidad, en vez de perseguir sólo el crecimiento a toda costa.

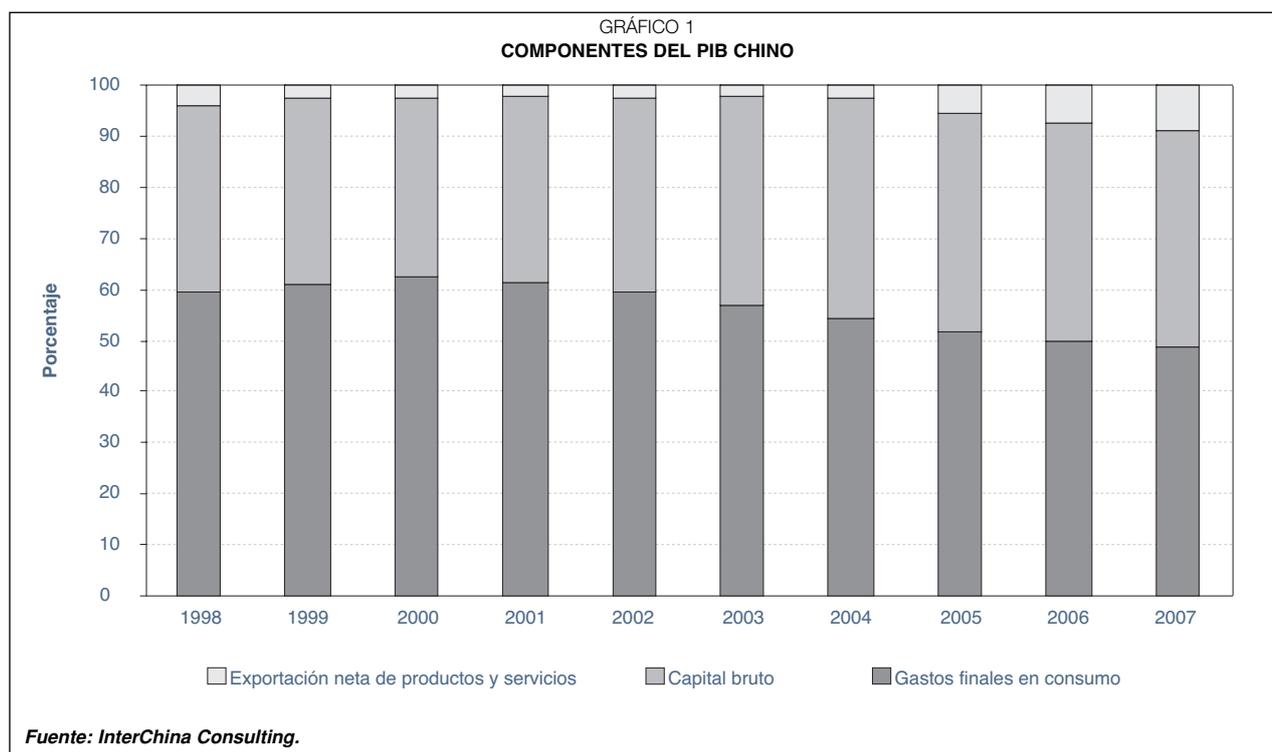
Estos nuevos fenómenos indican el inicio de un período de transición del modelo económico, y el comienzo de una nueva etapa de crecimiento.

La tendencia más importante es el auge de la clase media. *InterChina* estima que China tendrá unos 600 millones de clase media en el año 2020, comparado con sólo 70-80 millones en 2005. El crecimiento del consumo privado en China no sólo implica más oportunidades para los productos de consumo, sino que también significa mayor demanda de productos y servicios de calidad, mayor atención de los suministradores de productos a la demanda de los individuos chinos, lo cual al final provocará un cambio de cultura.

El esfuerzo por establecer una «sociedad armoniosa» implica, por una parte, mejores protecciones sociales, lo cual generará un mayor ingreso disponible para el consumo privado, y por otra, mayores inversiones en infraestructuras sociales, que generarán nuevas oportunidades de negocio en los sectores relacionados.

Con el concepto de «desarrollo científico», ▷

* Presidente de *InterChina Consulting*.



China dejará de ser únicamente un centro de producción de bajo coste para pasar a proporcionar más valor añadido. Este concepto tiene implicaciones más complejas: por un lado habrá más oportunidades de mercado para los jugadores de más alto nivel, y por otro incrementará considerablemente la competitividad de las empresas chinas. Por añadidura, el Gobierno chino se volverá más selectivo con las inversiones extranjeras: las inversiones que no aporten valor añadido no serán tan bienvenidas como antes. Si se alcanzan estas dos metas, la estructura económica china cambiará de forma radical. En esta dirección, el Gobierno central chino ha tomado unas medidas iniciales en el transcurso del 2007 y 2008, tales como la reforma del Impuesto de Sociedades, la nueva Ley del Contratación Laboral, un control más estricto de la utilización de la tierra, la reforma del sistema sanitario y de la seguridad social etcétera.

La crisis financiera mundial ha supuesto un duro golpe para China, y desde la segunda mitad del 2008 la economía china ha entrado en un estado de emergencia. Para combatir el impacto de la crisis, el Gobierno central ha emitido un paquete

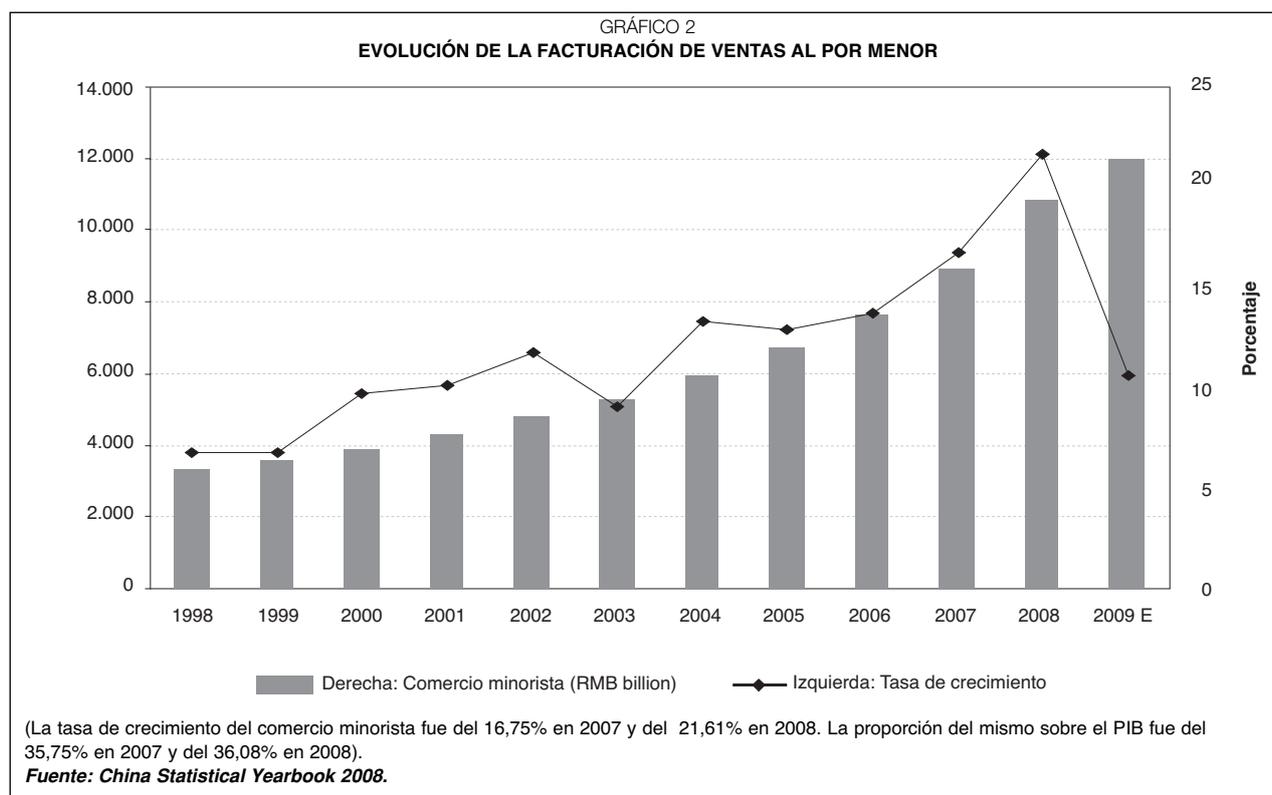
de estímulo económico sin precedentes, que dispone de un fondo de 600 mil millones de dólares de EEUU cubriendo 10 sectores. Paralelamente, ha empezado la reforma del sector sanitario.

Teniendo en cuenta el nuevo entorno, nuestra opinión es que la economía china seguirá una dirección marcada hacia un mayor mercado doméstico de consumo privado, una mayor atención a la protección social y el desarrollo sostenible, y la búsqueda continua de la mejora de la calidad de la producción y de un mayor valor añadido. La crisis ralentizará el ritmo, pero no cambiará la dirección.

Este artículo intenta analizar las oportunidades en el marco de esta nueva dirección de desarrollo, en particular en el mercado de productos de consumo y de servicios.

2. China como mercado de consumo

Las estadísticas de consumo privado en China indican un crecimiento continuo durante los últimos años, con la facturación en ventas al por menor alcanzando un crecimiento de 16,75 por ▷



100 en 2007. En 2008 dicho índice ha pasado a crecer al 21,61 por 100, a pesar de la crisis financiera mundial. Sin embargo, el consumo privado sigue siendo una pequeña parte de la economía china, representando el 35,75 por 100 del PIB en 2007 y 36,08 por 100 en 2008, en comparación con el 70 por 100 de los Estados Unidos.

En 2007 vimos un verdadero auge en el consumo privado, que ha seguido su curso en 2008 a pesar de la crisis mundial. Como hemos dicho, la crisis cambia el ritmo pero no la dirección. De hecho, en 2009 y 2010 no prevemos ningún colapso sino un crecimiento aunque sea más lento.

Tenemos muchas razones para creer que el auge del consumo privado en China está sólo empezando y que seguirá una destacada trayectoria, a pesar de la crisis mundial:

- El PIB chino seguirá su ritmo de crecimiento, no al 10 por 100 como antes, pero alcanzará al menos un 7 por 100. Esto significa que la riqueza general y los ingresos disponibles seguirán en aumento. Hu Jintao, Presidente de la República Popular de China, anunció en el informe del 17º Con-

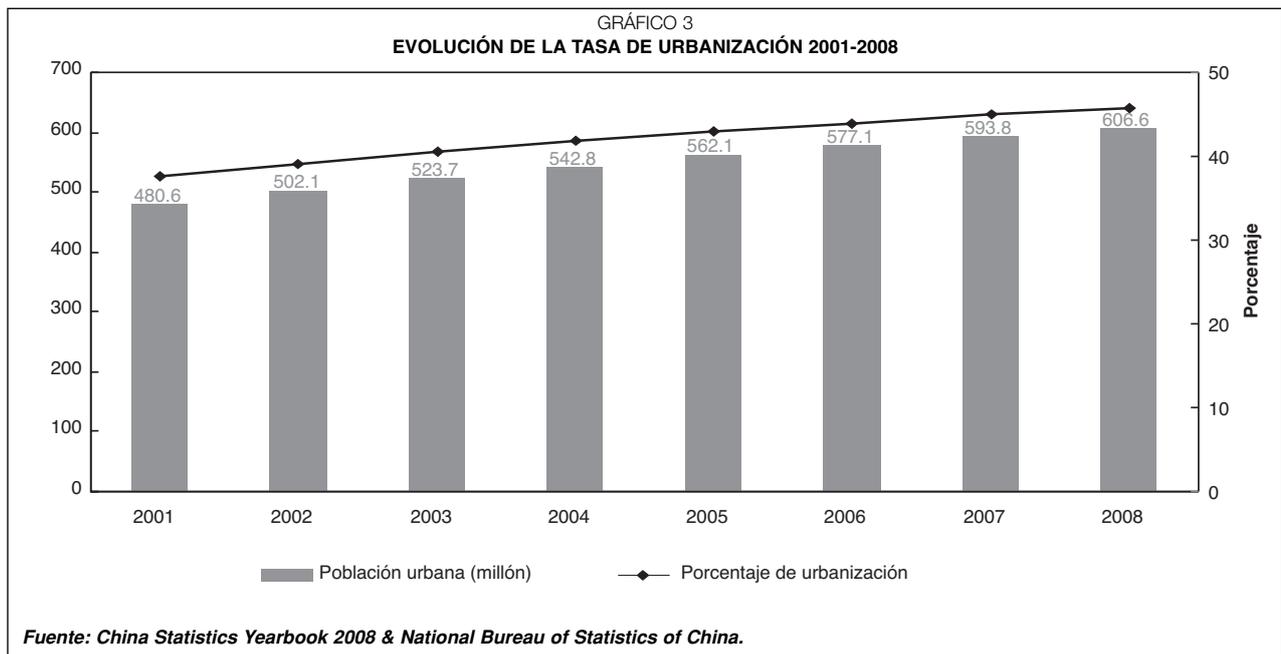
greso del Partido en 2007 que se pretende que el PIB per cápita del país para 2020 alcance cuatro veces el nivel de 2000. Es decir, 31.400 RMB per cápita para una población de 1.300-1.400 millones.

- El perfil demográfico seguirá siendo mayoritariamente joven durante los próximos 20 años.

- El Gobierno chino está en proceso de reforma del sector sanitario y de la educación, lo cual haría disminuir paulatinamente la percepción de riesgo e inseguridad de la población, dando lugar a un mayor impulso para el consumo.

- Las medidas de estímulo económico impulsarán la demanda en muchos sectores y compensarán en parte la pérdida de puestos de trabajo causada por la reducción de las exportaciones.

- El acelerado ritmo de urbanización sigue, lo cual creará un mayor número de ciudades y aumentará el tamaño de las ciudades existentes. La clase media se encuentra mayoritariamente en las ciudades. Entre 2001 y 2008 la población urbana creció en 130 millones de personas y se prevé que 200 millones de personas más se trasladarán a las ciudades a partir de ahora hasta el año 2020. ▷

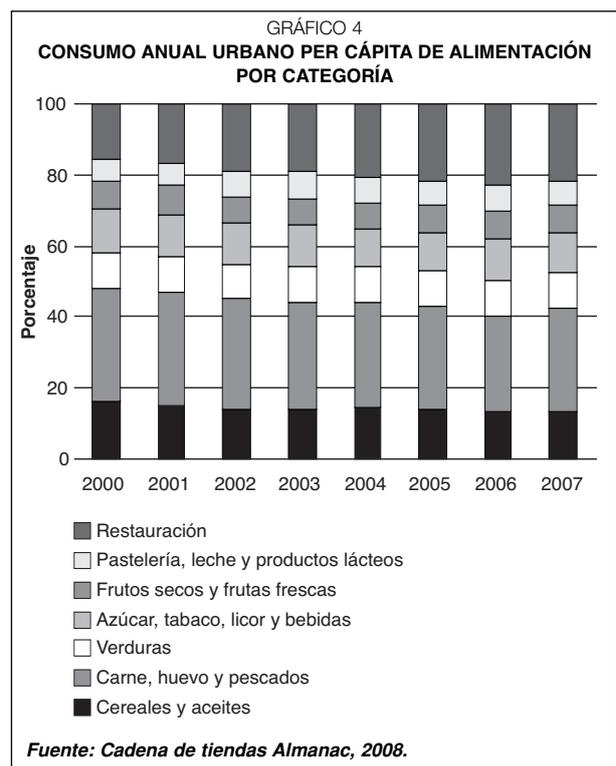


Prevedemos que el auge del consumo privado en China beneficia especialmente a la industria alimentaria en general, a la restauración y a la venta al por menor, sobre todo en los supermercados, y los productos de consumo de alta y media gama.

La industria de alimentación y bebidas en China (excluyendo los productos primarios, la venta al por menor y la restauración) alcanzará el valor de 584.000 millones de dólares en 2010, el doble de 2005.

Tal y como se muestra en el Gráfico 4 los hábitos de consumo han cambiado gradualmente durante los últimos años. La mejora en los ingresos ha aumentado la demanda de artículos más caros (la carne) y los servicios de restauración; los productos lácteos han visto una subida de la demanda con el aumento del proceso de urbanización; hay una cierta tendencia de convergencia con el estilo occidental en cuanto a hábitos alimenticios.

Concretamente en el subsector bebidas, en el pasado, en los años noventa e inicios de este siglo, todas las grandes multinacionales han hecho grandes inversiones en China para ocupar el mercado, incluyendo segmentos como la cerveza, las salsas, los condimentos, la pastelería industrial, el agua mineral, etcétera. Muchos de estos segmentos se encuentran ahora en un mercado en pleno proceso de



consolidación. Sin embargo, todavía hay bastante potencial en el mercado de los zumos de fruta. Aunque ha experimentado una notable subida en los últimos años, el consumo per cápita todavía es inferior a los 2 litros por año (muy por debajo de la cifra en mercados desarrollados, en los que se calcula más de 40 litros por año). ▷

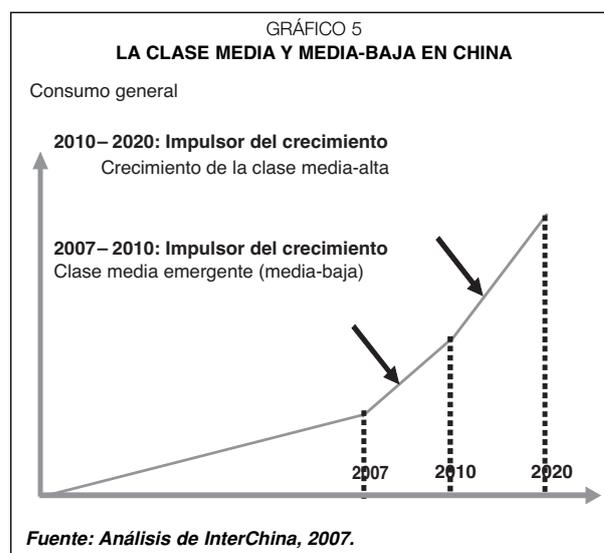
Actualmente, el mercado de alimentación y bebidas en China se encuentra altamente fragmentado, más del 95 por 100 de las 10.000 empresas del sector son pymes. Las empresas extranjeras recurren cada vez más a las fusiones y adquisiciones para tener acceso al mercado, así como para aumentar la cuota de mercado.

Desde 2008 hasta ahora, la industria china de alimentación y bebidas está experimentando un cambio sin precedentes en su historia, debido a los escándalos de calidad significativos a lo largo de 2008. El escándalo más representativo fue el empleo de la melamina en la leche por parte de al menos 21 productores locales, y que causó la muerte y hospitalización de cientos de bebés. La preocupación por la calidad de los alimentos va más allá de los productos lácteos, extendiéndose hacia todo tipo de alimentos procesados incluyendo las bebidas.

La enorme desconfianza de los consumidores chinos hacia los fabricantes locales ha creado oportunidades inusuales para marcas extranjeras, ya sean productores o cadenas de venta al por menor. Es de creencia común que las marcas extranjeras ofrecen mejores garantías de calidad. Los consumidores chinos estarán dispuestos a pagar un «plus» por productos más sanos, saludables y con los pertinentes certificados de higiene y seguridad. Por otro lado, con la ayuda del Gobierno, los grandes fabricantes y cadenas de distribución chinos están en pleno proceso de reconversión para garantizar la calidad y fiabilidad de sus productos. En este sentido, se generan también oportunidades para la tecnología alimentaria y de control de calidad.

Las cadenas de comida rápida, restaurantes y supermercados de renombre, ya sean internacionales o nacionales, también gozan de un momento de bonanza, que ha sido atenuado por la crisis pero para nada anulado. Este tipo de comercios se extienden rápidamente y no parece haber final alguno en sus horizontes de crecimiento.

Otro sector de consumo que goza de buenas perspectivas de crecimiento son los productos de alta gama y de lujo. China supone una gran oportunidad para mercados nicho y marcas de moda, es un



mercado lleno de potencial y que merece la pena examinar detalladamente. El mercado de productos de lujo se ha beneficiado del auge demográfico y está manteniendo un índice de crecimiento anual del 20-30 por 100. En 2007, los consumidores chinos gastaron 8.000 millones de dólares en objetos de lujo durante un año, suponiendo más del 18 por 100 de las ventas totales mundiales.

El auge del consumo chino va a la par del crecimiento explosivo de las clases medias. La clase media y media-baja (con ingresos anuales de entre 4.000 y 12.000 \$), que fueron 120 millones de personas en 2008, crecerá hasta aproximadamente 500-600 millones hacia 2020, mientras que la clase media-alta (con ingresos anuales superiores a los 12.000 \$) se ampliará desde los actuales 10 millones a 70-100 millones en 2020, alcanzando la dimensión de un país como Alemania.

China es un mercado grande, complejo y dinámico, con profundas tradiciones, ramificaciones culturales diferentes y enormes diferencias geográficas. Algunos valores culturales chinos fundamentales seguirán influyendo en los consumidores, tales como la alimentación natural y fresca, el cuidado de la salud a través de la alimentación, las bebidas alcohólicas como instrumento de vida social, la racionalidad en los gastos, etcétera. Habiendo salido hace poco de una economía de escasez, los consumidores se han vuelto cada vez más inteligentes- ▷

tes, sofisticados e independientes en muy poco tiempo.

Para los productos de gama alta, los consumidores chinos son mayoritariamente jóvenes, y cambian rápidamente. Las marcas de lujo para ellos son un modo de demostrar su estatus y éxito personal. Al mismo tiempo, son conscientes de los precios y tienden a mostrar poca lealtad a una marca en particular.

Podemos incluir los servicios sanitarios privados y exclusivos también en este apartado de productos de gama alta y de lujo. Las clínicas privadas dentales y de salud, centros de dietética y hospitales de cirugía estética, satisfacen las necesidades de la clase media de gozar de unos servicios diferenciados.

3. China como mercado de productos y servicios de salud

La inversión en el sector salud es una de las oportunidades más prometedoras de negocio en China en los próximos cinco a diez años. Por el momento, una de las partidas principales del plan de estímulo fiscal chino se centra en los servicios sanitarios.

La reforma en el sector sanitario, hecha pública en enero de 2009, ha sido ampliamente reclamada por la población. Actualmente, alrededor del 54 por 100 de los habitantes urbanos y el 79 por 100 de los habitantes rurales no tienen cobertura de asistencia sanitaria. El gasto público destinado a la asistencia sanitaria es sólo del 4,5 por 100 del PIB, cuando el promedio de los países de OECD es del 8,5 por 100. El Ministerio de Salud estima que el porcentaje aumentará al 7,5 por 100 en 2010 y al 10 por 100 en 2015 (en Estados Unidos, el porcentaje actual sobre el PIB es del 15 por 100).

Los principales aspectos de la reforma sanitaria son:

- Aumentar la contribución pública en el sistema de asistencia sanitaria urbano y rural (sistema cooperativo), contribuyendo con una totalidad de

850.000 millones de yuanes (85.000 millones de euros) en los próximos tres años, de los presupuestos de los Gobiernos central, provincial y municipal.

- Mejorar la cobertura del sistema, llegando al 90 por 100 de la población incluyendo la rural en el 2011, y elevando el porcentaje de contribución pública para cada integrante en el sistema.

- Mejorar las condiciones y equipamiento de los centros médicos de base.

- Iniciar la reforma de los centros médicos públicos.

Los actores principales encargados de prestar servicios sanitarios a los ciudadanos chinos son los 9.757 hospitales públicos, pero éstos se enfrentan a serios problemas de falta de capital y de gestión. Los hospitales privados son un 15 por 100 del total, pero el porcentaje está aumentando.

«Por ello, el capital internacional y privado serán la fuerza motriz que promoverá la siguiente reforma sanitaria en China», comentaba el Sr. Jiang Tao, vice-presidente de Huaxia Healthcare Holdings, empresa que está en el mercado de valores de Hong Kong. La suma total de inversiones públicas y privadas por inversores tanto extranjeros como domésticos en nuevas instalaciones sanitarias al año puede alcanzar los 60.000 millones de dólares.

La reforma en el sector sanitario aumentará la demanda en general, incluyendo los servicios sanitarios, los servicios aseguradores, las tecnologías de diagnóstico y tratamiento, los fármacos, y las tecnologías de gestión. El tamaño total de la demanda es enorme, debido al bajo nivel actual, el tamaño de la población y las perspectivas de crecimiento en todos los segmentos de la demanda gracias a la reforma. Se estima que China llegará a ser el tercer mercado farmacéutico más grande del mundo dentro de los próximos 10 años. El enorme potencial del mercado chino, las ventajas en costes de investigación y el alto nivel actual de desarrollo de la medicina en China seguirán motivando a las empresas extranjeras farmacéuticas a establecer o ampliar su capacidad I+D en el país.

Las tecnologías de diagnóstico y tratamiento encontrarán nuevas oportunidades en los equipos ▷

que cubren necesidades y funciones básicas, sobre todo cuando los Gobiernos provinciales empiecen a realizar compras colectivas, mientras que las gamas de alta tecnología se mantendrán en su actual cuota de mercado.

En cuanto a los fármacos, las nuevas oportunidades se centran en productos de bajo coste, la mayoría de ellos genéricos.

También existen amplias oportunidades en el sector de la tecnología de la información especializada en la gestión de servicios, como son los sistemas de gestión hospitalaria, sistemas de registro electrónico (facilitando el intercambio de datos entre pacientes de diferentes hospitales), red de hospitales a nivel regional, red sanitaria nacional y unificada integrando administradores, proveedores, seguros médicos y centros hospitalarios, etcétera.

4. China como mercado de servicios medioambientales

Otra prioridad del Gobierno chino es el desarrollo de las infraestructuras locales y medioambientales, donde proveedores de tecnología e inversores extranjeros encontrarán gran oportunidad. Una gran parte de las ciudades chinas tienen serios problemas de contaminación; las nuevas tecnologías para generar energía limpia y purificar el agua, y las soluciones de ahorro energético son y serán sectores con amplias oportunidades de mercado.

Tres son las áreas de máximo interés y desarrollo: el tratamiento de aguas potables municipales, de aguas residuales y de residuos sólidos.

En cuanto al tratamiento de aguas potables municipales, a finales de 2006, China disponía de 660 ciudades que sumaban una población total de 360 millones de habitantes y cada una de dichas ciudades ha instalado su propia planta de tratamiento de aguas potables. Existen alrededor de 2.400 plantas de tratamiento de aguas con una longitud total de la red de abastecimiento de 238.000 km. La red de abastecimiento de aguas suministra al 80 por 100 de la población total.

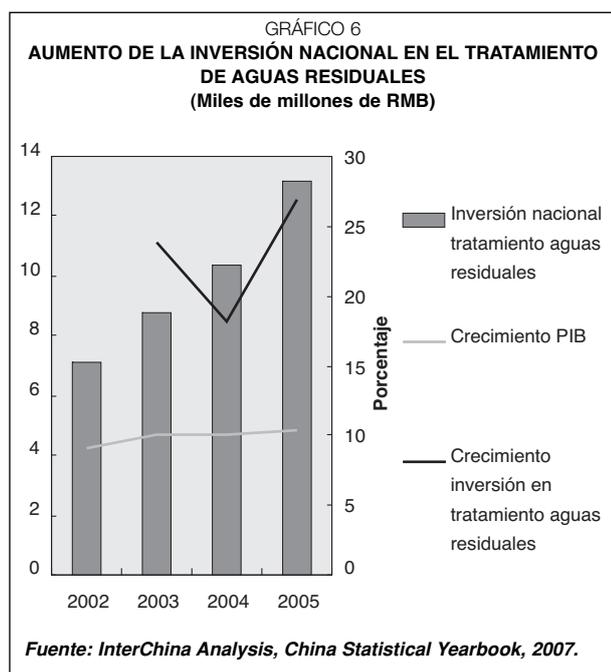
Se prevé que hacia 2010 la cobertura del tratamiento de aguas potables urbanas alcance el 98,5 por 100, sumando una capacidad nueva de 45 millones de m³/día. El índice de fugas de las redes de suministro urbanas de agua se situará por debajo del 15 por 100. Se van a invertir 700.000 millones de RMB a lo largo del periodo 2006-2010 para alcanzar estos objetivos.

Por otro lado, el tratamiento de aguas residuales municipales también ha ido aumentando. A finales de 2006, había 808 plantas de tratamiento de aguas residuales ubicadas en todo el territorio de China. La longitud total de conductos de aguas residuales urbanas era de 261.379 Km. y la capacidad total diaria de tratamiento de aguas residuales alcanzó los 97,34 millones de m³. El porcentaje de tratamiento del total de aguas residuales es de alrededor de un 56 por 100, alcanzando en algunas grandes ciudades el 70 por 100. Hay considerables variaciones geográficas. La capacidad de tratamiento diario y la longitud de los conductos de aguas residuales en los 4 municipios de primer nivel y en algunas provincias costeras son mayores que la media nacional. Por ejemplo, el porcentaje en Beijing es de un 90 por 100 y en Dalian (Liaoning) es de alrededor de un 76 por 100.

La mejora significativa en el tratamiento de aguas residuales es resultado directo del incremento en la inversión en dichos servicios. Como se muestra en el Gráfico 6, el crecimiento de la inversión en el tratamiento de aguas residuales es incluso mayor que el crecimiento del PIB.

Aparte de las fuertes inversiones públicas, las autoridades gubernamentales centrales y locales también han estado muy abiertas a las inversiones privadas y extranjeras en los proyectos de tratamiento de aguas residuales.

La industria de tratamiento de aguas residuales en China seguirá siendo un sector muy prometedor para los próximos años. Los factores de mercado que han propiciado esta situación son la rápida urbanización, los altos requerimientos en las instalaciones de tratamiento (modernización y reemplazo de los equipamientos y alcantarillados actuales), una ▷



mayor atención a la protección del medio ambiente, etcétera.

La concesión continuará siendo el modelo fundamental de inversión. La gran mayoría de la demanda de proyectos vendrá de las ciudades de segundo y tercer nivel, así como de las regiones subdesarrolladas del centro y oeste de China.

Hacia 2010, todos los municipios y comarcas dispondrán de instalaciones centralizadas de tratamiento de aguas residuales y la tasa nacional de tratamiento de aguas residuales está previsto que alcance el 70 por 100. Entre 2006 y 2010, será necesaria una inversión total superior a los 330.000 millones de RMB.

Finalmente, el tratamiento de residuos sólidos urbanos fue, durante mucho tiempo, un servicio gratuito para los usuarios, que ha suministrado y financiado el Gobierno. A finales de 2005, China disponía de 479 plantas municipales de tratamiento de residuos sólidos urbanos, con una capacidad total de 257.000 toneladas diarias, un volumen de tratamiento centralizado de 80,49 millones de toneladas y una tasa de tratamiento del 52 por 100.

Desde que se adoptó la Ley de Prevención y Control de la Contaminación Medioambiental Causada por Residuos Sólidos (*Law on Prevention*

and Control of Environmental Pollution Caused by Solid Waste) en 1996, China ha conseguido un considerable avance en el tratamiento de la contaminación ocasionada por los residuos sólidos urbanos. El Gobierno ha mejorado enormemente el ratio de tratamiento de los residuos sólidos urbanos, desde menos del 2 por 100 en la década de los 80 hasta un 53 por 100 en el 2006 (y casi un 70 por 100 en las regiones costeras económicamente desarrolladas).

Actualmente, en China sólo se usan tres métodos para el tratamiento de residuos sólidos domésticos: vertedero, compostaje e incineración. El primero es, con mucho, el método más popular y supone un 81,4 por 100, mientras que la incineración y compostaje suponen un 14,5 por 100 y 4,1 por 100, respectivamente. El crecimiento del método de incineración ha aumentado muy rápido mientras que el crecimiento del compostaje, ha sido bastante moderado.

La mayoría de los vertederos se han construido con fondos gubernamentales, y son operados por la Administración de Higiene Ambiental de cada municipio (*Environmental Sanitary Administration*). Desde 1988, cuando se creó la primera planta de incineración de desechos en Shenzhen, China ha construido ya 73 plantas de combustión. Todas las plantas chinas de incineración de desechos pertenecen a empresas comerciales, desde empresas públicas (SOE), privadas (POE), *joint ventures* (JV) y empresas de capital 100 por 100 extranjero (WFOE). La mayoría de las instalaciones de compostaje en China son pequeñas en escala y usan tecnologías baratas y tradicionales. La actividad empresarial en este sector ha sido muy limitada, debido en gran parte a la baja rentabilidad como resultado de la no separación de basuras y la baja eficiencia de las administraciones de higiene ambiental. De hecho, muchas plantas de compostaje en China no son rentables y están al borde de la quiebra.

No obstante, las autoridades gubernamentales están aún interesadas en usar los métodos de tratamiento por compostaje como una forma de reducir las amenazas medioambientales por el incremento de la generación de residuos sólidos domésticos. ▷

El Gobierno quiere promover nuevos métodos de compostaje usando las tecnologías más avanzadas, y es abierto a las inversiones privadas y extranjeras. Las instalaciones de compostaje de nueva construcción tienen inversores y operadores mucho más variados, desde empresas estatales (SOE), empresas privadas (POE), empresas mixtas (JV) y empresas de capital 100 por 100 extranjero (WFOE). Se prevé que habrá más instalaciones de compostaje con inversiones privadas y extranjeras en el futuro.

A pesar de que se ha realizado un rápido avance para mejorar la situación del tratamiento de residuos sólidos, la situación en China es aún bastante ineficiente principalmente debido a la debilidad de la infraestructura, la limitación de las fuentes de financiación y problemas históricos.

Sin embargo, para 2010, la tasa de procesado de los residuos sólidos urbanos alcanzará el 60 por 100. A lo largo del período 2006-2010 será necesaria una inversión total de 30.000 millones de RMB para los proyectos a realizar en 113 ciudades

importantes. Además, se van a construir 31 centros provinciales de tratamiento de residuos peligrosos y 300 centros de tratamiento de residuos médicos, con una inversión total de 15.000 millones de RMB.

5. Conclusión

China está atravesando un momento de transición del modelo económico y social sin precedentes, que acarreará cambios profundos y generará nuevas oportunidades en una serie de sectores, incluyendo los productos alimentarios, productos de consumo de gama alta, productos y servicios sanitarios, y en el sector de protección medioambiental. La crisis financiera mundial ralentizará puntualmente el proceso, pero no cambiará la dirección. No cabe duda de que en los próximos 15 años, el mercado chino será el mercado de productos y servicios de consumo de mayor crecimiento y de más oportunidades en el mundo.

