

# L'amenança del 'Made in China'



Molts ja ho havien advertit, des de feia anys. El potencial que representa la Xina, un país amb prop de mil cinc-cents milions d'habitants, seria abassegador quan el Govern es decidís a fomentar l'economia de mercat. Avui, els efectes de l'obertura ja els notem als Països Catalans: líders exportadors dins l'estat espanyol, però amb sectors tradicionals en perill.

**F**a menys de deu anys que els economistes es referien a la Xina com un gran drac adormit i vaticinaven que, en despertar-se, els seus badalls arribarien a les economies de mig món. La premonició s'ha fet realitat i la República Popular de la Xina, com la va batejar Mao el 1949, ha esdevingut ara la fàbrica del món. Un títol que, sens dubte, s'ha guanyat a pols. Només cal mirar l'etiqueta de la majoria de regals que durant el Nadal passat van envair les nostres llars –telèfons mòbils, roba, joguines, calçat, aparells elèctrics i altres productes de consum– per observar que tenen una cosa en comú: el *Made in China*.

El miracle xinès consisteix a haver crescut durant els darrers vint-i-cinc anys en taxes anuals superiors al 8% i al fet d'estar en condicions de fer-ho de la mateixa manera en els pròxims vint. El país va aconseguir recuperar-se ràpidament dels atemptats de l'11 de setembre i, a hores d'ara, representa el 25% del PIB mundial i se situa com a sisena economia mundial. El gegant asiàtic, a més, ha substituït el Japó i la resta de tigres asiàtics (Corea, Taiwan, Tailàndia i Singapur) com a locomotora de l'economia de l'Àsia. Encara és més: el Fons Monetari Internacional (FMI) preveu que, en poc temps, la Xina esdevindrà la primera potència del món, per davant dels Estats Units, el Japó, Alemanya, el Regne Unit i França.

L'espectacular creixement de l'economia xinesa s'explica pels canvis polítics iniciats per Deng Xiaoping el 1978, quan va eixamplar les estructures de l'economia amb l'aplicació de la fórmula "un país, dos règims", un còctel entre el model capitalista i el comunista. Aquesta política va ser continuada pels successius dirigents del Petit Timoner, partidaris de col·laborar amb Occident i sobretot amb els Estats Units. Dues dècades després, el sector privat ja genera més de la meitat de la riquesa del país. Segons Pedro Nuevo, professor de l'IESE i especialista sobre la Xina, el desenvolupament del país és degut al fet que el comunisme dels nous governants "és molt desenvolupat i obert", la qual cosa permet que la presència d'empreses estrangeres al territori i la possibilitat de repatriar els

beneficis cap als països d'origen vagi en augment.

Però, què fa realment que una empresa occidental vulgui invertir a milers de quilòmetres dels seus mercats naturals, amb unes regles de llibertat de mercat molt inferiors a les de qualsevol país capitalista? La resposta és senzilla: la mà d'obra. Els sous dels treballadors xinesos estan entre els més baixos del món. Un operari xinès guanya 61 centaus per hora, enfront dels 16,14 dòlars que cobra un treballador als Estats Units i dels 16 euros bruts d'un català. Però, a banda de cobrar menys, els treballadors xinesos amb prou feines generen càrregues socials i, a més, són disciplinats, aspectes molt valorats pels empresaris.

Fa dues dècades, aquests avantatges de costos van portar les grans multinacionals, com Sony i Siemens, a escollir la Xina com a seu de les seves operacions. L'atractiu del gegant asiàtic es va traduir l'any passat en inversions estrangeres directes per valor de 55.000 milions de dòlars, que superaven els Estats Units, que aquell mateix any en va atraure 38.000 milions. Però no sols les grans empreses s'han decidit a invertir-hi. Altres companyies, petites i mitjanes, també hi han vist oportunitats per abaratir-ne els processos de producció.

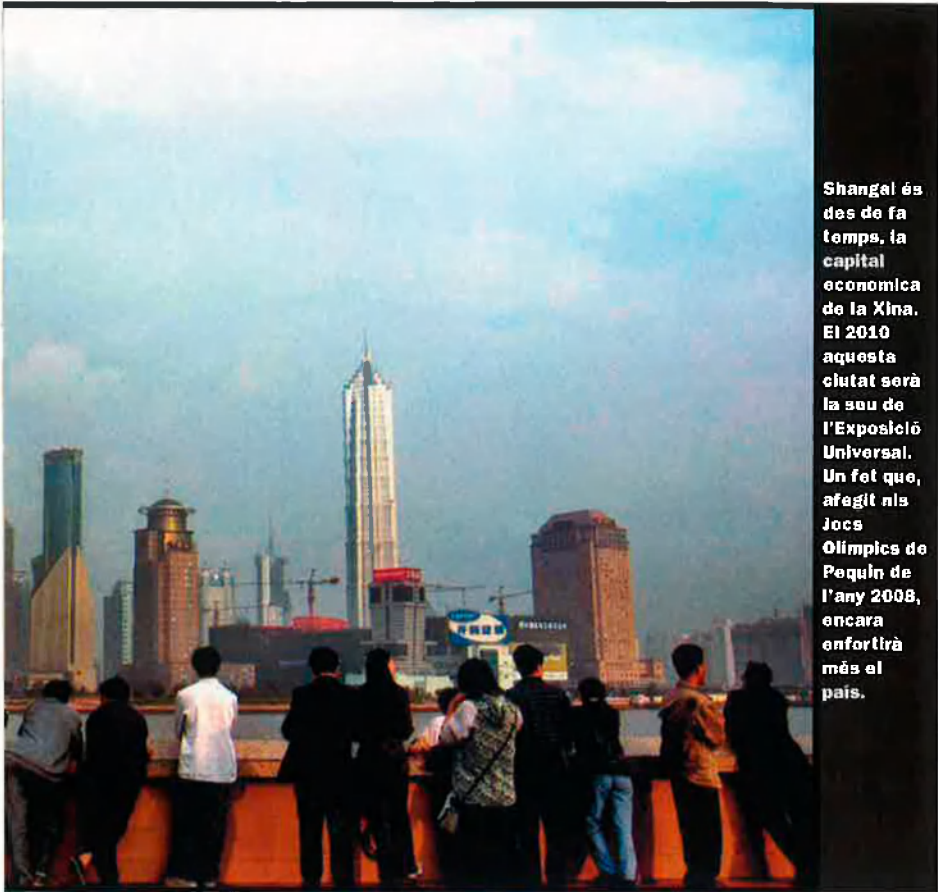
Als Països Catalans, companyies com Nutrexp, propietària del Cola-Cao, i Joyco, fabricant dels caramels Trex, van ser pioneres a l'hora de veure el potencial de 1.300 milions de consumidors. Al principi dels anys noranta, aquestes companyies van desafiar els fonaments d'una economia que no es regia per les mateixes regles de mercat que la resta del món capitalista. En aquesta primera incursió també van participar empreses com Chupa-Chups, Panrico (fabricant dels Donuts), Derbi i Roca Radiadors. Posteriorment, s'hi van afegir empreses com les valencianes Fermax (fabricant de porters automàtics), Torrecid (esmalts ceràmics) i Zahonero i Virgili (escumes per a components del calçat), i les catalanes Lucta (química), Telstar (maquinària) i Indo (productes òptics), participada, aquesta última, de la família de Diana Garrigosa, esposa del president de la Generalitat de Catalunya, Pasqual Maragall. També hi és present el Banc



Sabadell, que té una oficina a Hong Kong. En el sector de serveis, els grups mallorquins Barceló, Sol Melià, Blau Hotels i Palmaria exploten una dotzena d'hotels de quatre i cinc estrelles, i pretenen obrir-ne més.

A banda de les empreses catalanes que tenen fàbrica pròpia a la Xina, també hi trobem les societats que han cedit part de la seva producció a socis locals xinesos. "Ara mateix hi ha moltes empreses catalanes que, per a ser més competitives, subcontracten a la Xina, al Marroc o als països de l'Est, la qual cosa demostra que aquests països poden ser tant una amenaça com una oportunitat", explica Minerva Castillo, promotora comercial a la Xina de la Cambra de Comerç de Tarragona. "Produir fora de Catalunya –diu– rebaixa el preu de cost, incrementa el benefici i permet treure el producte al mercat a un preu molt més comercialitzable."

Les oportunitats de negoci a la Xina s'incrementaran els pròxims anys arran del recent ingrés del país en l'Orga-



Shangai és des de fa temps, la capital econòmica de la Xina. El 2010 aquesta ciutat serà la seu de l'Exposició Universal. Un fet que, afegit als Jocs Olímpics de Pequín de l'any 2008, encara enfortirà més el país.

nització Mundial del Comerç (OMC). Aquest esdeveniment propiciarà una baixada d'impostos, la caiguda de les barreres proteccionistes i duaneres i el fet que les empreses occidentals puguin importar i exportar qualsevol tipus de mercaderia sense restriccions. I, el que és més important: desapareixeran pràctiques deslleials com el dúmping (el fet de comercialitzar un producte a un preu inferior al de mercat). Dos esdeveniments també obriran més el país a l'estranger: els Jocs Olímpics de Pequín, el 2008, i l'Exposició Universal de Shangai, el 2010. I en aquesta cursa poden participar totes les empreses.

**Des de casa nostra.** "Per a nosaltres, la construcció, els components de l'automòbil i els béns de consum són sectors de gran creixement", explica Joan Deudeu, director general de China Consultants, societat dedicada a assessorar les empreses espanyoles que inverteixen a la Xina. "Moltes empreses valencianes han sabut fer-se amb una presència

continuada com a exportadores en el sector de la construcció, i, en el sector productiu, destaquen empreses catalanes, com Panrico i Cola Cao (Nutrexpa), que ho han sabut fer a la perfecció", afegix.

La febre asiàtica ha estat aprofitada pels sectors econòmics més capdavanters i competitius dels Països Catalans. Des del País Valencià s'exporten a la Xina joguines, marbre, calçat, articles d'il·luminació i de decoració i productes del sector teuler. Des de Catalunya, es comercialitzen productes alimentaris i altres de major valor afegit, com els químics, els farmacèutics, els tecnològics i la maquinària. Les Illes Balears exporten derivats del cuir i del calçat.

Els productes catalans són adreçats sobretot a la classe mitjana, cada vegada més nombrosa a les ciutats, on el consumisme és un filó per explotar. "Hi ha un nou fenomen, el dels petits emprenedors, és a dir, els fills únics nascuts en els últims vint anys fruit de la rígida política de natalitat del Govern. Se'ls

coneix també com a nens de sis butxaques, perquè han estat molt malcriats pels seus pares i avis", explica Ricardo Blázquez, delegat de l'Institut Valencià de l'Exportació (Ivex) a Shangai, organisme de la Generalitat encarregat de vehicular inversions cap al Vell Drac asiàtic. "Es tracta de la primera generació de xinesos consumistes, un fenomen al qual se sumen cada any deu milions més de persones", afegix.

Algunes empreses i marques catalanes han aconseguit arrelar en la població xinesa. És el cas del Cola Cao, que amb el seu eslògan, "Créixer alt i fort", s'ha convertit en un dels productes estrangers més populars entre el joves. La companyia ha estat, però, víctima d'un dels problemes principals que tenen les companyies foranes al país: l'escassa protecció de la propietat intel·lectual i dels drets de marca. D'aquesta manera, una empresa xinesa va copiar el producte i el va comercialitzar amb el mateix envàs i amb el nom de "Caolacao". Tot i així, un jutge va ordenar el tancament de la fàbrica. En altres casos, com el de l'empresa valenciana Lladro, les imitacions que pateixen els ha fet replantejar més d'una vegada fabricar al país i han preferit limitar-se a obrir quatre botigues repartides pel territori del gegant asiàtic.

En la lluita pel mercat xinès, els empresaris catalans, valencians i balears han pres la davantera als seus competidors de la resta de l'estat espanyol. L'intercanvi comercial amb el gegant groc està a anys llum i la distància s'ha eixamplat en els darrers anys. Així, mentre que al 1996 les exportacions del conjunt de territoris de parla catalana representaven el 38,7% del total de l'estat, l'any passat el percentatge arribava al 46,9%. El major creixement l'ha experimentat el País Valencià, que en els darrers cinc anys ha augmentat les seves exportacions a la Xina en un 201%, mentre que Catalunya ha pujat un 38,4%.

La porta d'entrada per invertir a la Xina continua essent Hong Kong, tot i que la regió ha perdut atractiu com a potència econòmica des que el 1997 va deixar de ser colònia britànica per convertir-se en regió administrativa especial de la República Popular de la Xina. Amb tot, el



territori més meridional de la Xina continua sent diferent de la resta del continent: els seus carrers i gratacels recorden Nova York, és habitual veure cotxes esportius i de luxe al carrer, i l'anglès es parla a la majoria d'establiments. Tot plegat convida a fer negocis.

Però, per moltes oportunitats que la Xina presenti, la globalització té una cara amarga per a la majoria de menestrals i treballadors dels Països Catalans, que pateixen la invasió i la fortíssima competència dels productes xinesos. La prova més palpable és l'important desequilibri de la balança comercial. Durant el 2002, les vendes catalanes cap a aquest mercat van totalitzar 295 milions d'euros (entre Catalunya, el País Valencià i les Illes Balears), mentre que les vendes de la Xina cap als territoris catalans van ser deu vegades superiors, 2.705 milions d'euros, segons dades del Ministeri d'Economia i Hisenda.

A hores d'ara no hi ha estudis que demostrin quin és l'impacte negatiu que tenen les fàbriques xineses sobre les catalanes, ni quants llocs de treball han destruït. Però a ningú no se li escapa quins han estat els sectors econòmics que s'han vist més perjudicats. "Sobretot, els sectors de béns de consum, com el calçat, el tèxtil, els mobles, la il·luminació i el taulell", explica Vicente Martínez, cap

del servei de Comerç Exterior de la Cambra de Comerç de València. "Són fonamentalment els manufacturadors, aquells amb un fort component de mà d'obra", afegix Josep Maria Cervera, cap d'internacionalització de la Cambra de Barcelona.

Una anàlisi de cadascun d'aquests sectors dona com a resultat un futur negre i ple d'incògnites. En el cas del calçat, les dades són esfereïdores: en els primers sis mesos del 2003, els productors xinesos van vendre més de 24 milions de parells de sabates a l'estat espanyol i s'han fet amb gairebé tot el segment més barat del mercat. Si hi sumem altres potències asiàtiques, com el Vietnam, Tailàndia, Indonèsia, Corea del Sud i Malàisia, en el primer semestre de l'any passat s'hi van introduir, al capdavall, 46 milions de parells. La venda de calçat groc a l'estat ha deixat una quota de mercat per al productor local molt limitada, de només un 30%. I un futur desconcertant: la importació creix a un ritme mitjà de l'11% anual.

Per fer front a aquesta situació, el president de la Federació d'Indústries del Calçat (FICE), Rafael Calvo, proposa un canvi d'estratègia al sector, que passaria per "una major connexió entre productor i venedor". El mercat minorista del calçat s'estructura de tal manera que obliga el petit comerciant a fer comandes petites

perquè no té espai, però alhora necessita una ràpida reposició dels productes. Calvo proposa imitar el model que ha fet competitiu la resta de mercats internacionals: "Caldrien uns grans magatzems per a petits comerciants, que poguessin proveir les comandes curtes de cada empresari en el temps necessari segons la demanda."

La invasió del calçat xinès afecta especialment la demarcació d'Alacant, que ocupa el 70% dels treballadors del sector a l'estat i que produeix el 60% del calçat. El major problema és als municipis del Vinalopó, Villena, Elda i Elx, la vida dels quals gira entorn d'aquest producte, amb marques emblemàtiques, com Kelme i Yuma's. El problema també afecta, encara que en menor mesura, les Illes, on treballen empreses com Yanko i Camper.

L'amenaça de la Xina ha arribat a l'extrem de canviar la fesomia de les ciutats; ja no només pel que fa a la proliferació de restaurants xinesos, sinó també de fàbriques. Al polígon de Carriús, a Elx, hi ha fàbriques i magatzems d'empresaris de la zona com a qualsevol altre lloc, però la novetat són els contenidors amb rètols com "China Shipping", que serveixen empreses com Haodeng i C. Wei, on treballen orientals: venedors i mossos de magatzems. Això significa que als fabricants xinesos ja els



**Sectors tradicionals de la nostra economia com, per exemple, el tèxtil, la joguina o el calcer, ja han notat els efectes perversos de l'expansió xinesa. Així, cada cop són més les empreses que, segons els experts, es veuen obligades a tancar per la poca oposició que poden presentar als preus dels productes orientals.**



resulta rendible instal·lar-se en plena capital europea del calçat.

El futur es veu amb preocupació. Un industrial català amb fàbrica a Elx i que assorteix les grans cadenes de moda vaticina que la meitat dels tallers de calçat que operen a la comarca tancaran en un màxim de cinc anys, començant pels més petits. Tothom hi busca una sortida. Un estudi de la Conselleria d'Economia de la Generalitat Valenciana recomana als productors de deslocalitzar la producció als països amb mà d'obra més barata (els salaris representen el 40% del cost d'una sabata). És el model que aplica Itàlia, el major productor de sabates del món, que ha desviat a Bulgària, Romania i Albània la producció i la part crítica del producte, mentre que el disseny i la comercialització es mantenen a Itàlia. D'aquesta manera, tot i que el producte hagi estat produït en un tercer país, es pot mantenir el segell *Made in Italy*.

**Tèxtil.** Un problema semblant al del calçat es reproduceix en el cas del tèxtil. La Xina s'ha consolidat com el primer proveïdor de tèxtil de la UE i acapara el 12,2% del volum d'importacions. La invasió de productes de baix cost ha provocat al conjunt de l'estat la desaparició de 10.000 llocs de treball l'any passat. La destrucció d'ocupació ha re-

baixat fins a 257.000 persones el nombre de treballadors del sector, segons dades del Consell Intertèxtil, associació que agrupa les principals empreses del sector.

L'entorn desfavorable va provocar que la producció patís l'any passat una caiguda del 4,6%, fins als 13.275 milions d'euros. I el dèficit comercial es va incrementar: les importacions van créixer un 9,2%, mentre que les exportacions van pujar la meitat: un 4,3%. La crisi del tèxtil va provocar el 2003 el tancament de moltes empreses i, en aquest cas, Catalunya va ser el territori més perjudicat, ja que concentra el 40% del negoci de tot l'estat.

Empreses històriques del tèxtil, com Filats i Teixits Puigneró, van tancar definitivament. L'empresa d'Osona va desmantellar l'última planta que tenia operativa a Sant Bartomeu del Grau i va deixar al carrer un miler de persones. Altres empreses que van desaparèixer van ser Blanq Bell, Secopal, Viuda de Daniel Planas i Hilaturas Burés.

A més a més, algunes firmes tèxtils catalanes van veure com empitjorava la seva situació: el fabricant de roba interior Unipunt va suspendre pagaments, i Manufacturas Gassol, Casadellà i Tybor van presentar expedients de regulació d'ocupació per reduir les seves plantilles.

La situació en el tèxtil amenaça d'empitjorar. L'1 de gener de 2005, el mercat es liberalitzarà a àmbit mundial amb la desaparició de les quotes d'importació. Aquesta mesura, firmada pels membres de l'Organització Mundial del Comerç (OMC), entre els quals hi ha Espanya, comportarà l'accés il·limitat als grans mercats europeus i nord-americans de països amb economies emergents, com la Xina, amb una indústria tèxtil potent gràcies a uns costos laborals inferiors.

L'expresident de la patronal Intertèxtil, Joan Canals, considera que hi ha dos escenaris possibles, amb la liberalització de l'any que ve: "Si les empreses no reaccionen i no s'aconsegueix incrementar les exportacions, la producció es reduirà un 43% sobre els nivells actuals, la qual cosa significaria una pèrdua d'uns 90.000 llocs de treball en el futur." "En cas que es produeixi la reacció exportadora -afegeix-, la pèrdua de producció seria lògicament inferior, de només el 28%, i la caiguda d'ocupació seria més suau, de 55.000 llocs de treball."

Per afrontar la competència xinesa i de la resta de països asiàtics, Canals, que és propietari de les marques Pulligan i Guillermina Baeza, amb fàbrica a Canet de Mar (Maresme), aposta per invertir al gegant asiàtic pensant en el mercat interior i no sols en els avantatges competitius derivats d'uns baixos costos la-

borals i de la manca de normes reguladores. Canals, però, considera que la Unió Europea ha de vetllar perquè el Vell Drac compleixi les normes de l'OMC i respecti les normes comercials, socials i ambientals. Segons Canals, el creixement econòmic de la Xina està "viciat" per factors com la cotització fixa del iuan respecte al dòlar, les compensacions a empreses exportadores, la manca d'una normativa ambiental rigorosa, l'absència d'una normativa laboral homologable, la nul·la transparència en els sistemes de finançament de les indústries del sector i l'ús freqüent de còpies sense respectar les normes de propietat industrial. El Consell Intertèxtil proposa posar en marxa un Observatori Tèxtil-Confecció que analitzi de manera continuada la realitat del comerç entre la Xina i la Unió Europea, així com les normes aplicades en ambdues regions econòmiques.

**Alternatives.** Però com es pot fer front a la competència xinesa? Vicente Martínez explica que la Cambra de València fomenta un canvi de filosofia i mentalitat dels empresaris "perquè col·laborin entre ells, facin consorcis, fusionin les empreses i agafin prou dimensió per competir amb l'exterior". Martínez explica que "és inevitable que algunes fases de la producció s'acabin deslocalitzant perquè el mercat no deixa espai a la mà d'obra barata", i considera que els empresaris catalans han d'apostar per "crear marques fortes pròpies, tenir representació a l'exterior i incidir en els processos de disseny, de valor afegit i de recerca i innovació". "Només així podrem afrontar l'amenaça xinesa", conclou.

La defensa de la identitat dels productes locals és el que ha portat el Gremi de Mestres Ventallers, fundat a València al segle XVII, a crear la marca de qualitat

del ventall artesà, per diferenciar-se dels productes que vénen d'altres latituds: imitacions de pitjor qualitat, segons els artesans, però que tenen millor sortida gràcies als menors preus. El president del gremi, José Giner, defensa la necessitat de "conscienciar" els consumidors sobre l'activitat d'aquest sector artesanal, la producció del qual es concentra gairebé completament a l'Horta, principalment als municipis d'Aldaia, Godella i Alaquàs.

Des de la Cambra de Barcelona, Josep Maria Cervera aposta per concentrar a Catalunya "el cor del negoci", com la marca, la logística, la política comercial, les finances i la recerca i innovació, i "externalitzar" cap als països emergents "les cadenes de muntatge". "La tendència és que en el futur baixi la mà d'obra industrial i pugi la de serveis. Només cal recordar que el 70% dels llocs de treball als Estats Units formen part del sector terciari", explica.

L'ens cameral que presideix Miquel Valls ha realitzat un estudi de mercat a la Xina per veure les oportunitats de negoci de les empreses catalanes en aquest gran mercat. La conclusió és que hi ha dos sectors en què cal incidir: alimentació i automoció. El primer, pel gran potencial de consum que té: 1,3 milions de persones, cada vegada més interessades pels productes occidentals. I el segon, per l'augment de la capacitat adquisitiva dels xinesos i el desenvolupament de les empreses i infraestructures d'aquest sector. La Xina és ja el tercer productor mundial de cotxes, després del Japó i els Estats Units.

Veure la Xina com una oportunitat i no com una amenaça és el que ha dut la Cambra de Comerç de Tarragona a endegar contactes amb empreses turístiques de la Xina per atraure cap a la costa Daurada visitants d'aquest país. D'aquesta manera, la institució que presideix Xavier Artal estima que els clients potencials són 120 milions de persones (tres vegades la població de l'estat espanyol), dels quals 60 milions són rics i 5, multimilionaris. Cal recordar que Tarragona ja va ser pionera a captar turistes russos quan ningú no pensava en aquest mercat.

Joan Corbera

## Oferta de feina

### Gestor de jornades econòmiques i empresarials



Nom de l'empresa: **Institut Ignasi Villalonga d'Economia i Empresa**

Activitat de l'empresa: **Promoció d'estudis i seminaris econòmics i empresarials** a Catalunya, Catalunya Nord, Andorra, País Valencià i illes Balears.

Salari: A convenir.

Jornada: Completa.

Ciutat: Barcelona, amb possibilitat de desplaçar-se.

Contacte per sol·licituds: **963106862. administracio@iivee.org** (matins)



**Observacions:** El càrrec de gestor és per a la zona de Catalunya. La direcció general de l'empresa està situada a l'oficina de València. Es valorarà experiència laboral en institucions de promoció econòmica, organitzacions no governamentals, així com altre tipus d'experiència i coneixements del món associatiu econòmic i empresarial i en l'organització d'esdeveniments. La feina requerida combinarà les tasques administratives, així com alguna part de gerència en l'organització de seminaris i coordinació amb la resta d'oficines de l'Institut Ignasi Villalonga. Es valorarà la disponibilitat de vehicle propi.