

Un salto costoso – presión en las fábricas

John Garnaut

The Age.com.au (Australia), 15 de marzo de 2008

Traducción Aníbal Vitón – RSM

La inflación y los costos salariales en aumento están transformando las industrias de los gigantes asiáticos y su rol como la fábrica de menor costo del mundo. John Garnaut informa desde Shanghai.

La segunda mayor empresa de indumentaria deportiva del mundo, adidas, debe enfrentar un nuevo e inesperado problema. Los costos laborales, de materiales y burocráticos están en una espiral ascendente en su gran lugar de producción en el sur de China.

Antes, el dinero dictaba las normas y multinacionales como adidas siempre podían lograr un mejor acuerdo amenazando con irse a otro lado. Después de todo, la empresa tiene más de 250 fábricas ahí. Y cada fábrica de prendas de vestir emplea a 3,000 personas en promedio, mientras que cada fábrica de calzado tiene siete veces ese número.

Pero al gobierno chino eso ya no le interesa. Recientemente abolió los reintegros por exportación, introdujo leyes ambientales y laborales más firmes y aumentó el salario mínimo, reduciendo aún más los márgenes de producción.

“El mensaje que viene de los gobiernos locales, y en menor medida del gobierno central, es muy claro,” dice William Anderson, jefe de Asuntos Sociales y Ambientales en adidas. “Están diciendo no nos cuenten sus problemas, trasládense.” Para miles de fabricantes pequeños y multinacionales la historia es la misma. Para ellos, el orden económico mundial se les está volteando.

Las interminables y, en cierta forma, indomables fábricas que se extienden desde la frontera con Hong Kong hacia el norte por el delta del Río Pearl, en la provincia de Guangdong, y a través de las provincias costeras de China, se están ahogando en su propio éxito. Han agotado lo que se pensaba era un barril sin fondo de mano de obra barata. Han erigido sus plantas sobre una tierra cultivable disponible y barata. Han devorado tanto petróleo, algodón, caucho, carbón y acero que los precios de las mercancías han permanecido “altos por más tiempo” del que el mundo haya conocido. Y están usando rápidamente la tolerancia política china por llenar la tierra, el cielo y las vías fluviales con desperdicios tóxicos.

No hay más esquinas obvias para cortar y quedan unas pocas ganancias eficientes por extraerse. Los fabricantes de bajo costo están cerrando o trasladándose. Una asociación comercial de Hong Kong sostiene que 3,000 fábricas han cerrado en el delta del Río Pearl este año. Los medios locales de Guangdong están llenos de noticias y fotos de fábricas recientemente abandonadas.

Pero una creciente proporción de fabricantes están decididos a trasladar los aumentos de sus costos al final de la cadena de producción: el consumidor.

El año pasado adidas se proveyó de alrededor de 100 millones de pares de calzado y 125 millones de prendas de vestir en China, lo que significa que está empacando una gran parte de su

producción china para llevarla a las provincias del interior, de menor costo laboral pero con grandes desafíos logísticos. La empresa no habla de planes de aumentar los precios que paga.

“No tenemos planes inmediatos de cambiar la política de precios de nuestros productos,” dice Anne Putz, jefa de relaciones públicas empresariales en la oficina central de adidas en Alemania.

Pero otros fabricantes con bajos salarios están dejando en claro sus intenciones. Están avanzando, señalando sus costos y peleando para pasarle a los consumidores algunos de sus problemas de precios.

“El consumidor, nuestros clientes, han presionado por años para obtener el menor precio posible y piensan que porque es hecho en China tiene que ser barato,” dice Michael Morosin, quien tiene una empresa de empaque de artículos electrónicos llamada PRT Manufacturing en Shenzhen. Su mayor costo es el plástico, derivado del petróleo.

“El costo del petróleo nos está matando,” dice. “Pero nunca nos podemos pasar de más del 50 por ciento porque del otro lado de la línea telefónica ya estas escuchando los gritos.”

“WESSCO International provee una gran parte de las bolsitas para aerolíneas con sus cepillos dentales y calcetines desechables a empresas como Qantas. El año pasado, su director general, Petros Sakkis, cambió sus esfuerzos de tratar de producir cada vez más cantidad de artículos plásticos baratos a precios cada vez más reducidos de sus líneas de producción chinas. En lugar de eso, ha estado recorriendo Vietnam, Tailandia e India buscando espacio para fábricas.

“El aumento de los costos nos está presionando a ser más agresivos en cuanto a sacar nuestra producción de China,” dice Sakkis. “¿A dónde? Ese es el gran problema. Hay que empezar de cero porque no existe el paraíso.”

Sakkis no habla de sus precios, dado que cada contrato se negocia individualmente. Pero Jo Austin, editor de una revista comercial llamada OnBoard Hospitality, lo dice con claridad.

“Los aumentos de costos se pasarían a las aerolíneas y las aerolíneas los pasarían a su vez,” dice. “Pero en lugar de pagar más, las aerolíneas reducen su servicio, particularmente en la parte trasera del avión.”

Sea que los consumidores paguen pasajes más caros o reciban un servicio de menor calidad, están pagando más por menos. Por décadas, los consumidores han tenido lo mejor de los fabricantes del mundo.

Pero la marea está regresando. La batalla entre ellos afectará la fortuna política de líderes como el Primer Ministro de China Wen Jiabao, quien dijo la semana pasada que la inflación era la mayor preocupación del pueblo China, y el Primer Ministro [de Australia] Kevin Rudd, quien dijo que el índice de precios al consumidor es su mayor desafío económico.

Esta semana la Oficina de Estadísticas de China impactó al mundo económico con un aumento del índice de precios al consumidor de 8.7 por ciento para el año hasta febrero. La mayor parte fue por el aumento de los alimentos, pero la presión inflacionaria está creciendo con igual

rapidez. El índice de precios de producción de China creció un 6.6 por ciento en el año a febrero, de venir de un comienzo virtualmente estable a mediados del año pasado.

La Oficina de Estadísticas Laborales de los EE. UU. informa que los precios de importación de China cayeron alrededor del 1.5 por ciento anualmente desde 2004 hasta mediados del año pasado. Pero las últimas cifras anuales muestran un aumento del 2.5 por ciento de los precios de importaciones de China. Las estadísticas chinas muestran que sus precios de exportación subieron un 6.5 por ciento en un año y en dólares estadounidenses, la moneda en que se negocian la mayoría de las exportaciones chinas.

Australia no compila datos de precios de importación por país. Pero un economista experto en China de la UBS, Jonathan Anderson, dice que los precios de exportación de China están aumentando para EE. UU., Europa y Japón, de manera que es justo decir que están aumentando también en Australia.

“Se está acelerando,” dice Anderson. “Y la razón por la que esperamos que continúe acelerándose esta tendencia es que la presión laboral no cesa.”

Hasta ahora, el Gobernador de la Reserva Federal, Glenn Stevens, no ha debido sufrir el dolor de cabeza de la inflación añadida, por el aumento de los precios de las importaciones chinas gracias a la fuerza del dólar australiano. El aumento del dólar australiano significa que el poder de compra de Australia crece más rápidamente que los precios de exportación de China, dominados por el dólar estadounidense. Pero esto durará siempre y cuando el dólar australiano sea más fuerte que el yuan chino.

El economista del Macquarie Bank, Paul Cavey, dice que es sólo una cuestión de tiempo. “De cualquier forma que se lo mire, los precios de exportación chinos están aumentando,” dice. “En algún momento tiene que comenzar a haber un impacto en la inflación australiana.”

Las presiones de costos de China están extendiéndose con cada vez más profundidad a través del sistema. Más de la mitad del aumento del índice de precios de producción en China fue causado por el carbón y el acero, y estos golpes serán amplificadas por una segunda ronda de aumentos de costos, a medida que los productores intensivos de acero y de energía pasen sus costos a la cadena de producción.

Los consumidores y negocios australianos han gozado de un aumento sin precedentes y sostenido en su poder de compra, porque los precios de las mercancías que Australia exporta a China están por el techo y, al menos hasta ahora, los precios de las mercancías chinas que se importan han estado disminuyendo. Pero los altos precios de las mercancías que Australia vende a China están comenzando a incrustarse en muchos de los productos manufacturados que Australia compra a China.

Las acerías chinas ya han más que pasado los grandes aumentos del mineral de hierro y el carbón a sus clientes. Los usuarios intensivos de acero, a su vez, están pasando estos costos al siguiente productor en la línea.

Un empleado de Morimatsu Industry, una empresa manufacturera japonesa en Shanghai, dice que el acero representa la mitad de los costos de los enormes tanques que hacen para el

procesamiento químico y mineral. Dice que añadirá el 20 por ciento del aumento en los precios del acero este año directamente a los precios de sus productos, y se los cobrará a sus clientes, que incluyen a BHP Billiton de Australia.

El fabricante de neumáticos Goodyear, que también vende a empresas mineras australianas, dice que está mejorando la productividad para absorber los mayores costos del caucho, energía y fletes. No obstante, también pide a sus clientes que paguen los aumentos.

“Pero sí, eventualmente los consumidores cargan con el peso, de la misma manera que pagan los aumentos de otros productos de materias primas o recursos naturales,” dice el director regional de comunicaciones Ron Castro.

Lo que ayuda a los productores intensivos en recursos es que pueden apuntar con facilidad a precios récord de mercancías para explicarle a los consumidores sus problemas de costos. También les ayuda que tiendan a vender a otros productores, como empresa mineras y constructoras australianas que tienen grandes disponibilidades de efectivo.

Philip Kirchlechner, director de comercialización en West Australia, Aurox Resources, dice que los precios de equipos de procesamiento de mineral de hierro han aumentado alrededor del 30 por ciento en tres años y los tiempos de entrega se han duplicado.

“Esta situación de precio y tiempo de entrega empeorará hacia fin de este año,” dice.

Tom Ren, un hombre de negocios de Shanghai, que tiene una empresa química llamada FineKing, dice que sus insumos son derivados del petróleo y por lo tanto están cada vez más caros. Vendió al mundo 300 millones de yuans (US\$45 millones) en productos de llenado de poliuretano el año pasado, que los constructores usan para sellar las grietas entre ventanas y paredes.

Ren escribe sus variables financieras clave en su computadora portátil, para demostrar cuán rápidamente están subiendo sus costos. No están subiendo tan rápidamente como sus mejoras en eficiencia.

“Nuestros costos suben, suben y suben, pero también nuestra productividad,” dice Ren. Y añade un detalle crucial: los precios de los productos que vende aumentarán 20 por ciento este año.

Los fabricantes de maquinaria y equipos pesados tienden a comenzar de una base menos eficiente que sus primos más intensivos en mano de obra, lo que significa que tienen más espacio para mejorar la productividad y preservar los márgenes. Más importante, tienen poder para fijar precios.

Un observador, cuyo fondo privado de capital controla US\$4,000 millones en la región Asiática, incluyendo China y Australia, dice que los aumentos de costos están agrupando a los exportadores chinos en tres grupos.

“El que vende productos que son realmente súper mercancías está pasando sus aumentos de costos porque sus clientes entienden lo que está pasando en el mercado mundial,” dice. Los fabricantes de bajo costo, como textiles, productos metálicos y algunas autopartes como

ventiladores, están siendo golpeados. Pero aquellos que pueden diferenciarse por algún producto o usan mucha tecnología están bien. Cualquiera que tiene algo de tecnología en su producto puede pasar el costo.”

Parece que las presiones de costos están lejos de derrotar a China.

Meguri Aoyama, jefe de asuntos chinos en Keidanren, la principal asociación de negocios de Japón, dice que los fabricantes con mano de obra intensiva de China lucharán. Pero los precios de productos intensivos en recursos, como el cemento, papel y acero, seguirán subiendo. Y el tema dominante de la industria china, dice, es que el aumento de los costos están empujando a los fabricantes más competitivos del mundo a moverse más rápidamente en la cadena tecnológica.

Para Toyota, dice, mejorar rápidamente la tecnología le permitirá superar fácilmente los aumentos de precio del acero. El fabricante de automóviles, que es posible que supere a General Motors como el mayor fabricante de autos este año, está ayudando a convertir ciudades como Guangzhou de ser centros de manufactura de bajos salarios a ser capitales de altos salarios y tecnología de avanzada.

“Guangzhou se está convirtiendo en la Detroit de Asia. En cinco años la situación ha cambiado totalmente,” dice Atsuo Kuroda, quien es responsable por comercio e inversión con China en el Ministerio de Economía, Comercio e Industria de Japón.

Otras marcas líderes, como Canon y Panasonic, están sorteando el problema de los costos más altos usando mejoras tecnológicas para producir cámaras digitales, televisores de pantalla plana y maquinaria industrial de tecnología cada vez más avanzada.

Ha pasado poco más de una década desde que China cimentó su nombre como “la fábrica mundial”, por ser el lugar de una manufactura simple y de bajo costo laboral. Pero el país está avanzando. El aumento de los costos está desatando otra ronda más de destrucción creativa. Están forzando a algunas empresas a la bancarrota, otras a ir al interior de China o hacia el Sur o Sudeste de Asia, dando a otras el ímpetu para avanzar en la escala tecnológica.

El gobierno chino está promoviendo la transición. “Dicen, ‘Queremos avanzar en el mercado, preferimos los autos a las confecciones,’” dice Anderson de adidas. Y su empresa entonces está trasladando su manufactura hacia el interior de China, donde puede dar trabajo a los restantes trabajadores de bajos salarios y dirigir sus productos al mercado doméstico de rápido crecimiento.

China está tomando un camino similar al que tomaron antes Japón, Corea y Taiwán, aunque en una escala mucho mayor. Con estos precedentes, los economistas esperan que los consumidores sufrirán un poco durante la transición pero al final volverán a estar al frente.

“Las presiones de costos están aumentando de manera que todos se preguntan si China subirá los precios de sus productos, llevando por lo tanto inflación a todo el mundo,” dice Huang Yiping, economista jefe sobre Asia en Citigroup. “Pero no creo que eso pase. Si China tiene éxito en la exportación de autos seguirá siendo una fuerza deflacionaria por largo tiempo.”

Los tiempos de un “precio chino” siempre a la baja, para las mercancías intensivas en mano de obra y recursos, probablemente ya estén terminando. Pero la era de un nuevo precio chino para autos, electrónicos sofisticados e incluso aeroplanos está probablemente a la vuelta de la esquina.