

The next wave. China's audacious and inventive new generation of entrepreneurs. Industries and consumers around the world will soon feel their impact

Enviado por cristobalrn en Jue, 10/19/2017 - 11:13

Cita:

The Economist [2017], "The next wave. China's audacious and inventive new generation of entrepreneurs. Industries and consumers around the world will soon feel their impact", *The Economist*, London, 23 de septiembre, <https://www.economist.com/news/briefing/21729429-industries-and-consumer...> [1]

Fuente:

The Economist

Fecha de publicación:

Sábado, Septiembre 23, 2017

Revista descriptores:

Competencia mundial. Disputa hegemónica [2]

Estudios de caso: actividades - empresas [3]

Formas de la competencia entre grandes empresas [4]

Fronteras del capital [5]

Relaciones de propiedad y control: empresas sin nacionalidad versus internacionalización del capital [6]

Tema:

El despegue de la nueva generación de industrias y empresarios en China; la innovación como un factor clave en el crecimiento económico de China

Idea principal:

Recientemente tuvo lugar en la ciudad china de Shekou un encuentro de empresas de tecnología a la que asistieron, entre otras, los gigantes tecnológicos chinos Baidu, Alibaba y Tencent, así como los vigorosos *startups* Didi Chuxing –que desplazó a Uber de China– y Ofo –que hace negocio con una plataforma de bicicletas compartidas que se está volviendo global. Todas estas empresas son parte de una “nueva ola de empresas jóvenes inventivas” en China.

Hace apenas algunos años, cuando se hablaba de innovación en China comúnmente se pensaba en imitaciones y falsificaciones. Las cosas han cambiado mucho desde entonces. “La fuerza impulsora [de la innovación] es ahora una generación de empresarios audaces, talentosos y con mentalidad global”. Los inversionistas en todo el mundo están apostando a su favor. Entre 2014 y 2016 se invirtieron 77 mil millones de dólares de capital de riesgo [venture-capital] en las empresas chinas; entre 2011 y 2013 esta suma fue de apenas 12 mil millones de dólares. China se está convirtiendo en el principal receptor de inversión en tecnología en el mundo: “el año pasado, China encabezó las inversiones en tecnología financiera en el mundo y se está

acercando a Estados Unidos, el país que marca la tendencia, en otros sectores”.

China está alcanzando a Estados Unidos. Sus 89 “unicornios” (*startups* con valor superior a los mil millones de dólares) tienen un valor conjunto de 350 mil millones de dólares y su valor es muy similar al de los “unicornios” estadounidenses. Además, en China hay 609 multimillonarios, frente a 552 en Estados Unidos.

Los empresarios chinos afirman que la innovación avanza a un ritmo más acelerado en China que en cualquier otro lugar del mundo y que los tiempos de la piratería y las imitaciones han quedado atrás. Los innovadores chinos están utilizando tecnologías de punta a nivel mundial en casi todas las industrias. Además, acostumbrados a la competencia despiadada que existe dentro de la China continental, están comenzando a volcarse hacia el exterior.

Hay tres razones principales por las cuales los nuevos empresarios chinos pueden expandir rápidamente sus negocios. La primera es que la economía china, la segunda más grande del mundo, es suficientemente grande para que las empresas puedan lograr una escala gigantesca simplemente dentro de sus fronteras nacionales; además, les ayuda que la cultura y el lenguaje son más homogéneos que en Europa, y que la infraestructura física “es nueva y excelente, a diferencia de la de Estados Unidos”. En segundo lugar, los compradores chinos son “voraces y arriesgados”, lo cual es una ventaja para los innovadores que tienen productos ingeniosos pero marcas poco conocidas. Además, son particularmente ávidos para recibir y usar las nuevas tecnologías, como los pagos mediante teléfonos celulares (el año pasado, los pagos mediante teléfonos celulares en China ascendieron a 8.6 billones [trillions] de dólares, respecto de apenas 112 mil millones en Estados Unidos). En tercer lugar, las empresas privadas chinas de tecnología pueden expandirse de forma acelerada debido a la ineficiencia de las empresas estatales en áreas como las telecomunicaciones, la banca y la salud; esto permite que las empresas que implementan tecnologías novedosas puedan alcanzar posiciones privilegiadas de forma muy rápida.

Aunque el gobierno es incapaz de manejar algunas industrias de forma eficiente, su incapacidad es compensada por la disposición para apoyar los nuevos emprendimientos en industrias con alto contenido tecnológico. Esto ha acelerado la innovación en áreas como el transporte y la producción de vehículos eléctricos (China supera por mucho a Estados Unidos en el registro de vehículos eléctricos y en el número de estaciones de carga para estos). En industrias como la automotriz, por ejemplo, hay empresas jóvenes como Nio que están desarrollando innovaciones que se plantean reinventar la forma en que se hacen negocios en el sector desde hace cien años. La propuesta de Nio consiste en combinar la computación en la nube y la inteligencia artificial para avanzar en la “conducción autónoma” (vehículos sin conductor). El resultado se asemeja más a una sala de estar sobre ruedas que a un auto tal como lo conocemos. El director ejecutivo de Nio dice de que ellos se consideran a sí mismos “*urstartup* global porque queremos resolver problemas globales”.

Por otra parte, Nio es una clara muestra de algo que es común entre las nuevas empresas tecnológicas chinas: tienen trabajadores de clase mundial y disponen del máximo conocimiento tecnológico. Esta empresa, por ejemplo, emplea trabajadores de más de 40 países, algunos de ellos empleados anteriores de empresas consolidadas como Ford y Volkswagen.

La avidez de los consumidores chinos –que por mucho tiempo no tuvieron acceso a numerosos

bienes de consumo ni de lujo— y su disposición a probar cosas nuevas ha sido un factor muy favorable para las empresas tecnológicas en China. Por ejemplo, puesto que el auto en China no tiene la enorme carga de ser un ícono cultural como en Estados Unidos, los consumidores locales no son adictos a conducir y están abiertos a formas alternativas de movilidad. Esto ha sido benéfico para empresas como Didi, la segunda *startup* más valioso después de Uber, empresa a la que desplazó de China y con la que compite en el resto del mundo. Según sus ejecutivos, Didi —entre cuyos inversionistas se encuentran Alibaba, Tencent y Apple— no es solo una aplicación para pedir autos. La disposición de los consumidores a experimentar ha ayudado a que esta empresa desarrolle su propio modelo de negocios. Además del servicio de taxis ejecutivos y de autos de lujo, Didi ofrece autobuses, minibuses, servicios de transporte para adultos mayores y conductores que pueden llevar al usuario a su destino en su propio auto. La empresa proporciona más de 20 millones de viajes al día sólo en China, una cifra muy superior al número de viajes que se hacen mediante Uber en todo el mundo. Entre los planes de Didi se encuentran el uso de tecnologías de inteligencia artificial para predecir las necesidades de transporte de los usuarios (en auto, transporte público, bicicleta, etc.), el uso en sus servicios de vehículos eléctricos y la promoción de “vehículos autónomos”. Con ello, Didi pretende “convertirse en el principal operador redes de automoción y en líder en las nuevas tecnologías de transporte”.

Aplicaciones de todo tipo están proliferando en China. Por ejemplo, los urbanitas de ese país utilizan sus teléfonos inteligentes para rentar sombrillas, cargadores para teléfono celular, balones de basquetbol y otros productos por pequeñas cuotas. Uno de los servicios tecnológicos donde la competencia es más intensa en China es en el uso de bicicletas compartidas. “Las grandes ciudades chinas están repletas de bicicletas con colores brillantes de un arcoiris de competidores”. Empresas como Ofo y Mobike —“unicornios” con un valor de 3 mil millones de dólares cada uno— han rediseñado el humilde artefacto de dos ruedas en un dispositivo inteligente conectado a la nube. Actualmente Ofo controla 8 millones de bicicletas y proporciona más de 25 millones de viajes al día en Estados Unidos, Singapur, Inglaterra y China, y su plan es que hacia finales de este año operará en 200 ciudades en una veintena de países.

Aunque las perspectivas de crecimiento para Ofo son grandes, el camino será difícil y la competencia muy intensa porque hay una docena de *startups* de bicicletas compartidas en China que están “invirtiendo furiosamente. Casi todas serán aplastadas. Las posibilidades de fracasar en China son mucho más elevadas que en Silicon Valley”. Pero el resultado final del proceso serán numerosas empresas bien financiadas que están en busca de desarrollar ideas novedosas de forma acelerada, y es probable que estas empresas ganadoras se conviertan en líderes mundiales.

Otra ventaja con la que cuentan las empresas tecnológicas es que pueden recolectar más información a una velocidad mayor. A esto contribuye que los consumidores chinos muestran mayor disposición que los occidentales en lo que respecta a compartir su información personal.

Otro sector que está siendo modificado por las *startups* chinas es el logístico y de transporte de carga. En 2016, el sector logístico representó 15% del PIB en China (más costoso que en Brasil o India). Hay grandes ineficiencias en el sector logístico chino. Muchos camiones de carga pierden potenciales cargas y viajes debido a que no disponen de información; la tasa de viajes vacíos en China es de 40%, muy superior a la de Estados Unidos. Aplicaciones como Huochebang, un “unicornio” de tecnología y logística, conecta a los conductores con quienes necesitan transportar

productos. Esta firma ofrece también arrendamiento de camiones de carga, seguros y servicios financieros. El director de finanzas de Huochebang estima que su mercado es diez veces más grande que el de Didi y que su empresa tiene un gran futuro global.

Una ventaja adicional de las empresas tecnológicas chinas es que, al contrario de sus pares en los países desarrollados, tienen ante sí un vasto y creciente mercado interno, con legiones de consumidores jóvenes ávidos de nuevas tecnologías.

Los empresarios chinos están convencidos de que “China tiene los empresarios más industriales y los capitalistas emprendedores más audaces del mundo”. Si bien es cierto que los empresarios chinos están en ascenso, aún hay factores que podrían desestabilizarlos e incluso hacerlos caer. Algunos factores externos, como una dura recesión o una crisis bancaria tendrían efectos desastrosos sobre la economía china. También existe la posibilidad de que haya modificaciones regulatorias arbitrarias por parte del gobierno chino que pongan en riesgo los espacios de negocio de algunas empresas.

El ascenso espectacular de algunas empresas tiene como su contrapartida la caída precipitada de otras. A pesar de ello, “hay buenas razones para pensar que las mejores se sobrepondrán a esos obstáculos, que aumentarán la competencia y proporcionarán mejores bienes y servicios por doquier”. “La nueva ola de empresarios en China ha levantado el vuelo”.

Datos cruciales:

Entre 2014 y 2016 se invirtieron 77 mil millones de dólares de capital de riesgo [venture-capital] en las empresas chinas, respecto de apenas 12 mil millones de dólares entre 2011 y 2013.

“El año pasado, China encabezó las inversiones en tecnología financiera en el mundo y se está acercando a Estados Unidos, el país que marca la tendencia, en otros sectores”.

Cuadro 1. En sectores como la robótica, la inteligencia artificial, la tecnología para la educación, los autos sin conductor y la realidad virtual China sigue muy de cerca a Estados Unidos en la inversión en desarrollo tecnológico.

El año pasado, los pagos mediante teléfonos celulares en China ascendieron a 8.6 billones [trillions] de dólares, respecto de apenas 112 mil millones en Estados Unidos.

Nexo con el tema que estudiamos:

La construcción de la hegemonía mundial tiene diversas dimensiones: económica, política, militar, cultural, entre otras. En el sistema mundial capitalista, la dimensión más importante en la construcción y disputa por la hegemonía mundial es probablemente la económica, que sirve como fundamento y condición de posibilidad para que las otras dimensiones de la hegemonía se consoliden. En este sentido, China está avanzando a pasos agigantados para alcanzar a un Estados Unidos que, aunque conserva todavía la delantera como la economía más grande e innovadora del mundo, muestra claros síntomas de estancamiento y debilidad. Las empresas chinas y el capitalismo chino en su conjunto han escalado rápidamente y se están ubicando en la vanguardia en todos o casi todos los sectores estratégicos en el capitalismo contemporáneo. El liderazgo tecnológico de China modifica las condiciones preexistentes para la disputa por la

hegemonía mundial.

En nuestro medio y contexto, por la fuerte influencia económica y cultural que ejerce el capitalismo estadounidense, estamos muy familiarizados con los productos y aplicaciones de las empresas tecnológicas estadounidenses. Es necesario prestar atención al desarrollo de sus pares chinas para comprender la competencia que existe en una de las áreas más dinámicas y rentables del capitalismo contemporáneo.

Source URL (modified on 21 Octubre 2017 - 12:21am): <http://let.iiec.unam.mx/node/1507>

Links

- [1] <https://www.economist.com/news/briefing/21729429-industries-and-consumers-around-world-will-soon-feel-their-impact-chinas-audacious-and>
- [2] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/12>
- [3] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/16>
- [4] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/17>
- [5] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/18>
- [6] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/19>