



El Colegio de México, A.C.

**CONSUMO INTERNO CHINO: CAMBIOS EN EL PATRÓN DEL
CONSUMO PRIVADO Y SU IMPACTO EN LA TRANSFORMACIÓN
A UNA ECONOMÍA MÁS BALANCEADA.**

Tesis presentada por

Greta Carolina María Bucher Suárez

en conformidad con los requisitos
establecidos para recibir el grado de
MAESTRIA EN ESTUDIOS DE ASIA Y AFRICA
ESPECIALIDAD: CHINA

Centro de Estudios de Asia y África

2015

Para Mateo, la luz en mi oscuridad

ÍNDICE

Glosario

Introducción P. 1

Capítulo I.

Participación del consumo interno como factor de crecimiento en el
Producto Interno Bruto P. 8

Capítulo II.

El consumidor chino: características y preferencias..... P. 39

Capítulo III.

¿Disminución de la brecha de desigualdad en el ingreso disponible
per cápita? P. 69

Conclusiones Generales..... P. 105

Bibliografía..... P. 109

GLOSARIO

- *APCO Worldwide*: APCO por sus siglas en inglés -*Association of Public-Safety Communications Officials-International*-, es una consultora global independiente de asuntos públicos y de comunicación estratégica, fundada en 1984.
- ADB: El Banco Asiático de Desarrollo (ADB por sus siglas en inglés), fundado en 1966 es una organización financiera cuyo propósito es contribuir al desarrollo de los países de la región de Asia y del Pacífico.
- *Bain & Co.*: *Bain & Company* es una consultora estratégica global, la cual da asesoría sobre estrategia, marketing, organización, operaciones, tecnología, transformaciones, entre otros temas.
- BM: El Banco Mundial, creado en 1944, es uno de los organismos especializados de las Naciones Unidas. Su principal propósito es la reducción de la pobreza mediante préstamos de bajo interés, créditos sin intereses a nivel bancario y apoyos económicos a las naciones en desarrollo.
- *China Statistical Yearbook*: es un anuario estadístico publicado por la Oficina Nacional de Estadísticas de la República Popular de China.
- KPMG: El nombre de la empresa surgió de la fusión KMG (Klynveld Main Goerdeler) con Peat Marwick en 1987. KPMG es una red global de empresas de servicios profesionales que ofrece servicios de auditoría, fiscales y de asesoramiento financiero y de negocio en 156 países.
- *Mckinsey & Co.*: *McKinsey & Company*, fundada en 1926, es una consultora estratégica global que da servicio a empresas líderes, gobiernos, organizaciones no gubernamentales y sin fines de lucro.

- OCDE: la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico es un organismo de cooperación internacional fundado en 1960 y compuesto por 34 estados. Su principal objetivo es coordinar sus políticas económicas y sociales.
- OIT: Organización Internacional del Trabajo, fundada en abril de 1919, es un organismo especializado de las Naciones Unidas, el cual se encarga de asuntos relacionados al trabajo y a las relaciones laborales.
- PCCh: Partido Comunista Chino, fundado en 1921, es el partido político que gobierna la República Popular China

INTRODUCCIÓN

Mucho se habla sobre la economía china, principalmente por las tasas tan altas del crecimiento que ha generado en los últimos años. En un principio este ritmo de crecimiento fue producto de inversiones crecientes, y del impulso a las exportaciones durante la década de los noventa del siglo XX. Sin embargo, a inicios del siglo XXI,¹ el gobierno chino reconoció la necesidad de replantear la base del crecimiento futuro sobre el mercado y el consumo internos. Este enfoque ha adquirido mayor fuerza en años recientes² y se ha reflejado en nuevas políticas económicas de apoyo al ingreso y, en general, al mercado interno, las cuales muy probablemente darán frutos en los próximos años.

Al poco tiempo de iniciadas las reformas en 1978 bajo el liderazgo de Deng Xiaoping (1904-1997), el crecimiento se basó en la producción de bienes para la exportación. El consumo y el mercado interno no eran prioritarios en las políticas económicas. Una nota publicada en el *Economic and Political Weekly* en 1982³ muestra la situación que existía al inicio del periodo reformista. La nota menciona la distinción entre los productos existentes de esa época en función del mercado al cual iban dirigidos: los productos de gran calidad hechos en China y los de importación, clasificación “A”, eran designados para la exportación o para el consumo de los extranjeros (residentes o visitantes en China), quienes podían adquirirlos mediante el uso de certificados de divisas emitidos por el Banco de China; los productos clasificados como “B” ó “C” eran llevados a las tiendas de Beijing y de Shanghai para el consumo interno.

¹ Sobre todo en 2002 y 2003

² Sobre todo en 2012 y 2013

³ Michael Chossudovsky, “Changing Consumption Patterns”, *Economics and Political Weekly*, Vol. 17 No. 8, Feb. 20 1982, P. 277

A 32 años de esa publicación, la situación del consumo interno privado ha cambiado considerablemente. Actualmente, en el XII Plan Quinquenal, el gobierno chino estableció como uno de sus objetivos principales el impulsar el mercado interno para continuar con un crecimiento económico estable y, al mismo tiempo, disminuir la dependencia de la economía respecto a la inversión y las exportaciones. Esto se debe a que el mercado internacional ya no podrá seguir absorbiendo las manufacturas chinas y, principalmente, a que un crecimiento económico basado en el consumo interno podría ayudar a la creación de una economía más equilibrada. La disminución de la desigualdad en el ingreso es un objetivo primordial de la reorientación de las políticas económicas chinas.

El aumento del consumo interno es crucial para lograr esto último. Según la propensión a consumir del individuo y el efecto multiplicador del ingreso,⁴ el aumento de la participación del consumo en el Producto Interno Bruto (PIB) está relacionado con la reducción de la pobreza y con una mejora en la calidad de vida de la población.⁵ El crecimiento económico chino derivado del proceso reformista no ha sido equilibrado, creándose grandes diferencias en la distribución del ingreso.⁶ Sin embargo, al hablar de consumidores, ¿de quién se habla? ¿Dónde surgió este grupo de consumidores? Y sobre todo, en una sociedad tan extensa y diversa como la china, ¿podemos hablar de un cambio en el consumo interno

⁴ Es decir, la propensión que tenemos a consumir beneficia a otros: al recibir un ingreso derivado del consumo pueden obtenerse otros productos; este efecto se multiplica. Al aumentar el nivel de consumo de un país, la demanda agregada aumenta, ocasionando que el nivel de producción (PIB) también aumente, lo que lleva a que los niveles de ingreso sean mayores. Sin embargo, vale la pena mencionar, como se hará más adelante, que medir una mejora en la calidad de vida solamente mediante la variable del PIB per cápita no es del todo correcto, porque no refleja la distribución o concentración del ingreso.

⁵ Steven Barnett et. al, “China y sus gastos” en *Finanzas & Desarrollo*, FMI, septiembre de 2012, P. 30

⁶ Guillermo Ramo Fernández, *El XXII Plan Quinquenal de la República Popular China*, Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en *Shanghai*, [www.fonascomerciale.es, consultado el 27 de febrero 2014]. El informe menciona, por ejemplo, cuatro zonas regionales entre las cuales hay grandes diferencias en el ingreso: primero, la zona costera al este, con la mayor cantidad de ingresos; en segundo lugar, la zona centro; en tercero, la zona occidental y por último, la zona noreste.

significativo que en el corto o mediano plazo lleve a la disminución de la desigualdad del ingreso disponible?

En esta investigación, mediante el estudio del consumo privado interno urbano, pretendo determinar si está cumpliéndose o no el objetivo principal de la nueva política económica del gobierno chino a inicios del siglo XXI –la creación de una sociedad más equitativa. Busco también establecer el patrón y la tendencia actual del consumo privado urbano y comprobar si ciertas políticas económicas de impulso al mercado están disminuyendo la brecha de desigualdad existente, para lo cual haré un estudio de caso. Mi principal hipótesis es que el cumplimiento del objetivo principal del gobierno chino establecido en el XII Plan Quinquenal será parcial, ya que no se reducirá la brecha existente en los niveles de ingreso per cápita. Más bien, la brecha seguirá ampliándose o, en el mejor de los casos, manteniéndose.

Los objetivos planteados en el XI Plan Quinquenal provienen de una directriz del Estado chino. Según la teoría del Neo-institucionalismo las instituciones, entre las cuales el Estado es la más importante de todas, determinan el buen funcionamiento de la economía de una nación.⁷ Esta teoría no acepta el supuesto de que el mercado sea capaz de operar por sí solo, las instituciones son cruciales para el funcionamiento de una economía.

Según el Neoinstitucionalismo, las instituciones deben intervenir en el mercado y ayudar a regular las actividades económicas con el fin de disminuir fallas como serían la falta de transparencia de la propiedad o la información

⁷ María Teresa Rodríguez y Rodríguez, *Agricultura, industria y desarrollo económico. El caso de China*, México DF., SRE, 2007, P. 45

incompleta, entre otras. Estas fallas generan distorsiones que pueden llevar al encarecimiento en el intercambio de bienes y servicios.

Douglass F. North, fundador del Neoinstitucionalismo económico y uno de sus exponentes más importantes, sostiene que las instituciones son limitaciones creadas por el hombre. Son las reglas del juego en una sociedad, las cuales le dan cierta estructura a los intercambios existentes, ya sean sociales, políticos o económicos. Esto lleva a la estabilidad ⁸ y reduce la incertidumbre. Las instituciones pueden ser tanto formales -una constitución-, como informales -ciertas prácticas de la vida diaria que se vuelven costumbres. Las instituciones no pueden verse, sentirse, tocarse; son construcciones de la mente humana.⁹

North sostiene que una de las características más importantes de las instituciones es la injerencia que tienen en el comportamiento de las economías en el largo plazo. Política y economía están intrínsecamente relacionadas, por lo cual un conjunto de limitaciones institucionales define sus relaciones de intercambio y, de esta forma, determina la forma en que el gobierno y la economía funcionan y se relacionan.

El desempeño de la economía, afirma North, se ve afectado por las instituciones. Las instituciones, junto con la tecnología utilizada, determinan los costos de transacción, los cuales se añaden a los de producción y determinan el costo total de un producto. ¹⁰ Las instituciones a su vez determinan las oportunidades de una sociedad al actuar sobre los costos de transacción. Las organizaciones aprovechan las oportunidades que crean las instituciones y, al ir

⁸ Douglass C. North, *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*, Cambridge, Cambridge University Press, 1990, P. 3

⁹ *Ibid.*, P. 107

¹⁰ *Ibid.*, P. 6

desarrollándose, modifican a las instituciones. Es decir, hay una relación recíproca entre instituciones y organizaciones.¹¹

Rompiendo con el planteamiento clásico de la economía, North sostiene que el individuo como ser productivo y creativo es el generador del crecimiento económico. Actúa con información incompleta mientras que las instituciones no necesariamente son socialmente eficientes, más bien casi siempre las reglas son formuladas según los intereses de quien las crea o de quien tiene el poder para negociarlas.¹²

Es por esto que el Neoinstitucionalismo sostiene que la ideología tiene un papel fundamental sobre las instituciones. Las instituciones determinan justamente la importancia que tienen las ideas e ideologías sobre el sistema político, social y económico. Moldean el pensamiento humano y la forma cómo las personas interpretan su realidad y su toma de decisiones. Al estructurar la interacción de los individuos de cierta manera, las instituciones formales, deliberadamente o no, afectan el precio que se paga por las acciones dentro de una sociedad, dándole al individuo la libertad de incorporar sus ideas e ideologías en sus decisiones diarias.¹³ De igual manera, la ideología define a las instituciones y éstas, según la ideología que los moldea, determinan las políticas económicas en una nación. Bajo esta óptica podemos entender el caso de China y ver el papel tan importante

¹¹ Es importante hacer notar la diferencia que North establece entre instituciones y organizaciones. Mientras que las instituciones son las “reglas del juego”, las organizaciones son grupos de individuos unidos por una causa común, las cuales surgen dentro de un marco institucional y son influidas por éste. Sin embargo, las organizaciones también pueden actuar como agentes de cambio y modificar a las instituciones. Las organizaciones incluyen cuerpos políticos (partidos políticos, el senado, etc.), cuerpos económicos (empresas, sindicatos, cooperativas, etc.), cuerpos sociales (clubes, iglesias, asociaciones deportivas, etc.) y cuerpos educativos (escuelas, universidades, etc.). Douglass C. North, *Institutions, Institutional Change... op.cit.*, P. 5

¹² *Ibid.*, P. 16

¹³ *Ibid.*, P. 111

que tiene el Estado, institución máxima, en la orientación de las políticas económicas chinas.

Dividiré la investigación en tres capítulos. En el primer capítulo analizaré el por qué y el cómo del cambio de orientación de las políticas económicas a inicios del siglo XXI. Examinaré las variables referentes al consumo interno privado y determinaré sus tendencias y su importancia como factores de crecimiento en el PIB en los últimos treinta años. A partir de los resultados que obtenga estudiaré el impacto sobre las tasas de ahorro y el nivel de ingresos disponibles en China. A la par, revisaré las políticas encaminadas al fomento del consumo interno, señalando principalmente si efectivamente existe una relación con las variables estudiadas. Para llevar a cabo este estudio reuniré y analizaré datos estadísticos a partir de información publicada por el Banco Mundial, por el *China Statistical Yearbook* 2013 y 2014 y el *Indexmundi*, considerando las variables del Producto Interno Bruto, población, consumo privado, consumo total, inversión, ingreso disponible per cápita, entre otras.

En el segundo capítulo estudiaré la composición y las características del grupo de consumidores, cuál es su patrón de consumo, cómo se conforman sus expectativas y cómo ha impactado el uso del Internet en este patrón. Analizaré también las implicaciones sobre la economía china derivadas del aumento en los niveles y las tasas de consumo, con la consecuente reducción en las tasas de ahorro, en ambos casos respecto al ingreso. Para lo cual, haré una comparación de la información obtenida de grandes consultoras sobre el consumo en China, tales como *Bain & Company* y *Mckinsey & Company* y de estudiosos del tema

para determinar preferencias, gustos, patrones y tendencias del consumo interno en China.

En el tercer capítulo haré un análisis sobre la desigualdad a nivel nacional, así como un estudio del caso de la ciudad de Chongqing, en el cual analizaré ciertos indicadores económicos junto con las políticas públicas en aplicación desde inicios del siglo XXI. El objetivo será determinar si las políticas económicas de impulso al mercado local han cumplido con las metas planteadas en el XII Plan Quinquenal. Es decir, establecer si existe una disminución en la desigualdad del ingreso disponible per cápita.

CAPÍTULO I.

PARTICIPACIÓN DEL CONSUMO INTERNO COMO FACTOR DE CRECIMIENTO EN EL PRODUCTO INTERNO BRUTO.

El Estado Chino, a través del Partido Comunista Chino (PCCh) y de los diferentes órganos de gobierno,¹⁴ establece mediante los Planes Quinquenales de Desarrollo Económico de la República Popular China,¹⁵ la dirección que todos los agentes económicos y políticos deben seguir para que, en un lapso de cinco años, se cumplan los objetivos y las metas establecidas por los líderes del Partido. Esto se relaciona de forma directa con la premisa básica del Neoinstitucionalismo, la cual señala que de las instituciones –en este caso el Estado Chino-, emanan las “reglas del juego” para todos los actores de la sociedad.

Las reglas no son rígidas. En el Plan Quinquenal subsecuente se revisan los resultados obtenidos y se replantean nuevos objetivos y metas.¹⁶ Estos Planes, aún cuando no siempre han sido exactos, han establecido directrices económicas y políticas desde 1953. Sí bien no siempre se ha alcanzado lo planteado, sí han establecido el camino que el Estado quiere seguir.

Durante la Tercera Sesión Plenaria del XI Comité Central del Partido Comunista, celebrada en diciembre de 1978, el liderazgo chino anunció la adopción de la política de reforma y apertura al exterior; sin embargo, fue en 1979

¹⁴ Como el Comité Permanente de la Asamblea Nacional o la Comisión Estatal de Planificación

¹⁵ Los Planes Quinquenales (五年计划), inspirados del modelo soviético, pueden entenderse como las propuestas para dirigir la economía de un país por un periodo. Peter Collin, *Business Chinese Dictionary*, Finlandia, Wsoybook Printing Division, 1995, P. 339. También pueden verse como parte de la planificación de la economía nacional, lo que incluye programar cada cinco años “...las relaciones proporcionales entre los proyectos prioritarios nacionales, la distribución de las fuerzas productivas y la economía nacional y definir el objetivo y orientación del desarrollo económico a largo plazo.” *Diez planes quinquenales de desarrollo económico y social de la Nueva China*, [www.spanish.china.org.cn/spanish/222422.htm, consultado el 18 de septiembre de 2014]. Los Planes Quinquenales son aprobados por el Comité Permanente de la Asamblea Nacional

¹⁶ China ha elaborado 12 Planes Quinquenales desde 1953. Los únicos periodos de excepción han sido los periodos de recuperación económica: entre 1949 y 1952 y entre 1963 y 1965. *Ibid.*

cuando se establecieron formalmente las directrices económicas a seguir para los próximos años. En el VI Plan Quinquenal (1980-1985), aprobado durante la V Sesión del V Comité Permanente de la Asamblea Popular Nacional en 1982 se consolidó dicha estrategia. Este Plan sería un parteaguas respecto a las políticas económicas seguidas hasta entonces. En este Plan se establecieron las directrices de desarrollo económico y social que continuarían en los Planes subsecuentes, siendo la reforma económica una prioridad.¹⁷ Las tareas principales fueron establecer las bases económicas y sociales necesarias para un sistema de economía socialista con algunos elementos propios de una economía de mercado; mantener un crecimiento sostenido y estable, impulsando la creación de infraestructura, la transformación técnica y el desarrollo intelectual; mejorar la vida del pueblo mediante resultados económicos positivos.¹⁸

Posteriormente y en línea con los objetivos planteados en el Plan anterior, el VII Plan Quinquenal (1986-1990) estableció como uno de sus objetivos el aumentar en un 35% el volumen de las importaciones y exportaciones. También buscó aumentar el nivel de consumo de la población urbana y rural pero, a diferencia del incremento del 35% que se pretendía para las exportaciones e importaciones, sólo se estableció un 5% de crecimiento anual para el consumo interno.¹⁹ Mediante estas directrices económicas el fomento a las exportaciones fue en detrimento del consumo interno privado, tanto en las ciudades como en el campo.

¹⁷ *Diez planes quinquenales..., op. cit.*

¹⁸ *Ibid.*

¹⁹ *Ibid.*

Como parte de una nueva etapa de la reforma, los principales objetivos establecidos en el VIII Plan Quinquenal (1991-1995) fueron la apertura y la modernización.²⁰ Los siguientes Planes, en los cuales no profundizaré, fueron consistentes con esta tendencia. Sin embargo, a inicios del siglo XXI surgió, debido principalmente al desequilibrio en la disponibilidad del ingreso per cápita y a la inestabilidad financiera internacional, un cuestionamiento sobre las políticas de desarrollo económico. Esto se reflejó claramente en el XI Plan Quinquenal (2006-2011) y en el XII Plan Quinquenal (2011-2015).

En este capítulo analizaré el por qué del cambio de orientación de las políticas económicas chinas a inicios del siglo XXI, siendo el principal objetivo el aumento de la participación del consumo interno privado como factor de crecimiento en el Producto Interno Bruto. Primero, examinaré una serie de datos estadísticos, revisando cómo se han impulsado las exportaciones y a la inversión en detrimento del consumo privado. Después, estudiaré el papel de los dirigentes políticos en el cambio de dirección de las políticas económicas. Finalmente, haré un análisis y una revisión de algunas políticas gubernamentales con las que se ha buscado aumentar la confianza del consumidor y, por consiguiente, aumentar el consumo privado y disminuir las tasas de ahorro.

²⁰ *Diez planes quinquenales..., op. cit.*

PARTICIPACIÓN DEL CONSUMO PRIVADO EN EL PIB

A pesar de que efectivamente hubo aspectos negativos derivados de la reforma,²¹ y aún cuando en varias ocasiones y por varias razones las tareas esbozadas por los Planes se vieron afectadas, la realidad es que las medidas económicas impulsadas por el Estado a inicios de la década de los ochenta provocaron un crecimiento económico excepcional durante las últimas tres décadas (Gráfica 1). La tasa de crecimiento promedio de 1980 a 2011 fue de casi 13%, una cifra excepcional por sí misma y aún más si se le compara con las tasas de crecimiento económico de países como Estados Unidos, Japón y México (Gráfica 2). En el 2000, China ya era la quinta economía a nivel mundial, y para el 2010 se colocó en el segundo lugar, puesto que mantiene hoy en día.²²

El crecimiento económico chino en un inicio se basó en la adición de insumos y muy poco en los incrementos de productividad de los factores productivos. Esto significa que fue producto de inversiones crecientes, primero estatales y, posteriormente mixtas, y del impulso a las exportaciones durante la década de los noventa del siglo XX. La inversión fue el mayor motor de crecimiento.²³ El consumo y el mercado interno no fueron prioritarios en las políticas económicas. La Gráfica 3 muestra el aumento de inversión en activos fijos de unidades de propiedad estatal. Puede observarse una clara tendencia al alza. Por otro lado, la Gráfica 4 muestra cómo los fondos para la inversión en

²¹ La emisión de moneda aumentó considerablemente, ocasionando gran inflación, afectando la visión positiva hacia las reformas y creando malestar entre la población.

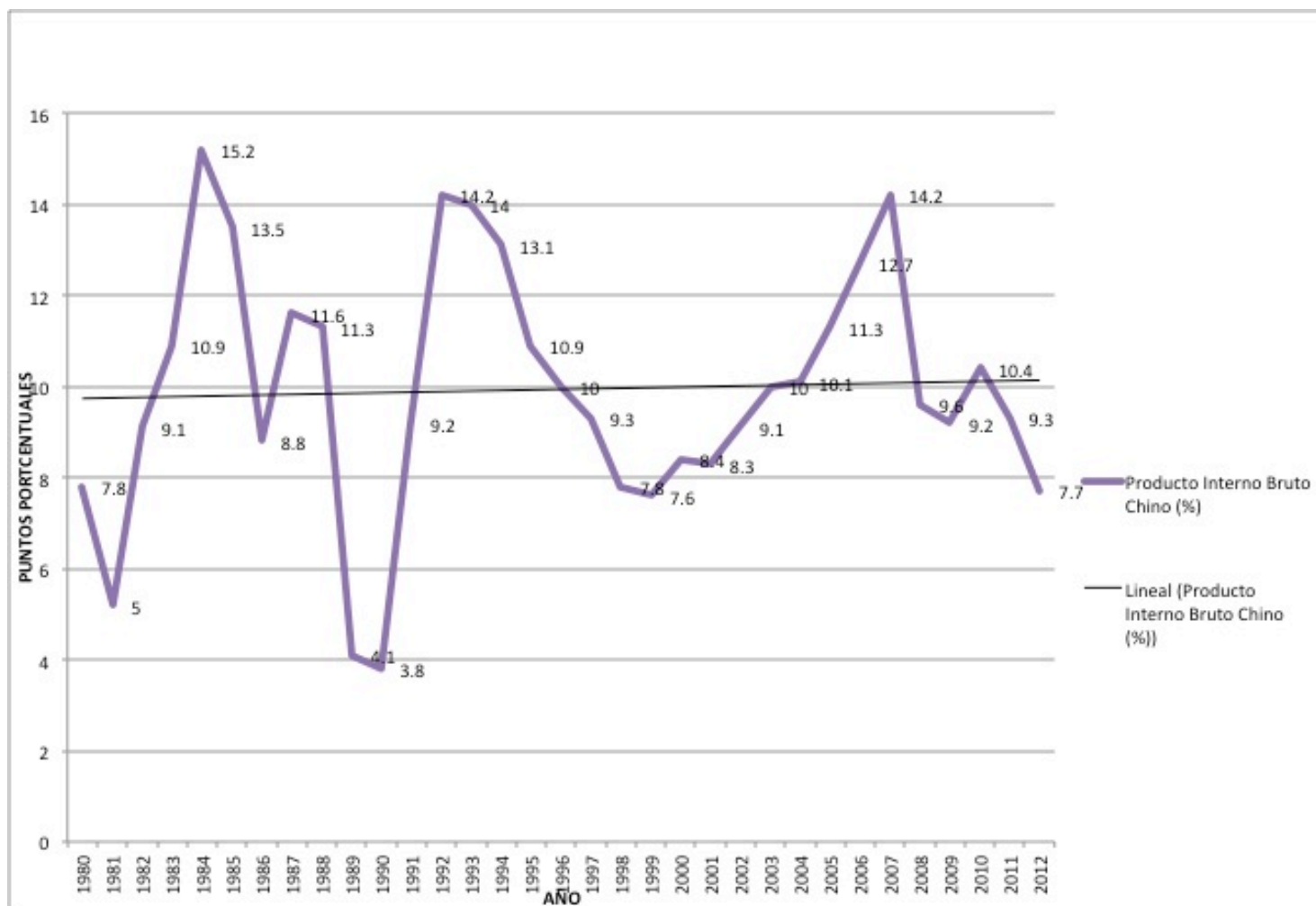
²² Yuval Atsmon y Max Magni “Meet the 2020 Chinese Consumer”, *McKinsey & Company*, marzo 2012 [https://solutions.mckinsey.com/insightschina/_SiteNote/WWW/GetFile.aspx?uri=%2Finsightschina%2Fdefault%2Fen-us%2Fabout%2Four_publications%2Ffiles%2Fwp2055036759%2FMcKinseyInsightsChina-MeetThe2020ChineseConsumer_fd6a761f-2b88-4e8f-a7cc-8afac03a88f1.pdf], P. 9-10

²³ *Ibid.*, P. 10

infraestructura provenían en su gran mayoría de las inversiones del Estado y no de la inversión extranjera directa (IED). Aunque cabe mencionar que el papel de la IED fue de gran importancia durante la década de los noventa (Gráfica 4). Durante este periodo se cumple con el objetivo del liderazgo chino de establecer una apertura al exterior, plasmado en el XI Plan Quinquenal.

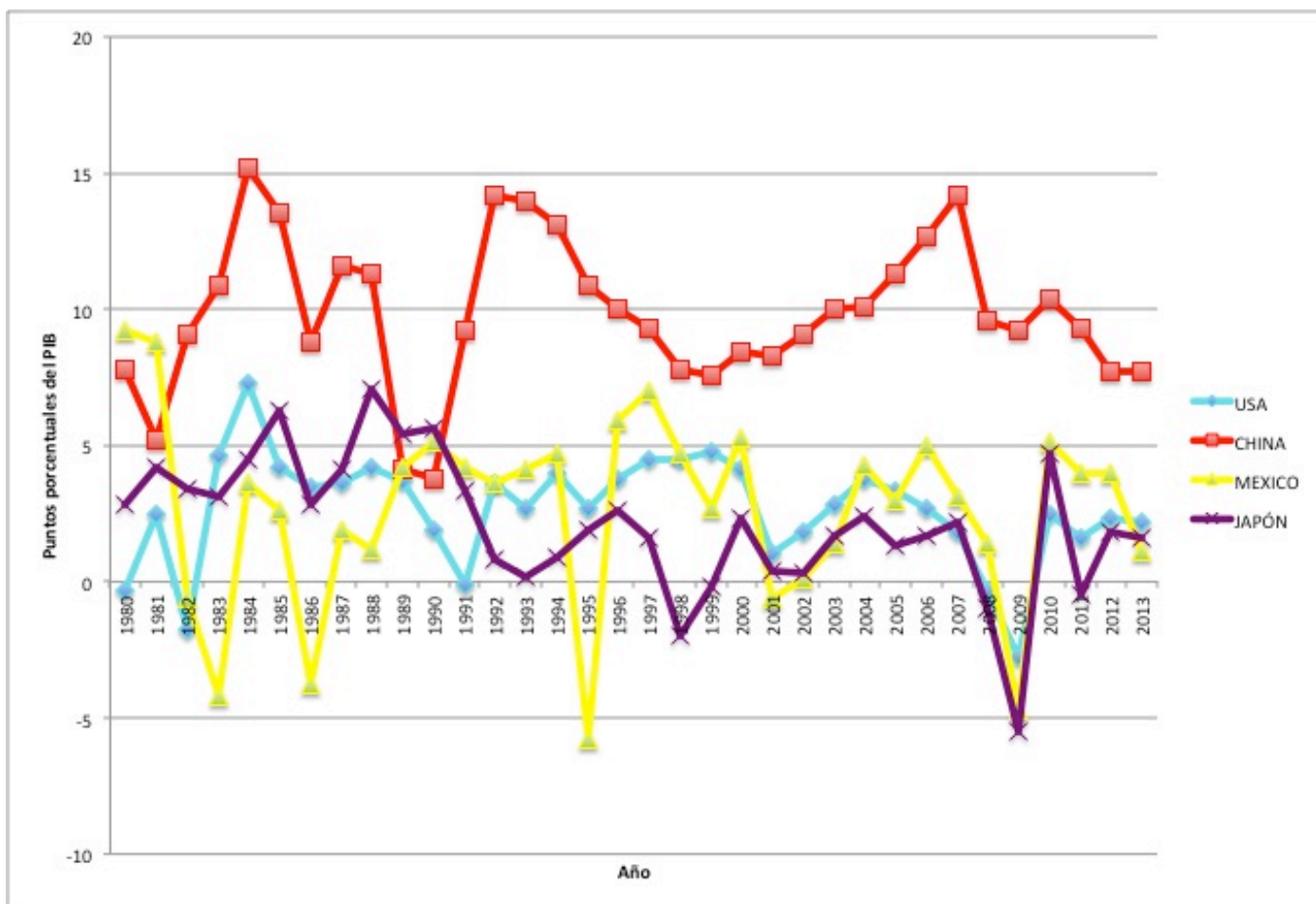
El consumo privado no fue una variable económica prioritaria durante el periodo reformista ni en las décadas subsecuentes. Su participación en el PIB ha disminuido desde la década de los ochenta hasta el 2011 (Gráfica 5, 6 y 7), llegando a su menor participación en 2009, una participación del 34%. A su vez, se observa la tendencia al alza de los productos y los servicios de exportación a pesar de la caída abrupta sufrida en 2009 por la crisis financiera internacional del 2008. Es decir, las políticas instauradas a partir de la dirección establecida en los diferentes Planes Quinquenales han ocasionado un aumento del nivel general de la producción, con énfasis en ciertos componentes del PIB más que en otros. Esto puede relacionarse con las premisas del Neoinstitucionalismo. Al momento de que las instituciones chinas intervinieron en el mercado, establecieron las reglas a seguir para las diferentes actividades económicas.

Grafica 1. Producto Interno Bruto Chino (porcentaje de crecimiento anual). 1980-2012



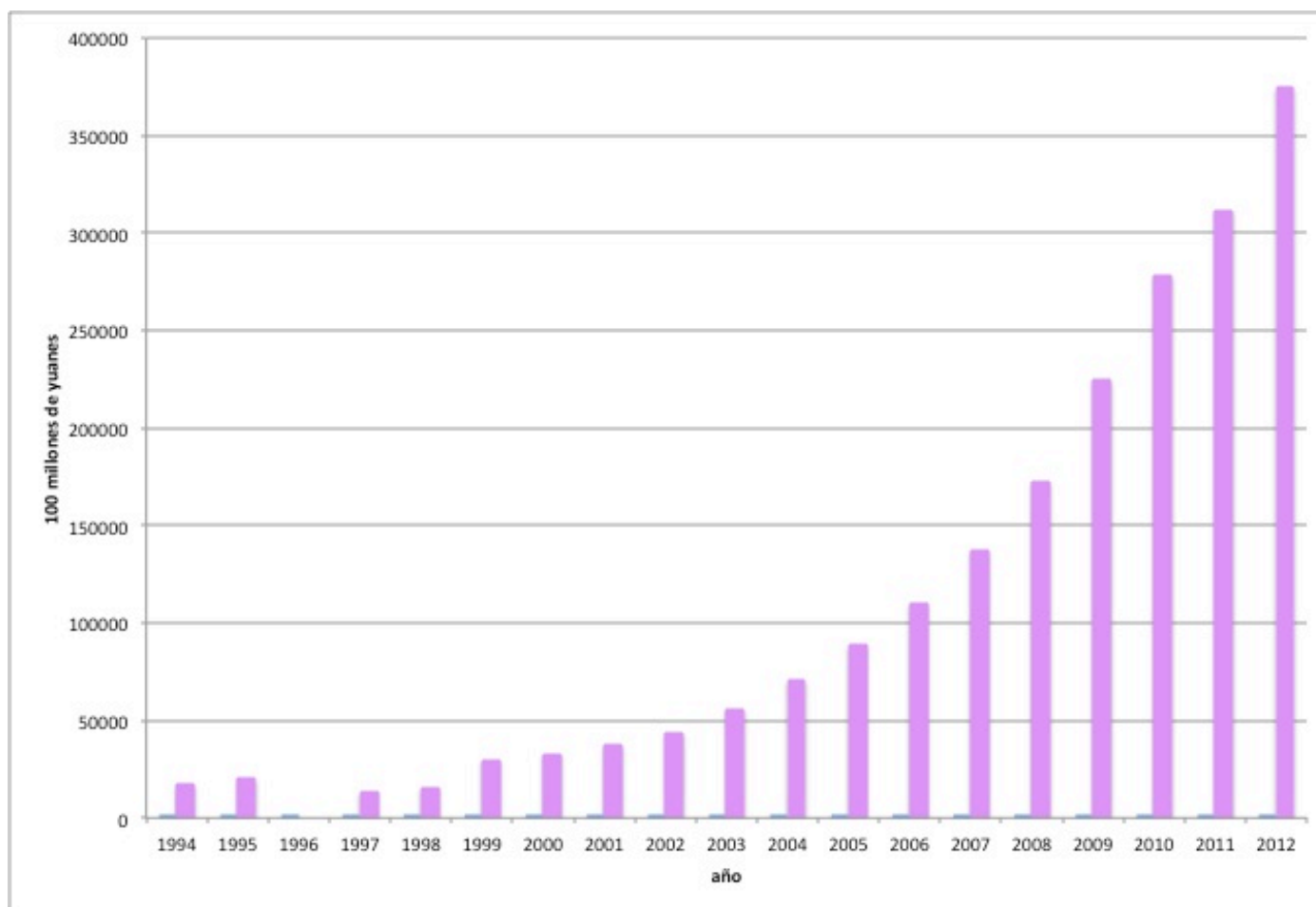
Elaboración propia. Información obtenida del Banco Mundial, [<http://data.worldbank.org/indicador>, consultado el 19 de diciembre de 2014]

Gráfica 2. Crecimiento porcentual del Producto Interno Bruto por países, 1980-2013



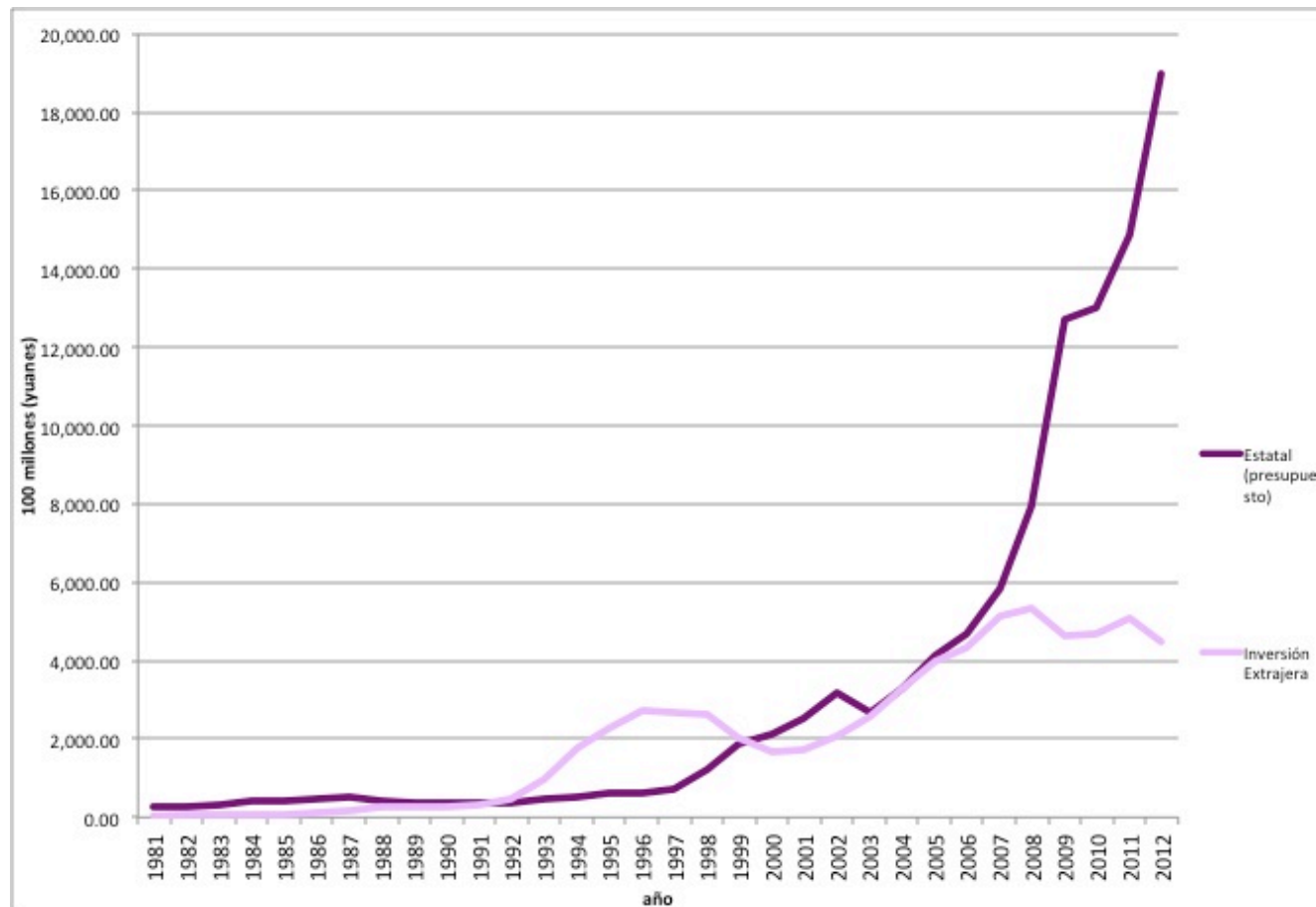
Elaboración propia. Información obtenida del Banco Mundial, [<http://data.worldbank.org/indicator>, consultado el 19 de diciembre de 2014]

Gráfica 3. Inversión total en activos fijos de unidades de propiedad estatal



Elaboración propia. Información obtenida de *China Statistical Yearbook*, [<http://www.stats.gov.cn>, consultado el 19 de diciembre de 2014]

Gráfica 4. Origen de los fondos para la inversión y la inversión de infraestructura en activos fijos en China.



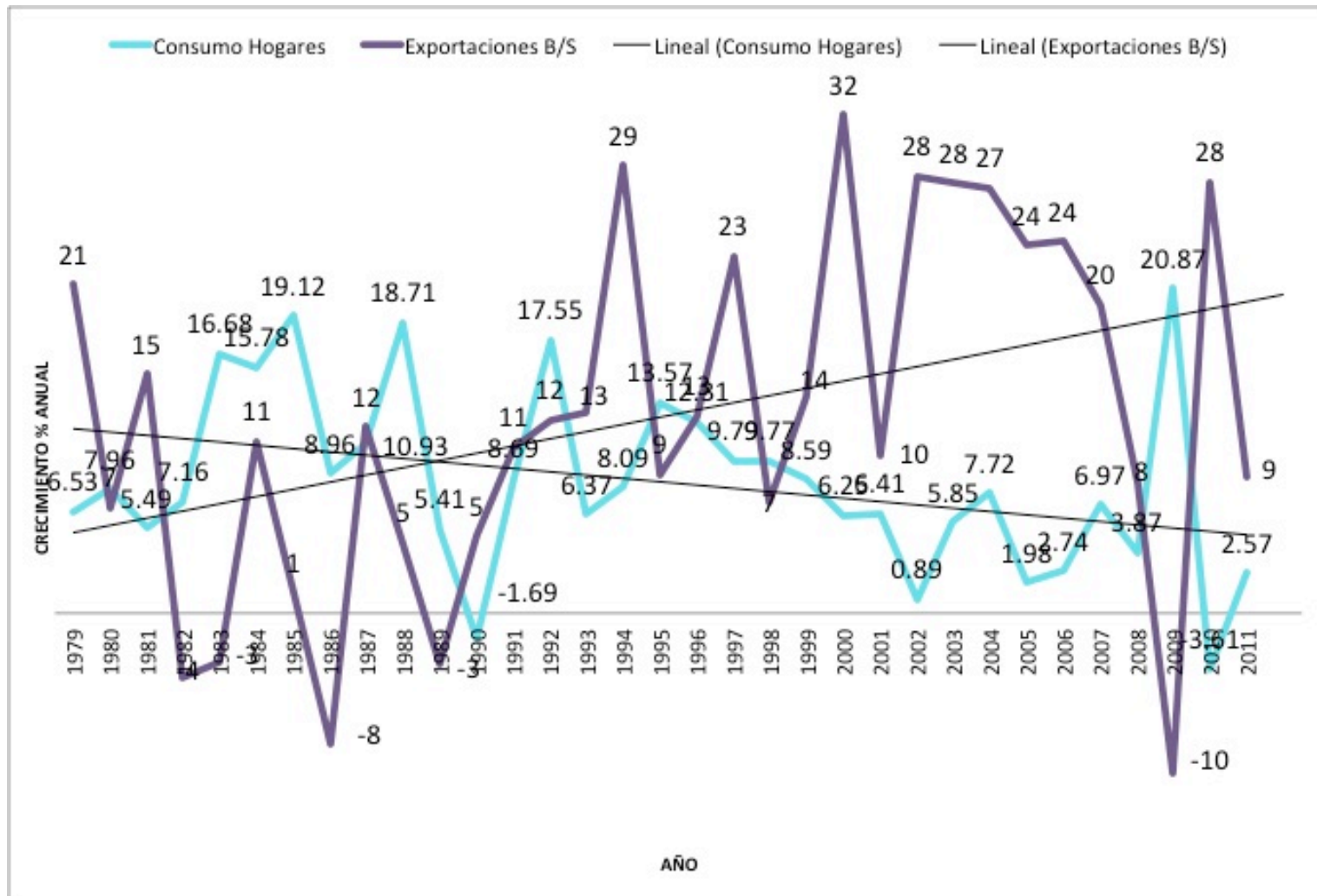
Elaboración propia. Información obtenida de *China Statistical Yearbook*, [<http://www.stats.gov.cn>, consultado el 19 de diciembre de 2014]

Grafica 5. Consumo privado y Exportaciones de Bienes y Servicios (% del PIB). 1980-2012



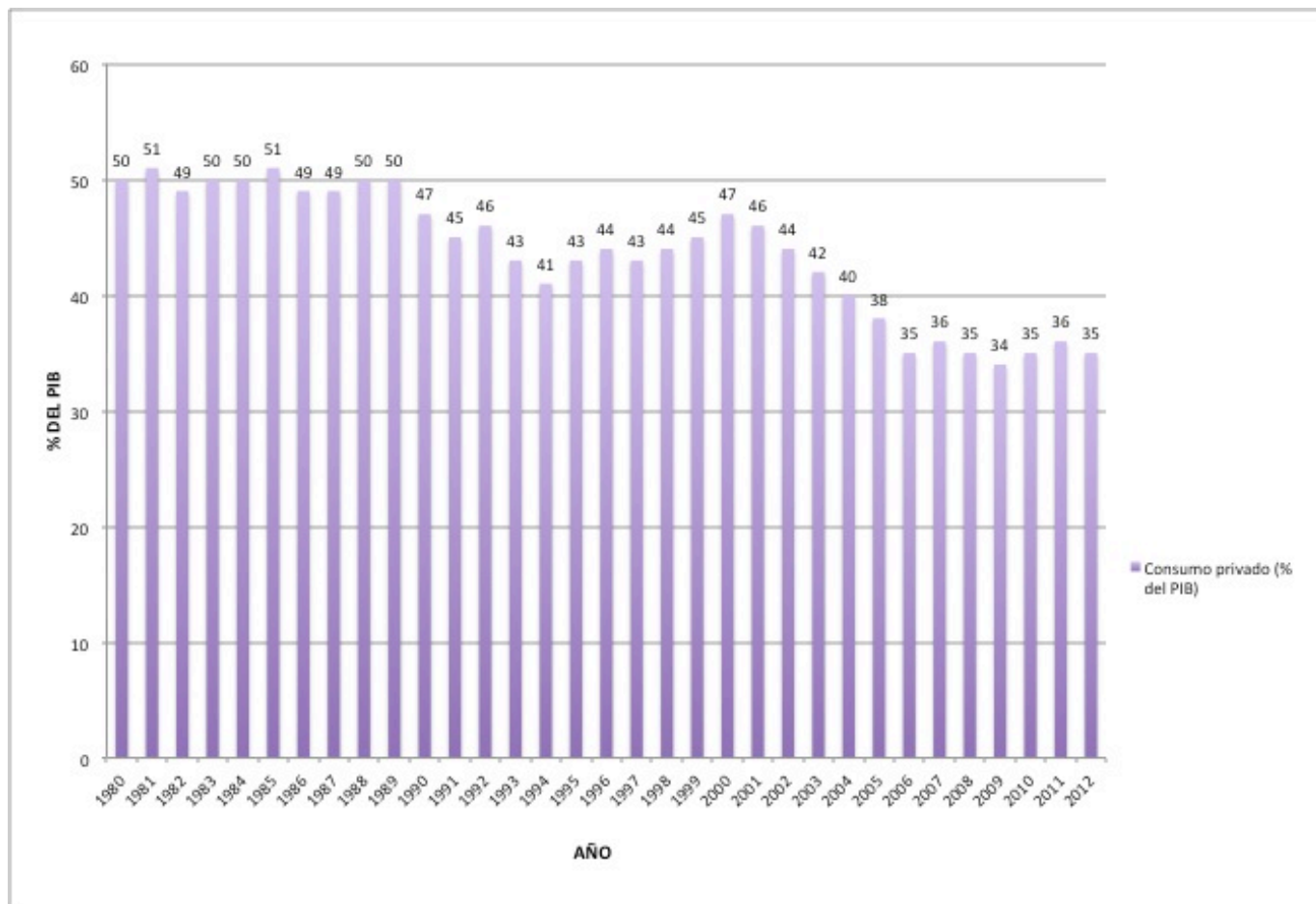
Elaboración propia. Información obtenida del Banco Mundial, [<http://data.worldbank.org/indicador>, consultado el 19 de diciembre de 2014]

Grafica 6. Crecimiento Porcentual del Consumo privado y de las exportaciones de bienes y servicios. 1979-2011



Elaboración propia. Información obtenida de Indexmundi, [<http://www.indexmundi.com>, consultado el 19 de diciembre de 2014]

Grafica 7. Consumo privado (% del PIB)



Elaboración propia. Información obtenida del Banco Mundial, [<http://data.worldbank.org/indicator>, consultado el 19 de diciembre de 2014]

El ritmo de crecimiento del PIB ha sido excepcional. La gráfica 8 muestra el crecimiento que tuvo entre 1979 y 2012. La misma gráfica muestra el crecimiento sostenido que tuvieron las exportaciones de bienes y servicios a partir de los noventa, el cual fue mayor una década más tarde, mientras que el consumo tuvo una tasa de crecimiento menor durante el mismo periodo.

Sin embargo, hay que hacer notar que en términos absolutos el consumo ha crecido. Como muestra la gráfica 9, la participación del consumo en el PIB tiene una tendencia a la baja, la cual el liderazgo chino busca revertir con las políticas económicas de impulso a mercado de inicios del siglo XXI. Por lo mismo, puede observarse un aumento de la participación del consumo en el PIB en los últimos años (2011-2013), contando durante este periodo con una participación en el PIB de poco más del 50%.

El mercado interno casi no se ha desarrollado y para crecer ha dependido de las exportaciones²⁴ y de la inversión. Además, aún cuando el crecimiento económico ha sido excepcional, el impulso a ciertas variables económicas en detrimento de otras ha ocasionado que el crecimiento no haya sido económicamente balanceado.

Los desequilibrios en la distribución del ingreso generados a partir de la reforma de los ochenta son graves y los analizaré más adelante. Sin embargo, hay que reconocer que la población sí obtuvo beneficios.

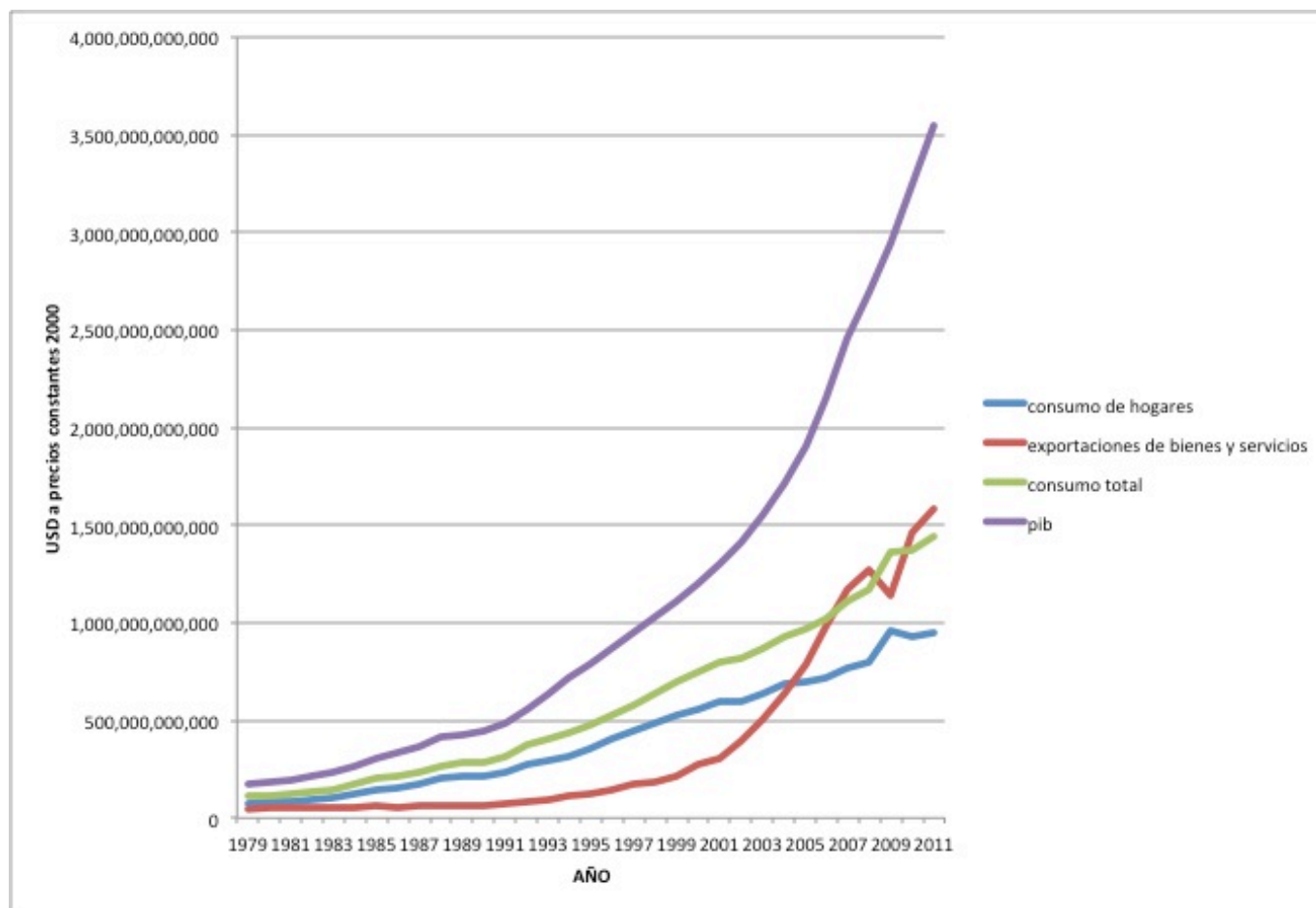
²⁴ Diana Farrell et. al., "From "Made in China" to "Sold in China" The rise of the Chinese Urban Consumer, en McKinsey & Company, noviembre 2006, [http://www.mckinsey.com/insights/urbanization/from_made_in_china_to_sold_in_china, consultado el 19 de diciembre de 2014], P. 11

Desde 1985, la pobreza extrema ha disminuido en un 50% aproximadamente; 62 millones de personas, la mayoría habitantes de zonas rurales, han salido del umbral de \$1 dólar de ingreso diario.²⁵ El nivel de ingreso disponible per cápita urbano promedio anual ha tenido un alza extraordinaria: pasando de 739.1 yuanes en 1985 a 26,966.1 yuanes 2013.²⁶

²⁵ Diana Farrell et. al., “From “Made in China” to... *op. cit.*, P. 13

²⁶ Información obtenida de la Oficina Nacional de Estadísticas de China, [http://data.stats.gov.cn/english/easyquery.htm?cn=C01, consultado el 8 de junio de 2013]

Grafica 8: Consumo total, consumo familiar y exportaciones de bienes y servicios. USD a precios constantes del año 2000. 1979-2011



Información obtenida de Indexmundi, [<http://www.indexmundi.com>, consultado el 19 de diciembre de 2014]

Gráfica 9. Participación del consumo en el PIB (%)



Información obtenida de *China Statistical Yearbook 2013*,
 [http://www.stats.gov.cn/english/statisticaldata/AnnualData/], consultado el 3 de mayo 2015]

CAMBIO DE LA ORIENTACIÓN DE LAS POLÍTICAS ECONÓMICAS

La disparidad de ingresos, sobre todo en vista de la crisis financiera del 2008, ha hecho que el gobierno chino revise y replantee las políticas económicas y el crecimiento económico. Según el entonces presidente Hu Jintao, la crisis financiera internacional llamó la atención de los dirigentes chinos sobre la necesidad de transformar el modelo de desarrollo económico chino.²⁷ Se llegó a la conclusión de que esta transformación era urgente porque la economía china no podía continuar siendo tan dependiente del mercado internacional ni podían continuar acentuándose las desigualdades.

Según un análisis de KPMG, una de las empresas de consultoría más grande a nivel mundial, el proceso de reorientación de las políticas económicas es en realidad un proceso de rebalanceo económico.²⁸ Este reequilibrio significa, entre otras cosas, moverse de la dependencia respecto de las ventajas de los costos laborales a apoyarse en la innovación, en la investigación y en el desarrollo, en el diseño, en la tecnología de punta y en la manufactura de precisión. También implica desarrollar en mayor medida la creación de marcas propias y el establecimiento de canales de mercados propios para obtener un mayor reconocimiento de los consumidores y clientes e integrarse a una cadena de alza de valor. En general, significa pasar de una dependencia centrada en la inversión y las exportaciones a dar atención por igual a la inversión, las exportaciones y el consumo interno.²⁹

²⁷ Edwing Fung y Yali Peng, *Forces driving China's economic growth in 2012. New thoughts, new strategies, new initiatives*, KPMG, febrero 2012,

[<https://www.kpmg.com/cn/en/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Documents/China-12th-Five-Year-Plan-China-Economic-Growth-201203-2.pdf>], consultado el 29 de septiembre de 2015], P. 5

²⁸ *Ibid.*, P. 4

²⁹ *Ibid.*, P. 5

De esta forma, la disparidad en cuanto a la disponibilidad del ingreso y las distorsiones del mercado internacional, derivadas de la crisis internacional de 2008, han llevado a que el gobierno chino reconozca la necesidad de replantear la orientación de sus políticas económicas. Según un análisis hecho por *APCO Worldwide*, una consultora internacional de comunicación independiente, el énfasis del gobierno en cuanto a buscar un “crecimiento inclusivo” es parte de los principios rectores del XII Plan. Esto se traduce en una mayor distribución de los beneficios del crecimiento económico a más ciudadanos.³⁰ Así, la dirección de las políticas económicas cambió abruptamente cuando se pasó de un “crecimiento a cualquier costo” a uno más balanceado y sostenible.³¹

La dirección establecida por las instituciones y la injerencia que tienen al determinar el rumbo económico nacional es clara en la continuación entre el XI y el XII Plan Quinquenal. El objetivo de crecimiento económico establecido en el XII Plan fue del 7%.³² Se pretende promover el consumo interno sobre la inversión y las exportaciones, reduciendo el deterioro habido en la distribución del ingreso mediante políticas de apoyo al ingreso y, en general al mercado interno, como son los aumentos al salario mínimo, la ampliación de las redes de seguridad social y del sistema de pensiones y el aumento del proceso de urbanización.

³⁰ APCO Worldwide, “China’s 12th Five-Year Plan. How it actually Works and what’s in store for the next five years”, APCO Worldwide Inc., 10 de diciembre 2010, [http://www.apcoworldwide.com/content/pdfs/chinas_12th_five-year_plan.pdf, consultado el 19 de diciembre de 2014]

³¹ *Ibid.*, P. 2

³² *Ibid.*, P. 1

POLÍTICAS ECONÓMICAS DE FOMENTO AL MERCADO INTERNO

Las políticas gubernamentales dirigidas al fomento del mercado interno con las que se busca impulsar la urbanización, el fortalecimiento de la red de seguridad social, el aumento del ingreso de los hogares,³³ tienen como finalidad elevar la confianza del consumidor para que decida gastar su ingreso disponible en lugar de ahorrarlo. Es importante mencionar que, aún cuando el XII Plan Quinquenal establezca como uno de sus objetivos más importantes el lograr una economía más equilibrada, la aplicación de estas políticas dirigidas al fomento del mercado interno y sus beneficios, depende en su gran mayoría de la provincia o de la localidad en donde se apliquen; de los recursos financieros con los que cuente la provincia o localidad; de la situación particular de los ciudadanos.

Aunado a esto, en muchos casos, la necesidad de cumplir con los objetivos a toda costa puede llevar a que en la práctica éstas políticas no cumplan su objetivo real. Por ejemplo, la construcción de un cierto número de clínicas ampliaría la cobertura médica, uno de los objetivos del liderazgo chino en el tema de salud. El número de clínicas podría apoyar el hecho de que se ha cumplido el objetivo. Sin embargo, si no se destinan los recursos necesarios para contar con la cantidad de médicos calificados suficientes o con los medicamentos necesarios, a pesar de que exista la clínica como tal, el objetivo real no se cumpliría.

En el XII Plan Quinquenal también se busca reducir la brecha de desigualdad en el ingreso al enfocarse en un aumento de los salarios mínimos, en un aceleramiento de la urbanización, en la reforma del rígido sistema de registro

³³ Guangyu Li y Jonathan Woetzel, “What China’s five-year plan means for business”, en *McKinsey&Company*, julio 2012, [http://www.mckinsey.com/insights/economic_studies/what_chinas_five-year_plan_means_for_business, consultado el 19 de diciembre 2014]

de residencia *hukou*,³⁴ en la mejora de la red de seguridad social para la población rural, el aumento de la cobertura básica de salud y el mejoramiento de la distribución de la tierra en las zonas rurales.³⁵

Salario mínimo

En el XII Plan se establece aumentar el salario mínimo en un 13% por año, lo que resultaría en un aumento anual en el ingreso de los hogares del 7% aproximadamente.³⁶ El gobierno busca que el salario mínimo represente un 40% de los salarios locales promedio para el 2015,³⁷ sin embargo, el alza del nivel de los salarios mínimos dependerá de cada provincia. Sí, por ejemplo, para 2012 el salario mínimo en China iba de los 1,500 yuanes (240 dólares aproximadamente) por mes en la ciudad de Shenzhen a 870 yuanes en la ciudad de Chongqing - considerada como una ciudad del primero o segundo nivel-,³⁸ puede observarse que un aumento progresivo en el nivel general de los salarios mínimos genera una mejora en el bienestar de la población pero no, necesariamente, una reducción en

³⁴ Una nota del 30 de julio de 2013 de Global Asia menciona que la reforma del *hukou* ya se inició. Según la nota, se pretende eliminar las barreras a la migración. Primero, se empezará por los pueblos y ciudades de menor tamaño, dándole a los migrantes una cobertura en educación, sanidad y pensiones. La meta es que para el 2020 el 45% de los ciudadanos cuenten con permiso de residencia urbana. “China reforma el sistema de permisos de residencia”, Global Asia, 30 de julio de 2014, [<http://www.globalasia.com/actualidad/economia/china-reforma-el-sistema-de-permisos-de-residencia>, consultado el 5 de enero de 2015]

³⁵ APCO Worldwide, “Chinas’s 12th Five-Year Plan...”, *op. cit.*, P. 4-5

³⁶ Guangyu Li y Jonathan Woetzel, “What China’s five-year, *op. cit.*

³⁷ China apunta a que el salario mínimo suba 13% por año. Reuters América Latina, 8 de febrero 2012, [<http://lta.reuters.com/article/idLTASIE8170BN20120208>, consultado el 19 de diciembre 2014]

³⁸ Las ciudades en China se clasifican en 5 niveles dependiendo de su nivel de población y de ingresos. Las ciudades nivel 1, las más desarrolladas y con los consumidores más sofisticados, cuentan con 16 millones de hogares y un valor de ingreso de 1 billón de dólares (Shanghai, Beijing, Guangzhou, etc.). Las ciudades nivel 2, cuyos consumidores tienden a copiar a los de las ciudades nivel 1, cuentan con 38 millones de hogares y un valor de ingreso de 2 billones de dólares, (Changchun, Changsha, Chengdu, etc.). Las ciudades del nivel 3 cuentan con 75 millones de hogares y un valor de ingreso de 3 billones de dólares (Beihai, Changzhou, Dongguan, etc.). Las ciudades del nivel 4 cuentan con 86 millones de hogares y un valor de ingreso de 3 billones de dólares (Baotou, Chaozhou, Daqing, etc.). Las ciudades nivel 5 cuentan con 169 millones de hogares y un valor de ingreso de 4 billones de dólares (Leshan, Lijiang, Mianyang, etc.). *China City Tier System: How it Works and Why its Useful*, 9 de julio de 2012, [nexus-pacific.com/blog/2013/7/9/china-city-tier-system-how-it-works-and-why-its-useful, consultado 20 de enero 2015]

la brecha de desigualdad en el ingreso disponible per cápita, tema que abordaré en el Capítulo III.

Sector salud

En el tema de la salud, el objetivo principal es contar con una cobertura sanitaria universal para el 2020.³⁹ A pesar de que el sector privado de salud se ha desarrollado, el gobierno central es quien ha proveído más iniciativas para fomentar, estandarizar y dar apoyo médico diario, asesoría psicológica, rehabilitación, ayuda en emergencias a la población.⁴⁰ En 2012, el Ministerio de Asuntos Civiles publicó una regulación para apoyar el cuidado privado de los adultos mayores en los hogares mediante subsidios, servicios de compras, coordinación de asistencia y el otorgamiento de apoyo estándar público.⁴¹ Los proveedores privados de salud rara vez pueden ofrecer servicios médicos adecuados en los hogares. Las instituciones públicas pueden hacerlo. Pero para junio de 2013 sólo el 2% de la población de la tercera edad escogió el cuidado de la salud ofrecido por las instituciones públicas.⁴² El gobierno central pretende que para finales del 2015 el 3% del total de la población de la tercera edad se decida por el cuidado público.⁴³ Para 2015, planea añadir otros 150,000 médicos,

³⁹ Leila Fernandez-Stembridge, “China: reformas en la Seguridad Social” en *Estudios de Política Exterior*, 2011 [http://www.politicaexterior.com/articulos/economia-exterior/china-reformas-en-la-seguridad-social/, consultado el 20 de enero 2015]

⁴⁰ Helen Chen y Ken Y. Chen, “Looking After China’s Elderly”, *China Business Review*, junio 11 de 2013 [http://www.chinabusinessreview.com/looking-after-chinas-elderly/, consultado 9 de diciembre 2013]

⁴¹ *Ibid.*

⁴² *Ibid.*

⁴³ *Ibid.*

construir otros 2,000 hospitales a nivel condado, 29,000 hospitales a nivel municipio, y mejorar otras 5,000 clínicas y hospitales.⁴⁴

Según Benjamin Shobert, 3 factores explican el estímulo a la salud iniciado en 2009 y el énfasis especial que se le dio al gasto para la salud en el XII Plan Quinquenal. Primero, hay un consenso general entre los creadores de las políticas en que una de las mayores barreras para desarrollar una economía basada en el consumo privado es la falta de una red de seguridad social, específicamente en la salud y las pensiones. La creencia general es que sí el gobierno puede proveer una cobertura de salud básica para su población, la gente ahorrará una proporción menor de su ingreso disponible y gastará más. Segundo, por temas de contaminación del medio ambiente, los cerca de 350 millones de fumadores y el aumento de enfermedades crónicas, se necesita crear una infraestructura de salud básica y especializada, lo suficientemente competente para atender los problemas de salud que de estas problemáticas se deriven. Por último, se busca estimular un aumento en los servicios de salud en las zonas rurales con el fin de disminuir la desigualdad existente en el acceso y la calidad de los servicios médicos.⁴⁵

Aún cuando los motivos de la aplicación de estas políticas dirigidas a la mejora de la salud son claras, no significa que los municipios o, incluso, los administradores de los hospitales vayan a actuar como lo desea el gobierno central.⁴⁶ En muchos casos se está más preocupado por alcanzar los objetivos políticos que en alcanzar las condiciones reales que resulten en beneficios para la

⁴⁴Benjamin Shobert, "Making the Most of China's Massive Healthcare Market", China Business Review, junio 12 de 2013 [www.chinabusinessreview.com, consultado 9 de diciembre 2013]

⁴⁵ Benjamin Shobert, "Making the...", *op. cit.*

⁴⁶ *Ibid.*

población.⁴⁷ Aunado a esto, hay problemas que surgen de la fragmentación en el reparto de competencias institucionales,⁴⁸ ocasionando que las diferentes instituciones deleguen o desconozcan sus responsabilidades.

A pesar de que se han hecho grandes esfuerzos para mejorar el sector salud y ampliar la cobertura médica, los esfuerzos aún son insuficientes. Por ejemplo, aún cuando la cobertura de la seguridad social es obligatoria para toda la fuerza laboral urbana, los principales beneficiados son los residentes urbanos del sector formal, sobre todo del sector público y de las grandes empresas privadas. La cobertura de los trabajadores en pequeñas y medianas empresas, es reducida.⁴⁹ Los trabajadores inmigrantes, considerados como residentes no locales por el sistema *hukou*, no gozan de los mismos beneficios. La cobertura de los trabajadores asalariados de empresas rurales no agrícolas y de los campesinos es nula.⁵⁰ Se considera que la cobertura de la seguridad social para los trabajadores inmigrantes es menor al 15% y debido a que se concentran en el sector informal, generalmente no exigen seguro médico ni pensión para el retiro.⁵¹

Sistema de Pensiones

La reforma de pensiones fue lanzada por primera vez en 2008 como un programa piloto en varias provincias y municipalidades, incluyendo la provincia de Guangdong y la ciudad de Shanghai. Para 2015, se espera que las instituciones públicas contribuyan con un 20% del total del salario de los empleados para crear los fondos de pensiones, mientras que los trabajadores tendrán que contribuir con

⁴⁷ Benjamin Shobert, "Making the..., *op. cit.*

⁴⁸ Leila Fernandez-Stembridge, "China: reformas en... *op.cit.*

⁴⁹ *Ibid.*

⁵⁰ *Ibid.*

⁵¹ *Ibid.*

el 8% de su salario como una prima para su fondo.⁵² El Consejo de Estado pretende que el sistema de pensiones cubra a prácticamente toda la población para 2020, lo que significaría un aumento de la tasa de cobertura, del 80% (actual) al 95%.⁵³

El objetivo es transformar el modelo actual, en el cual las contribuciones de los trabajadores del momento se usan para pagar las pensiones de los jubilados existentes, a un modelo de pago parcial, en el cual la pensión del jubilado se pague de su cuenta individual y por la sociedad.⁵⁴

Sin embargo, al igual que las reformas de la salud, las pensiones dependen de la aplicación en cada provincia o localidad. Cada uno de los gobiernos provinciales determina el monto de las contribuciones para el fondo de las pensiones, que en general no supera el 20% de los salarios.⁵⁵ Esto podría traducirse en desigualdad en el momento que los jubilados de una provincia reciban una pensión mayor que los jubilados de otra provincia. Existen también fraudes en los fondos de pensiones, que hacen que desaparezcan las pensiones de los jubilados.⁵⁶

Además, los sistemas de pensiones no cubren la posibilidad de reubicación de los migrantes ni su permanencia en las ciudades; en el sistema de salud y en el de pensiones tampoco se considera que las contribuciones sean transferibles

⁵² Dai Tian, “China unified pension system” en *ChinaDaily.Usa*, 14 de enero de 2015, [www.usa.chinadaily.com.cn, consultado el 15 de enero de 2015]

⁵³ *Ibid.*

⁵⁴ Leila Fernandez-Stembridge, “China: reformas en... *op.cit.*

⁵⁵ *Ibid.*

⁵⁶ *Ibid.*

entre provincias,⁵⁷ lo cual limita los beneficios derivados del proceso de flexibilización del sistema *hukou*.

Sistema *Hukou*

La reforma al sistema *hukou* es crucial para que se lleven a cabo mejoras salariales, se agilice el proceso de urbanización y, como se ha observado, se logren mejoras en la seguridad social y en el sistema de pensiones. El determinar el lugar de residencia de una persona influye en el acceso que dicha persona pueda tener a los beneficios públicos como los servicios de salud, las pensiones, la educación, etc. Junto con esto, el sistema *hukou* tiene una influencia considerable en los flujos de migración, determinando la dirección y la densidad demográfica.⁵⁸

En el año 2000 se buscó flexibilizar este sistema, ampliando los permisos para la población rural que pudiera comprobar la posesión de un trabajo legal o un lugar donde vivir. En 2010 el gobierno central eliminó algunas barreras formales ligadas al *hukou* que impedían el flujo migratorio. En una circular emitida en 2012 se propusieron soluciones al sistema *hukou* según el tamaño de las ciudades: para las ciudades pequeñas con pocos servicios públicos, los migrantes tenían que contar con un empleo estable y poseer o rentar una casa o local para poder cambiar su registro a urbano; para ciudades de tamaño mediano, podrán obtener la residencia urbana después de tres años de haber trabajado en la localidad; en

⁵⁷ Gabriela Correa y René Núñez, “Migración y exclusión en China: Sistema *hukou*” en *Revista problemas de desarrollo*, núm. 172, vol. 44, enero-marzo 2013, P. 120

⁵⁸ *Ibid.*, P. 117

las grandes ciudades sólo podrán obtenerla si cumplen con las restricciones de ingreso y nivel educativo impuestas.⁵⁹

Sin embargo, todas estas iniciativas para flexibilizar el sistema *hukou* no han garantizado un acceso equitativo a los servicios públicos en las zonas urbanas. Los gobiernos provinciales y locales han respondido a estas iniciativas según sus capacidades financieras, con lo cual han restringido el número de migrantes que podrían cambiar su *hukou*. Las barreras pasaron de ser legales a administrativas, estableciendo diferentes criterios de elegibilidad y de documentación probatoria según la provincia o localidad.⁶⁰

Estas limitantes son graves. Los trabajadores migrantes son una fuerza laboral fundamental en las zonas urbanas. De acuerdo con cifras oficiales, en China existen cerca de 245 millones de migrantes internos.⁶¹ Estos migrantes representan el 18% del total de la población y puede suponerse que su motivación principal para migrar es la búsqueda de un mejor ingreso en las zonas urbanas. Según Chloé Froissart, de 90 a 100 millones de estos migrantes son clandestinos, es decir, no cuentan con el *hukou* urbano para trabajar y tener acceso a la seguridad social. Froissart afirma que el 32% de los habitantes urbanos carecen de un *hukou* urbano en la ciudad en que residen.

A pesar de que las reformas al *hukou* han permitido que la población pueda moverse con mayor libertad, en general, los migrantes son víctimas de una

⁵⁹ Gabriela Correa y René Núñez, "Migración y exclusión... *op. cit.*, P. 112

⁶⁰ *Ibid.*, P. 111

⁶¹ *China Statistical Yearbook* 2014, [<http://www.stats.gov.cn>, consultado el 20 de septiembre de 2015]

Este dato fue inferido de la inconsistencia en el registro de residencia de la población, el cual se refiere al número de personas que han vivido en una localidad diferente a su área de registro por más de 6 meses,

desigualdad en el acceso a los servicios de salud, educación, vivienda y retiro. El sistema *hukou* también ha afectado negativamente sus niveles de salario.

Dos casos concretos muestran aspectos de desigualdad proveniente del sistema *hukou*. En el primer caso, en aras de cumplir con el compromiso del gobierno central de garantizar un mínimo de nueve años de escolaridad, los migrantes y sus hijos tienen acceso a un nivel de escolaridad secundario. Esto es un gran beneficio.⁶² Sin embargo, cuando se nota que los ciudadanos locales cuentan con un acceso a un nivel educativo superior, la brecha de desigualdad se mantiene. Es decir, aumenta el nivel de educación tanto de los migrantes como de los ciudadanos locales, pero los migrantes continúan teniendo acceso a un nivel educativo inferior.

El segundo caso proviene de una nota periodística. En julio de 2012 una fuerte lluvia azotó la ciudad de Beijing por 20 horas continuas, afectando tanto propiedades de migrantes como de residentes locales. La ayuda que la autoridad local brindó –refugio, cobijas, alimentos, agua, etc.–, no estuvo disponible para quienes no contaran con permiso de residencia permanente.⁶³

Urbanización

En China, la urbanización ha sido un importante facilitador para el crecimiento y el cambio social.⁶⁴ Mediante la urbanización, los individuos pueden contar con un mayor acceso a servicios públicos, lo cual mejora su calidad de vida. De ahí que se haya impulsado el proceso de urbanización en China. El proceso ha sido

⁶² Gabriela Correa y René Núñez, “Migración y exclusión... *op. cit.*, P. 114

⁶³ Peng Yining, “Heavy Storm Left Migrants in the Lurch”, 2012, *China Daily on line*, 27 de julio de 2012, [www.usa.chinadaily.com.cn/china/2012-07/27/content_15622498.htm, consultado el 10 de enero, 2015]

⁶⁴ *China. Structural Reforms for Inclusive Growth*, OECD, marzo 2014, (www.oecd.org/china/2014-03-China-report-EN.pdf, consultado el 27 de octubre de 2015), P. 4

bastante exitoso. Para el 2013 la tasa de urbanización era superior por dos puntos porcentuales a lo establecido como meta en el XII Plan Quinquenal.⁶⁵ Se prevé que para 2030 cerca del 70% de la población viva en zonas urbanas.⁶⁶

El proceso de urbanización en China tiene dos fuentes principales. Primero, la migración rural-urbana en combinación con el crecimiento natural de la población urbana, la cual supone el crecimiento de las ciudades, es decir, el aumento demográfico junto con el movimiento de la población rural a las zonas urbanas.⁶⁷ Segundo, existen ciertas medidas administrativas para la conversión de zonas rurales a urbanas. En la medida que las zonas rurales se desarrollen y cumplan con ciertos requisitos mínimos de servicios públicos (pavimentación, alumbrado, público, etc.), y de participación de actividades secundarias y terciarias, etc., pueden cambiar de status y denominarse como zonas urbanas. Ambas opciones van ligadas a la flexibilización y la reforma del sistema *hukou*

Sin embargo, el proceso de urbanización ha traído consigo grandes retos. Existen fuertes presiones en el uso de la tierra, en el medio ambiente y en el trato justo para los nuevos habitantes. De los poco más 731 millones de habitantes de las ciudades en 2013, se calcula que cerca de 245 millones son migrantes,⁶⁸ lo que implica la existencia de problemas para que los gobiernos locales cuenten con los fondos necesarios para ofrecer los servicios sociales necesarios.

⁶⁵“China: A new Approach for Efficient, Inclusive, Sustainable Urbanization” en El Banco Mundial, marzo 26 de 2014, [www.worldbank.org/en/news/press-release/2014/03/25/china-a-new-approach-for-efficient-inclusive-sustainable-urbanization.print, consultado el 19 de enero 2015]

⁶⁶ *Ibid.*

⁶⁷ Gabriela Correa y René Núñez, “Migración y exclusión... *op. cit.*, P. 117

⁶⁸ Información obtenida de *China Statistical Yearbook 2014*, [http://www.stats.gov.cn/english/statisticaldata/AnnualData/], consultado el 27 de octubre 2015]

Los efectos provocados al medio ambiente deben considerarse también. La contaminación del aire y del agua son grandes problemas. De 2005 a 2010 China experimentó un aumento del 90% en el costo por muertes relacionadas con la contaminación del aire. En el 2008 los niveles de contaminación del aire se reportaron dos o tres veces más altos que los niveles permitidos por la Organización Mundial de la Salud; en 2013 murieron alrededor de 700,000 personas por problemas de salud relacionados con la contaminación del aire.⁶⁹ Se calcula que el 40% de los ríos chinos están contaminados.⁷⁰ El garantizar el suministro de agua también es otro problema para las ciudades del norte de China.⁷¹

Además, la urbanización está acabando con las tierras cultivable. Para 2014 las tierras cultivables disponibles eran cerca de 120 millones de hectáreas, cantidad considerada como la mínima indispensable para asegurar la seguridad alimentaria de China.⁷² Junto con esto, la tierra efectivamente cultivada también ha disminuido: en 2004 fue de 153.6 millones de hectáreas, 2,100,000 hectáreas menos que en 1998.⁷³ Sin embargo, hay que considerar que el aprovechamiento de la tierra ha mejorado, lo que resulta en una mayor producción de bienes en una menor extensión de tierra, mitigando las consecuencias que una reducción de la tierra efectivamente cultivada pudiera tener sobre la producción de alimento.

⁶⁹ Lianne Yu, *Consumption in China. How China's new ideology is shaping the nation*, E.E.U.U. y Gran Bretaña: Polity Press, 2014, P. 160

⁷⁰ LiAnne Yu, *Consumption in China: How China's New... op.cit.*, P. 160

⁷¹ "China: A new Approach for Efficient... *op. cit.*

⁷² *Ibid.*

⁷³ María Teresa Rodríguez y Rodríguez, "Desarrollo rural con apertura al exterior" en *China: radiografía de una potencia en asenso*, Coord. Romer Cornejo, México D.F., El Colegio de México, 2008

CONCLUSIONES

Durante el proceso reformista iniciado en la década de los ochenta se ha dado prioridad al desarrollo de ciertas variables económicas en detrimento de otras, en especial en detrimento del consumo interno. Sin embargo, el desempeño económico de los últimos treinta años ha sido excepcional y trajo, a nivel general, beneficios a la mayoría de la población. Las desigualdades crecientes en el ingreso disponible per cápita y las brechas entre ciudad-campo y a nivel regional fueron consecuencias negativas de las reformas. Debido a esto y junto a los efectos provocados por la crisis financiera internacional de 2008, el liderazgo chino decidió replantear la orientación de sus políticas económicas.

Uno de los objetivos principales de la nueva estrategia es el de disminuir la dependencia del crecimiento económico respecto a las exportaciones y a la inversión, para que dependa más del consumo interno como motor de crecimiento. La aplicación de políticas económicas de fomento al mercado interno –enfocadas a las mejoras en el sistema de seguridad social, en el sistema de pensiones, de urbanización, etc.–, se traducirían en beneficios para la población y en un mayor ingreso disponible. Por otro lado, estas políticas de fomento al mercado interno buscan también aumentar la confianza del consumidor, haciendo que disminuya su tasa de ahorro y aumente su nivel de consumo.

Según un pronóstico hecho por *McKinsey & Co.*, el consumo privado en China podría alcanzar una participación en el PIB de 41% para 2015 y una de 45% para el 2025.⁷⁴ El consumo interno resulta crucial en la creación de un crecimiento económico mas equitativo debido a la propensión a consumir del individuo y al

⁷⁴ Lo cual, en realidad sería llegar a los niveles de participación de la década de los noventa (Gráfica 4).

efecto multiplicador del ingreso; el aumento de la participación del consumo en el PIB está relacionado con la reducción de pobreza y con una mejora en la calidad de vida de la población.⁷⁵

Si efectivamente puede hablarse de un cambio en la orientación de las políticas económicas desde inicios del siglo XXI por los motivos ya señalados y con el objetivo de crear una economía más equilibrada mediante el desarrollo del consumo interno, cabe preguntar ¿quién es este nuevo consumidor producto de este cambio de orientación y generador del futuro crecimiento económico chino? Esto lo analizaré en el siguiente capítulo.

⁷⁵ Steven Barnett et. al, “China y sus gastos” en *Finanzas & Desarrollo*, FMI, septiembre de 2012, <https://www.imf.org/external/Pubs/FT/fandd/spa/2012/09/pdfs/barnett.pdf> , consultado el 20 de septiembre de 2015], P. 30

CAPÍTULO II.

EL CONSUMIDOR CHINO: CARACTERÍSTICAS Y PREFERENCIAS

A partir de inicios del siglo XXI, el gobierno chino ha introducido una serie de políticas económicas, revisadas en el capítulo anterior, encaminadas a fomentar el mercado interno y el consumo privado. El consumo, entendido como la compra de los bienes y servicios, esta en función del ingreso disponible. Si las políticas de aumento salarial, de mejora al sistema de seguridad social y al sistema de pensiones y de impulso a la urbanización logran ganar la confianza de los consumidores, éstos destinarán mayor proporción de su ingreso disponible al consumo y una menor proporción al ahorro.

Sin embargo, ¿quién conforma el grueso del grupo de consumidores en China? Mi objetivo principal al escribir este capítulo es analizar la composición y las características de estos consumidores, acotándolo a la clase media urbana. Además, corroborar si sus actitudes y comportamientos están relacionados con las políticas económicas de fomento al mercado interno.

En esta investigación, al hablar del grupo de consumidores me refiero a los consumidores de clase media urbana. El concepto de la clase media, como se verá más adelante, es difícil de acotar; sin embargo, existen ciertas definiciones que pueden utilizarse. El énfasis se hace en este grupo particular debido a que la clase media es considerada como la base estabilizadora de una economía;

además, es el grupo social que demanda mayor cantidad y diversidad de bienes y servicios.⁷⁶

En una primera sección definiré quién conforma el grupo de consumidores y el por qué decidí confinar este estudio a la clase media urbana. Una vez definido, analizaré las características y los comportamientos principales de los consumidores. Finalmente, estudiaré la proporción del crecimiento del consumo respecto al PIB, poniendo énfasis en los aspectos o situaciones que claramente son resultado de la aplicación de las políticas económicas destinadas al fomento del mercado interno. Para alcanzar este objetivo, recabaré datos estadísticos, tendencias y características obtenidos principalmente de los estudios de grandes consultoras internacionales: *Bain & Company* y *Mckinsey & Company*. Gracias a estos datos, podré determinar las prácticas generales y las preferencias de consumo de la clase media urbana china.

LOS CONSUMIDORES CHINOS: CLASE MEDIA

En el XII Plan Quinquenal 2011-2015 el gobierno chino fijó un objetivo clave para el futuro desarrollo económico de China: cambiar las políticas económicas para que el crecimiento económico dependiera en menor medida de la inversión y la exportación de productos, y en mayor medida del consumo interno. El desarrollo del consumo interno va ligado a la creación y al crecimiento de la clase media. Según Zhang Yuan, el tamaño de la clase media es de suma importancia para

⁷⁶ Zhang Yuan, Guanghua Wan, Niny Khor, *The Rise of the Middle Class in the People's Republic of China*, ADB Economics Working Paper Series No. 247, Febrero 2011, [<http://www.adb.org/sites/default/files/publication/28436/economics-wp247.pdf>, consultado el 4 de mayo de 2015], P. 25

garantizar la estabilidad económica, ya que la clase media es la principal consumidora de bienes y servicios modernos.⁷⁷ El tamaño de la clase media afecta el crecimiento económico debido a que los hogares de clase media generalmente poseen un alto nivel de capital humano, son más emprendedores y apoyan más las reformas políticas y económicas.⁷⁸ Sobre todo, la clase media es la gran clase consumidora; cuenta con un mayor nivel educativo y una mayor motivación para trabajar, por lo que constituye el grueso del capital humano en la economía. Zhang Yuan concluye que la clase media es clave para la transformación estructural, la mejora en la productividad y para escapar la trampa del ingreso medio.⁷⁹

Sin embargo, ¿cómo se define a la clase media? Y aún más importante, ¿cómo se define en China? En realidad, no existe una definición específica, nacional o internacional, de la clase media. Un acercamiento subjetivo, en el cual el indicador del nivel de ingreso por si solo no es suficiente para definir a la clase media,⁸⁰ considera ciertas características que ayudan a definirla: el sentido de pertenencia, la visión de la vida que se tiene y la autopercepción. Además, existen otros indicadores socioeconómicos del nivel de vida de la población: el número de automóviles en las zonas urbanas, el tipo de empleo que se posee, el nivel de ventas de casas habitación, el nivel de escolaridad de la población, la proporción de mujeres en la fuerza laboral, la calidad de la vivienda, la compra de seguros, el

⁷⁷ Zhang Yuan “The rise of middle class in...”, *op.cit.*, P. 9

⁷⁸ *Ibid.*, P. 2

⁷⁹ La trampa del ingreso medio se refiere a la incapacidad de un país para convertirse en un país de ingreso alto, por lo que se mantiene como un país de ingreso medio. La “trampa” se da cuando la distribución desigual del ingreso no puede solucionarse. Zhang Yuan “The rise of middle class in...”, *op.cit.*, P. 25-26

⁸⁰ Anthony B Atkinson y Andrea Brandolini, “On the identification of the Middle Class”, *Income Inequality. Economic Disparities and the Middle Class in Affluent Countries*, ed. Janet C. Gornick y Markus Jäntti, Stanford, Stanford University Press, 2013, P.88

tipo de hospitales utilizados, las salas de cine, el turismo y las universidades, entre otros.⁸¹

La educación es el medio de superación y movilidad social por excelencia de la clase media. Aunado a esto, la mayor parte de la población en una economía preponderantemente *clasemediera* se emplea principalmente en el sector servicios;⁸² tiene un interés creciente por la cultura, el cine y otras formas de entretenimiento; busca poseer una casa propia o alquilar una para garantizar el desarrollo de su familia; sí cuenta con una casa propia, busca mejorarla; posee automóvil y otro tipo de satisfactores materiales. Para la clase media es crucial contar con televisión, internet y redes sociales virtuales.⁸³

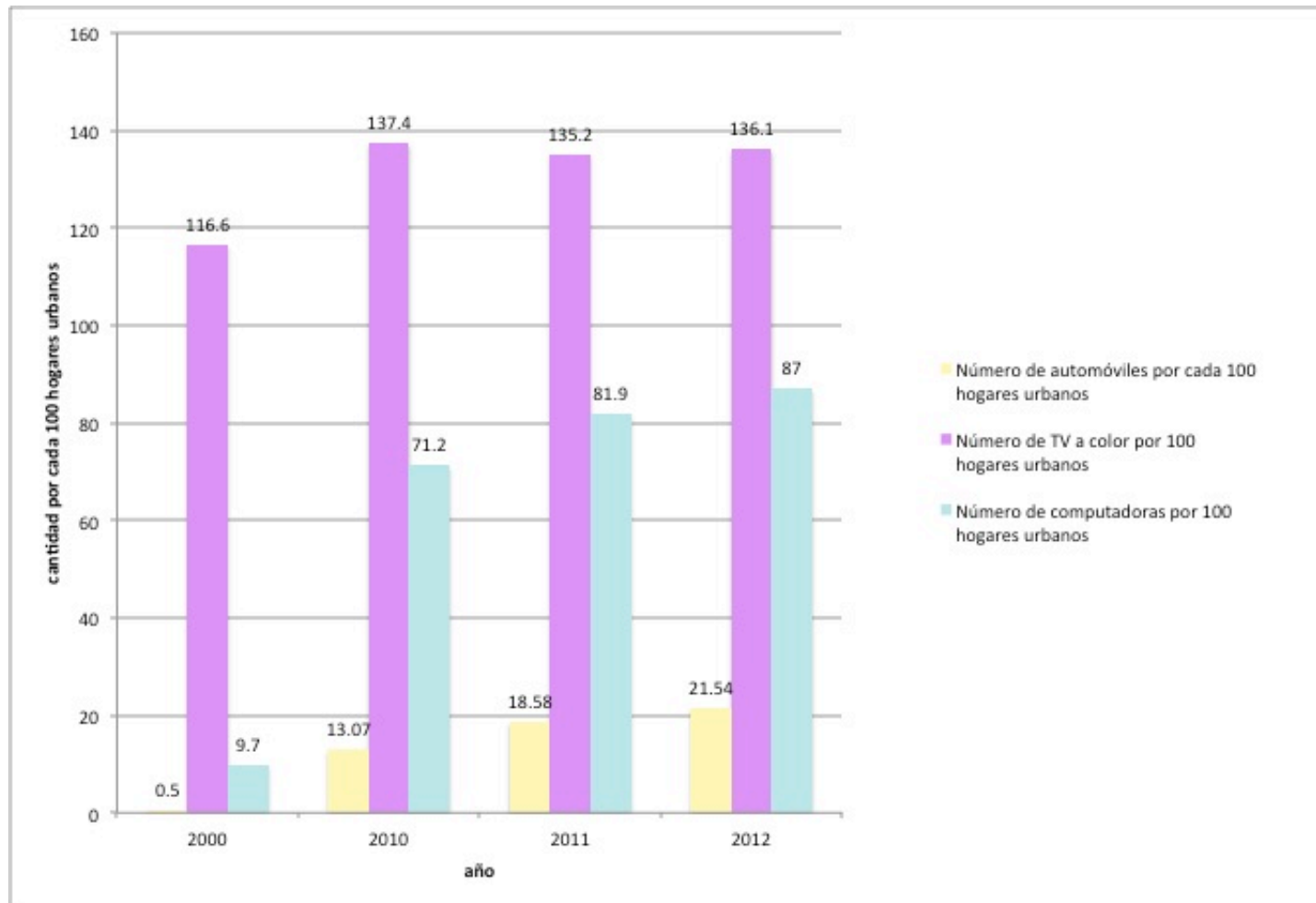
Desde esta perspectiva es posible hablar de la existencia de una clase media en China (Gráfica 1). El aumento de la posesión de computadoras, por ejemplo, es particularmente relevante. Más adelante se verá que una de las nuevas tendencias del consumidor chino es comprar en línea.

⁸¹ Luis de la Calle y Luis Rubio, *Clasemedieros. Pobre no más, desarrollado aún no*, México D.F., CIDAC, 2010, P. 15

⁸² Cobrando el sector servicios mayor importancia frente al sector agrario

⁸³ Luis de la Calle y Luis Rubio, *Clasemedieros... op. cit.*, P. 15

Gráfica 1. Cantidad de Automóviles, televisores a color y computadoras por cada 100 hogares urbanos



Elaboración propia. Información obtenida de *China Statistical Yearbook 2013*, [http://www.stats.gov.cn/english/statisticaldata/AnnualData/], consultado el 3 de mayo 2015]

Por otro lado, según el enfoque objetivo o más bien esencialmente económico se define a la clase media en términos del ingreso disponible de los hogares. La Oficina Nacional de Estadísticas de China (2009) se refiere a la clase media urbana como aquel grupo cuyo ingreso se encuentra entre el segundo y el cuarto quintil de los ingresos de los hogares, lo que correspondería a un ingreso disponible anual per cápita de entre 18,482.7 y 32,415.1 yuanes, equivalentes en 2013 a entre \$2,981.67 y \$5,229.27 dólares respectivamente (Cuadro 1).⁸⁴

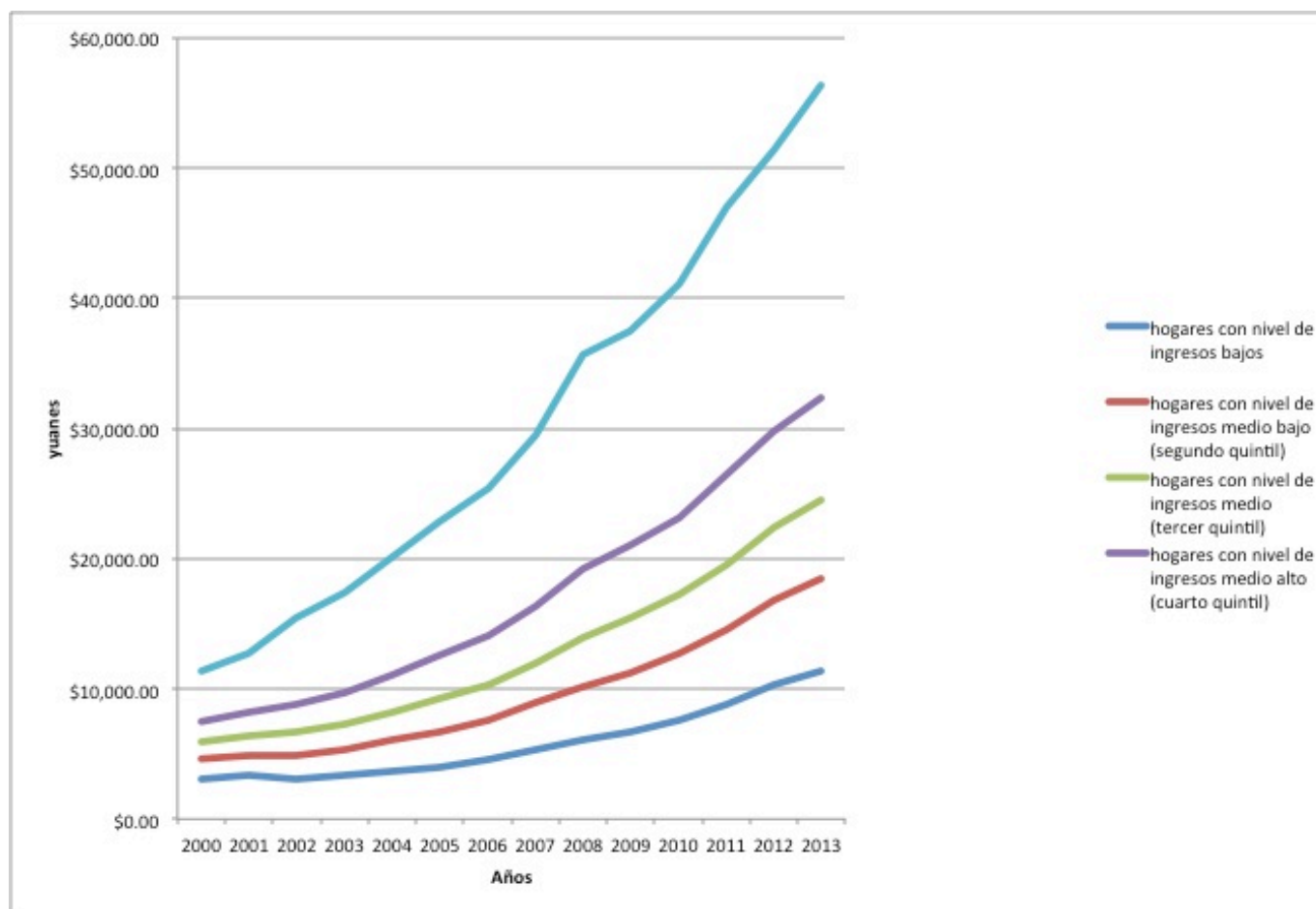
Cuadro 1. Ingreso disponible per cápita de los hogares urbanos por quintiles de ingresos (yuanes)

	Ingreso disponible per cápita de los hogares urbanos por quintiles de ingresos (yuanes)				
	hogares con nivel de ingresos bajos	hogares con nivel de ingresos medio bajo (segundo quintil)	hogares con nivel de ingresos medio (tercer quintil)	hogares con nivel de ingresos medio alto (cuarto quintil)	hogares con nivel de ingresos altos
2000	\$3,132.00	\$4,623.50	\$5,897.90	\$7,487.40	\$11,299.00
2001	\$3,319.70	\$4,946.60	\$6,366.20	\$8,164.20	\$12,662.60
2002	\$3,032.10	\$4,932.00	\$6,656.80	\$8,869.50	\$15,459.50
2003	\$3,295.40	\$5,377.30	\$7,278.80	\$9,763.40	\$17,471.80
2004	\$3,642.20	\$6,024.10	\$8,166.50	\$11,050.90	\$20,101.60
2005	\$4,017.30	\$6,710.60	\$9,190.10	\$12,603.40	\$22,901.30
2006	\$4,567.10	\$7,554.20	\$10,269.70	\$14,049.20	\$25,410.80
2007	\$5,364.30	\$8,900.50	\$12,042.20	\$16,385.80	\$29,478.90
2008	\$6,074.90	\$10,195.60	\$13,984.20	\$19,254.10	\$35,667.80
2009	\$6,725.20	\$11,243.60	\$15,399.90	\$21,018.00	\$37,433.90
2010	\$7,605.20	\$12,702.10	\$17,224.00	\$23,188.90	\$41,158.00
2011	\$8,788.90	\$14,498.30	\$19,544.90	\$26,420.00	\$47,021.00
2012	\$10,353.80	\$16,761.40	\$22,419.10	\$29,813.70	\$51,456.40
2013	\$11,433.70	\$18,482.70	\$24,518.30	\$32,415.10	\$56,389.50

Elaboración propia. Información obtenida de *China Statistical Yearbook 2014*, [http://www.stats.gov.cn/english/statisticaldata/AnnualData/], consultado el 26 de mayo 2015]

⁸⁴ Tomando un tipo de cambio de \$6.198775 yuanes por dólar. Tipo de cambio promedio de 2013, [http://portalweb.sgm.gob.mx/economia/es/tipos-de-cambio/cny-usd/443-tablas-renmimbi-yuan-chino-us-dolar.html, consultado el 19 de febrero de 2015]

Gráfica 2. Ingreso disponible per cápita de los hogares urbanos por quintiles de ingresos (yuanes)



Elaboración propia. Información obtenida de *China Statistical Yearbook 2014*,
[\[http://www.stats.gov.cn/english/statisticaldata/AnnualData/\]](http://www.stats.gov.cn/english/statisticaldata/AnnualData/), consultado el 26 de mayo 2015]

Como resultado de las reformas, el ingreso de la población aumentó. Como puede verse en la Gráfica 2, las tasas de crecimiento del ingreso disponible per cápita de los hogares urbanos según los quintiles en los que se clasifican han aumentado en gran medida. Sin embargo, al estudiar el nivel real de dichos ingresos per cápita (Cuadro 1), existe una gran disparidad. Para el 2000 la diferencia de los ingresos entre los hogares con altos niveles de ingreso y los hogares con bajos niveles de ingresos era de casi 8,000 yuanes, mientras que para el 2013 era de casi 45,000 yuanes. Dentro de los 3 quintiles en los cuales se clasifica a la clase media, también encontramos una gran disparidad: mientras que en el 2000 la diferencia entre el cuarto quintil y el segundo quintil era menos de 3,000 yuanes para el 2013 era de casi 14,000 yuanes. Esto no implica que los ingresos de los hogares del segundo, tercer y cuarto quintil hayan tenido un crecimiento de 299.75%, 315.71% y 332.92% respectivamente de 2000 a 2013.

Puedo entonces concluir que ha existido una mejora en el nivel de ingresos disponible de los hogares urbanos de 2000 a 2013 a nivel general, aunque esto no evitó que la brecha entre los ingresos disponibles per cápita de los diferentes grupos también ha aumentado.

Además de estas definiciones de clase media, existen muchas otras que contemplan diferentes parámetros para definirla. Por ejemplo, algunos teóricos como Milanovic y Yitzhaki entienden a la clase media según su Paridad del Poder Adquisitivo (PPA) de entre \$3,470 y \$8,000 dólares. Bajo este mismo criterio, el Banco Mundial define a la clase media según un PPA de entre \$4,000 y \$17,000 dólares. Por otra parte, Kharas define a la clase media como aquella con un gasto diario per cápita según un PPA de \$10-\$100 dólares. Banerjee y Duflo consideran

dos rangos: un PPA de \$2-4 dólares y un PPA de \$6-10 dólares.⁸⁵ Zhang Yuan considera un PPA de \$2-20 dólares de ingreso per cápita diario para definir a la clase media china urbana.⁸⁶ Joshua Keating, analista político, considera que la forma correcta para encontrar la clase media de cada país –ya que este concepto depende de diferentes variables que hacen imposible tener una definición única para todas las naciones–, es el número de personas cuyo ingreso se encuentra arriba del 25% y debajo del 25% de la media del ingreso.⁸⁷

El debate sobre la definición de la clase media es complejo y no se ha podido establecer un consenso. Esto, sin embargo, no evita el hecho de que, bajo una u otra definición exista una clase media. En China, desde el 2007 la mayoría de los hogares se han considerado de clase media.⁸⁸ El Banco de Desarrollo Asiático, (ADB por sus siglas en inglés), señaló en su Informe Anual 2013 que, después de 3 décadas de crecimiento económico dirigido, ha mejorado el nivel de vida de la población. Concluyó que la República Popular China se ha transformado en un país de ingreso medio superior.⁸⁹ Esto se debe principalmente, según Zhang Yuan, al desarrollo de los mercados, la industrialización y la privatización.⁹⁰ Existe, además, un aumento de los ingresos disponibles per cápita y de la posesión de satisfactores materiales en los grupos percentiles que el gobierno chino considera como clase media.

⁸⁵ Zhang Yuan “The rise of middle class in rural China”... *op.cit.* P. 3-4

⁸⁶ *Ibid.*, P. 11

⁸⁷ Joshua Keating, *Who is middle class? You get a very different picture of the world depending on whose definition you use*, junio 12 de 2014,

[www.slate.com/articles/health_and_science/science/2014/06/definition_of_middle_class_economists_developing_countries_and_agencies_disagree.html], consultado el 19 de febrero de 2015]

⁸⁸ Según un dato de Zhuan Yuan en 1991 el 40% de los hogares en China eran pobres, Zhang Yuan “The rise of middle class in...”... *op.cit.* P. 8

⁸⁹ ADB, *Annual Report 2013*, [<http://www.adb.org/sites/default/files/adb-annual-report-2013.pdf>], consultado el 27 de julio de 2014], P. 20

⁹⁰ Zhang Yuan “The rise of middle class in rural China”... *op.cit.* P. 33

Para fines de esta investigación tomaré la clasificación oficial, es decir, la clasificación establecida por la Oficina Nacional de Estadísticas de China (Cuadro 1), la cual considera a los individuos pertenecientes al segundo, tercer y cuarto quintil como la clase media china.

CARACTERÍSTICAS Y PRÁCTICAS DEL CONSUMO CHINO URBANO

A continuación estableceré las características principales de este grupo de consumidores de clase media de las zonas urbanas, estableciendo sus prácticas y preferencias. La principal fuente de información proviene de la extracción de datos de los informes, en algunos casos especiales y en otros anuales, de grandes consultoras como *McKinsey & Co.* y *Bain & Co.*, aunque también se ha analizado información de otras fuentes para contar con una apreciación más completa.

El aumento del consumo de los individuos en China puede explicarse por el aumento del ingreso disponible, previamente analizado, y verificarse a partir de las tendencias de consumo, así como por la mayor disponibilidad de bienes y servicios en el mercado interno. Sin embargo, otros factores también ayudan a entender el por qué del aumento del consumo en la clase media china y a comprobarlo.

Según las investigaciones etnográficas de Eileen Yu-Ha Tsang y LiAnne Yu⁹¹ y las investigaciones de *Bain & Co.* y *McKinsey & Co.*, el consumo en China va más allá de la simple adquisición de bienes y servicios. El consumir, sobre todo artículos de lujo, otorga a los individuos cierto nivel social y prestigio,

⁹¹ LiAnne Yu, *Consumption in China: How China's New... op.cit.*, y Eileen Yuk-Ha Tsang, *The New Middle Class in China: Consumption, Politics and the Market Economy*, Hampshire, Palgrave MacMillan, 2014

distinguiéndolos de otras clases sociales. El consumo ayuda a los individuos a crear una identidad propia y a relacionarse con otros individuos que comparten sus gustos y preferencias.

Tanto Yuk-Ha como Yu determinan que una consecuencia de la Política del Hijo Único es que los jóvenes, al ser los únicos beneficiarios de la atención y los ingresos de sus padres y abuelos, tienen acceso a un ingreso disponible mucho mayor que el de jóvenes de otras naciones. Considerando que nunca vivieron las mismas durezas económicas y políticas que sus padres y abuelos, prefieren no ahorrar para el futuro, por lo que adquieren bienes y servicios, los cuales les otorgan los beneficios materiales y sensoriales que buscan.

En general, la tendencia de los jóvenes chinos es contraer matrimonio alrededor de los 30 años.⁹² Ya que la mayoría de estos jóvenes tiene un empleo pero viven en casa de sus padres hasta casarse, no enfrentan grandes gastos. Esto, aunado a lo anterior, les permite tener mayor nivel de ingreso disponible y por lo tanto, de consumo. Según datos del estudio de Bain & Co., *Global luxury goods market expected to sustain steady momentum with 2-4 percent real growth in 2015*, de Claudia D'Arpizio, el consumo de artículos de lujos a nivel global fue de \$350 millones de dólares en 2015, el consumo chino de éstos artículos representó más del 30%.⁹³ Sin embargo, el total de los bienes de lujo no fueron adquiridos por la élite económica china, más bien fueron adquiridos por profesionales urbanos con un ingreso promedio. La mayoría de estos compradores tienen entre los 25 y 28 años (15 años más jóvenes que

⁹² Eileen Yuk-Ha Tsang, *The New Middle Class...*, *op.cit.*, P. 102

⁹³ Claudia D'Arpizio, "Global luxury goods market expected to sustain steady momentum with 2-4 percent real growth in 2015", *Bain & Co.*, 21 de mayo 2015, (www.bain.com/about/press/press-releases/spring-2015-worldwide-luxury-goods-update-press-release.aspx, consultado el 27 de octubre de 2015)

consumidores similares en Europa y 25 años más jóvenes que los consumidores de los Estados Unidos).⁹⁴

Por otra parte, la liberalización económica ha permitido una mayor disponibilidad de bienes y servicios antes inexistentes en China. Las campañas publicitarias también han jugado un papel importante al influir en la concepción de los individuos sobre la idea de que los artículos que adquieran les ayudarán a conseguir el prestigio y el nivel social que buscan. La publicidad frecuentemente coloca a los bienes en el centro de las relaciones sociales.⁹⁵ Junto con esto, los consumidores chinos cada vez conocen más marcas mediante la creciente cantidad de anuncios publicitarios y el mayor acceso y uso del Internet. Según un estudio de *McKinsey & Co.*, la familiaridad de los consumidores chinos con marcas de lujo ha crecido enormemente: en 2010 los individuos estaban familiarizados con casi el doble de las marcas que conocían en 2008.⁹⁶

Estudios hecho por *Bain & Co.* y *McKinsey & Co.* sobre el comportamiento de los consumidores chinos, basados principalmente en encuestas, ayudan a comprender las características y preferencias de los consumidores chinos. En general, el consumidor chino posee cuatro características principales: es un consumidor digital, exigente, selectivo y que prefiere consumir artículos de lujo.

Es importante resaltar que los consumidores a los que se refieren estos estudios son aquellos consumidores urbanos de clase media. El estudio de *McKinsey & Co.*, *Meet the 2020 Chinese Consumer* (2012), define a estos consumidores como aquellos habitantes urbanos cuyos ingresos se sitúan entre

⁹⁴ LiAnne Yu, Consumption in China: How China's New... *op.cit.*, P. 69

⁹⁵ *Ibid.*, P. 123

⁹⁶ *Ibid.*, P. 70

16,000 y 34,000 yuanes. Esto coincide en gran medida con los grupos del segundo, tercer y cuarto quintil en que el gobierno china cataloga a la clase media (Cuadro 1). Es decir, los consumidores principales a los que se refiere el estudio de *McKinsey & Co.* se ajustan a la definición de clase media establecida por el gobierno chino.

Según el análisis de esta consultora, por ejemplo, este grupo de consumidores representaba el 1% de los 147 millones de hogares urbanos chinos en el 2000, el 6% de los 226 millones de hogares urbanos chinos en 2010 y representará, si sus pronósticos son acertados, el 51% de los 328 millones de hogares urbanos chinos para 2020.⁹⁷

Una tendencia principal que resaltan ambas consultoras es el consumo en línea. Según un estudio *What Chinese Shoppers Really Do But Will Never Tell You 2012* de *Bain & Co.* en el cual se encuestaron 40,000 individuos en 373 ciudades de 20 provincias y de las 4 municipalidades de China, los consumidores chinos urbanos son consumidores digitales o tecnológicos ya que utilizan sus *smartphones* o dispositivos electrónicos para adquirir bienes en línea. El pago lo efectúan mediante la banca en línea o intermediarios. También tienden a comparar el precio en diferentes tiendas electrónicas antes de decidirse a comprar un producto. El aumento de los usuarios de teléfonos va de acuerdo con esta tendencia de consumo digital: en 2012 el 66% de los usuarios de teléfonos

⁹⁷ Yuval Atsmon y Max Magni “Meet the 2020 Chinese Consumer”, McKinsey & Company, marzo de 2012, [https://solutions.mckinsey.com/insightschina/_SiteNote/WWW/GetFile.aspx?uri=%2Finsightschina%2Fdefault%2Fen-us%2Fabout%2Four_publications%2FFiles%2Fwp2055036759%2FMckinseyInsightsChina-MeetThe2020ChineseConsumer_fd6a761f-2b88-4e8f-a7cc-8afac03a88f1.pdf, consultado el 20 de septiembre de 2015], P. 15

móviles en China usaban *smartphones*, a diferencia del 53% de los usuarios estadounidenses.⁹⁸

El consumo en línea de las compras al por menor en 2012 fue mayor en China que en países como Estados Unidos, Japón, Alemania y Canadá, representando casi el 9% del total de sus compras al por menor (Cuadro 4). Para 2014 se estimó que el 12% del total de sus compras al por menor se efectuaron en línea.⁹⁹ En 2014, China contaba con alrededor de 200 millones de compradores en línea, sobrepasando los 170 millones de compradores en línea existentes en los Estados Unidos. Sin embargo, estos compradores representan solamente el 14.66% del total de la población china mientras que en el caso de Estados Unidos, representan cerca del 53% de la población.¹⁰⁰ Al analizar el número de compras en línea considerando la proporción que representa respecto a la población de cada país, puede concluirse que el consumo en línea en China ha crecido en términos absolutos, pero proporcionalmente es aún inferior al de Estados Unidos.

Según información del *China Internet Network Information Center*, se estima que para 2015 más de 700 millones de personas –alrededor del 51.3% de la población china–, comprarán en línea, más del doble del total de la población estadounidense.¹⁰¹ De 2009 a 2012, el comercio en línea ha tenido un crecimiento excepcional en China, aumentó 71% en este periodo, mientras que en los Estados Unidos aumentó un 13% solamente.¹⁰²

⁹⁸ Serge Hoffmann y Bruno Lannes, *China's e-commerce prize*, Bain&Company, 2013, [http://www.bain.com/Images/BAIN_BRIEF_Chinas_e-commerce_prize.pdf, consultado el 4 de julio 2014]

⁹⁹ LiAnne Yu, *Consumption in China*, op.cit., P 50

¹⁰⁰ Cálculo hecho a partir de la población estadounidense en 2014 – 318,900,000 de habitantes aproximadamente - y de la población china en 2014 -1,364,000,000 de habitantes aproximadamente.

¹⁰¹ LiAnne Yu, *Consumption in China*, op.cit., P. 50

¹⁰² Serge Hoffmann y Bruno Lannes, *China's e-commerce prize*, op.cit

En 2012, de los casi 600 millones de usuarios de Internet en China, 420 millones regularmente se conectaban mediante sus teléfonos móviles.¹⁰³ El tiempo promedio de uso del Internet es de poco mas de veinte horas a la semana y se calcula que el 30.4% de los usuarios tienen entre 20 y 29 años de edad.¹⁰⁴ Es decir, son jóvenes. En un reporte hecho por Serge Hoffmann y Bruno Lannes para *Bain & Co.*, en el que se entrevistó a 1,300 compradores en línea, se señala que en 2012 los consumidores en línea chinos gastaron 1,300 millones de yuanes en compras en línea, lo que representa un aumento del 70% de 2009 a 2012. Se espera que llegue a los 3,300 millones para 2015.¹⁰⁵

McKinsey & Co. señala que el rápido desarrollo de aplicaciones para comprar en dispositivos móviles, y de sistemas de pago en línea, junto con el desarrollo de la infraestructura de logística, fomentará aún más el consumo en línea. La consultora pronostica que para 2020 el consumo en línea de electrónicos aumentará entre un 30% ó 40%.¹⁰⁶ Una de las razones que justifica el aumento del consumo en línea en las zonas urbanas de China, según *McKinsey & Co.*, es la conveniencia que representa el adquirir bienes en línea en ciudades altamente pobladas, así como el acceso a productos únicos, la calidad de los servicios, o el precio, entre otros.¹⁰⁷

¹⁰³ Serge Hoffmann y Bruno Lannes, *China's e-commerce prize*, *op.cit*

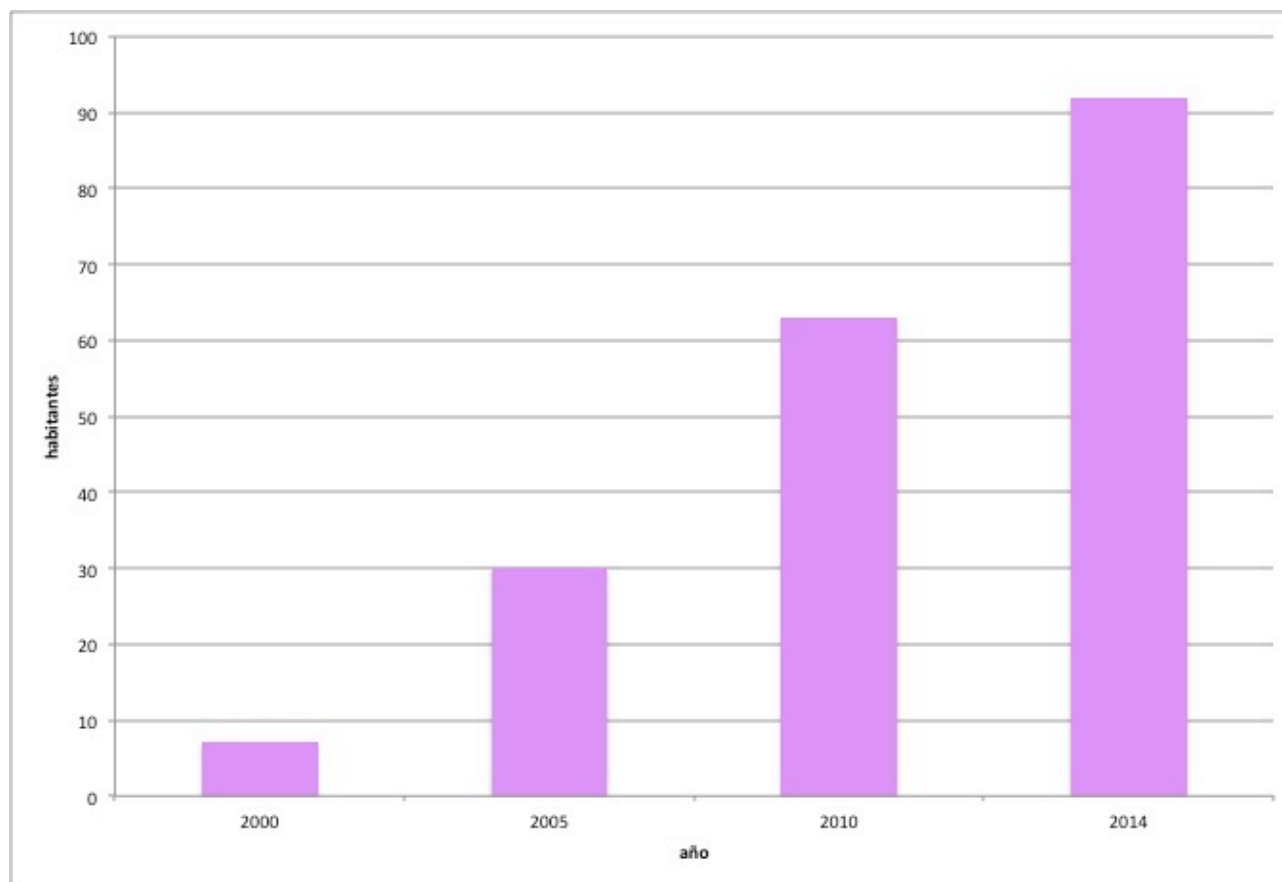
¹⁰⁴ *Ibid.*

¹⁰⁵ *Ibid.*

¹⁰⁶ Yuval Atsmon y Max Magni "Meet the 2020 Chinese Consumer" ..., *op. cit.*, P. 29

¹⁰⁷ *Ibid.*, P. 29

Gráfica 3. Suscripción a la telefonía celular a nivel nacional (por cada 100 habitantes).



Elaboración propia. Información obtenida del Banco Mundial, [<http://data.worldbank.org/indicador>, consultado el 20 de septiembre de 2015]

Los estudios tanto de Bain & Co., como de McKinsey & Co. y de LiAnne Yu, señalan que la diferencia entre comprar en línea o físicamente es cada vez menor. LiAnne Yu argumenta que un consumidor puede pasar del plano físico al virtual y viceversa para comparar algún producto sin mayor complicación. Es bastante común que los consumidores chinos vayan a una tienda a conocer físicamente el producto que buscan y, posteriormente, ingresen a la red para buscar el mejor precio disponible y comprar el producto en línea. En la investigación de Serge Hoffmann y Bruno Lannes, en la cual encuestaron a 1,300 compradores en línea de diferentes ciudades y con diferente edad y niveles de ingreso y educación, encontraron que cerca del 70% de los compradores en línea fueron primero a la tienda física a conocer el producto y hacer su selección, y posteriormente compraron el producto en línea.¹⁰⁸ La motivación para comprar en línea es el precio.¹⁰⁹

Cuadro 2. Porcentaje del gasto en línea del total de las compras al por menor.

Gasto en línea como % del total de compras al por menor en 2012	
CHINA	9.10%
EE.UU.	5.20%
ALEMANIA	5%
JAPÓN	3.90%
CANADÁ	1.60%

Elaboración propia. Información obtenida *Bain & Company*, Insights Infographic, China. The world's biggest online shopper [www.bain.com, consultado el 4 de julio de 2014]

¹⁰⁸ Serge Hoffmann y Bruno Lannes, *China's e-commerce prize*, op.cit

¹⁰⁹ *Ibid.*

Otra de las características de los consumidores chinos es que son consumidores racionales y selectivos. Tanto McKinsey & Co. como Bain & Co. califican a los consumidores chinos como desleales porque, en general, no tienen un apego incondicional a alguna marca. Más bien, analizan sus compras y escogen los productos según el mayor beneficio que puedan obtener de el, por lo cual más que considerarlos consumidores desleales, yo los consideraría consumidores racionales y selectivos.

Según el estudio de McKinsey & Co., *Understanding the Mainstream consumer: new spending patterns* (2012), los consumidores chinos, a diferencia de sus pares occidentales, han sido históricamente menos apegados a las marcas, prefiriendo escoger artículos de entre varias de sus marcas favoritas. Sólo el 46% de los encuestados dice haberse apegado a una marca particular de cierto producto.¹¹⁰ El estudio de *What Chinese shoppers really do but will never tell you* (2014) de Bain & Co. confirma esta práctica. Señala que los consumidores gustan de comprar productos de diferentes marcas.¹¹¹ El análisis de esta consultora encuentra que a medida que los consumidores adquieren más bienes de cierta categoría, en las compras subsecuentes tienden a comprarlos de diferentes marcas dentro de la misma categoría.¹¹²

Sin embargo, Bain & Co. y Yu señalan que los consumidores chinos compran de forma regular la misma marca en ciertos productos, tales como fórmula y pañales para bebés, cerveza, leche, refrescos y goma de mascar. Yu

¹¹⁰ Yuval Atsmon y Max Magni “Meet the 2020 Chinese Consumer” ..., *op. cit.*, P. 28

¹¹¹ Bruno Lannes y Mike Booker, “What Chinese shoppers really do but will never tell you”, *China Shopper Report 2014*, vol. 1, Bain&Company, 12 de julio de 2012, [http://www.bain.com/Images/BAIN_REPORT_What_Chinese_shoppers_really_do_but_will_never_tell_you_.pdf, consultado el 4 de julio 2014]

¹¹² *Ibid.*

explica que esto se debe a la existencia de casos de contaminación en alimentos. En 2008 por ejemplo, 300,000 bebés se enfermaron después de haber sido alimentados con una fórmula china que había sido alterada con melanina (añadida a la fórmula para aumentar su contenido de proteínas). Por lo menos seis menores murieron.¹¹³

Por su parte, Bain & Co. menciona que existe un número limitado de marcas de productos como cerveza, leche, goma de mascar y refrescos; considera también que el consumo de estos productos crea hábitos, ocasionando que se compre la misma marca. Según el estudio de Bain & Co. *What Chinese shoppers really do but will never tell you* (2014) estos compradores constantes representan sólo el 10% del total de la compra de la categoría de estos productos.¹¹⁴ Lo cual es una proporción bastante baja, por lo que, puede concluirse que, a grandes rasgos, los consumidores chinos no se incondicionales a las marcas.

Cuando existen preocupaciones sobre la calidad e higiene de los productos, sobre todo en productos relacionados con el cuidado de infantes o productos para el cuidado de la piel, los consumidores chinos tienden a adquirir estos productos del extranjero. Siendo Hong Kong uno de los principales orígenes de estas compras.

¹¹³ LiAnne Yu, *Consumption in China*, op.cit., P. 162

¹¹⁴ Bruno Lannes y Mike Booker, "What Chinese shoppers really do...", op.cit..

Los consumidores chinos son consumidores exigentes. Según McKinsey & Co., los consumidores analizan detalladamente las opciones, costos y beneficios de un producto antes de comprarlo. Tienden a establecer un presupuesto, evaluar las características del producto y esperar hasta conseguir la mejor oferta disponible.¹¹⁵ Según datos de esta consultora, solamente el 28% de los consumidores chinos admiten haber comprado algún artículo siguiendo un impulso repentino, a diferencia, por ejemplo, del 49% en el Reino Unido.¹¹⁶

Esta apreciación coincide con lo afirmado en uno de los estudios de Hoffmann y Lannes mencionado anteriormente. Podemos observar las exigencias de los consumidores chinos al buscar y encontrar productos en línea, posteriormente ir a las tiendas y revisarlos o verlos físicamente, regresar al mundo virtual en busca del mejor precio y, finalmente, adquirir el producto. Según Hoffmann y Lannes, más del 70% de los individuos encuestados afirman haber comparado precios en línea y físicamente antes de comprar.¹¹⁷

Sin embargo, es importante resaltar que los consumidores chinos no sólo adquieren productos en el exterior por temas de salud e higiene. El garantizar que los artículos que compren son genuinos es otra de sus motivaciones. Ya que el consumir es una actividad que les otorga prestigio y nivel social, comprar un artículo de marca que no sea genuino dañaría la imagen que buscan proyectar. Debido a esto, el 67% de las compras de artículos de lujo de China continental se hace fuera de China.¹¹⁸

¹¹⁵ Yuval Atsmon y Max Magni “Meet the 2020 Chinese Consumer”..., *op. cit.*, P. 27

¹¹⁶ *Ibid.*, P. 27

¹¹⁷ Serge Hoffmann y Bruno Lannes, *China's e-commerce prize...*, *op.cit.*

¹¹⁸ Bruno Lannes y Mike Booker, “What Chinese shoppers really do...”, *op.cit.*

Una última característica de los consumidores urbanos chinos es la preferencia que tienen por consumir artículos de lujo. Los chinos consumen para crear una identidad y obtener cierto status. Muchos chinos se juzgan a sí mismos y a otros según lo que compran.¹¹⁹ Yu afirma que poseer marcas de lujo se ha convertido en una obsesión nacional.¹²⁰ El mercado de artículos de lujo chino es el más grande a nivel mundial. Para 2013 el 29% del consumo de artículos de lujo se efectuaba en China; esto representó un aumento del 4% respecto al año anterior.¹²¹ A pesar de que “El Informe del Mercado de Bienes de Lujo de China 2014”, hecho por Bain & Co., indicó que en 2014 el consumo de bienes de lujo por primera vez cayó en 1% respecto a 2013, el mercado chino de artículos de lujo no deja de ser el más grande a nivel mundial.¹²²

Además, no sólo es significativo el tamaño del mercado de bienes lujosos, sino que los principales consumidores de artículos de lujo no pertenecen a la élite sino la clase media.¹²³ Sí los individuos no pueden comprar todos los artículos que desean, buscan comprar algunos artículos visiblemente lujosos para demostrar su participación en la cultura de consumo.¹²⁴ Bain & Co. señala que los consumidores chinos de las ciudades de nivel 1 se han convertido en consumidores más sofisticados con el fin de demostrar su individualidad y personalidad por medio de

¹¹⁹ Yuval Atsmon y Max Magni “Meet the 2020 Chinese Consumer” ..., *op. cit.*, P. 23

¹²⁰ LiAnne Yu, *Consumption in China*, *op.cit.*, P. 64

¹²¹ Bain & Co, *Mainland China entering new era of luxury cooldown, finds Bain & Company’s 2013 “China luxury goods market study”*, 16 de diciembre 2013, [<http://www.bain.com/about/press/press-releases/mainland-china-entering-new-era-of-luxury-cooldown.aspx>, consultado 31 de marzo 2014]

¹²² “中国奢侈品市场遇冷 “男奢”迎关店潮” en 华夏时报, 15 de febrero de 2015, (El mercado de artículos de lujo chino se enfría: “las tiendas de artículos de lujo para hombres están cerrando sus puertas en China Times), [http://news.xinhuanet.com/fashion/2015-02/15/c_1114367560.htm, consultado 20 de marzo de 2015]

¹²³ LiAnne Yu, *Consumption in China*, *op.cit.*, P.69

¹²⁴ *Ibid.*, P. 64

la moda. Estos consumidores se diferencian de los consumidores de ciudades de nivel 2 y 3 porque son consumidores más conservadores.¹²⁵

El estudio sobre el mercado de bienes de lujo 2014 de *Bain & Co.*, basado en la encuesta de 1,400 consumidores señala que 73% de los consumidores de artículos de lujo, al igual que el resto de los consumidores chinos, utilizan el Internet para obtener información antes de efectuar alguna compra. Generalmente revisan varias reseñas del producto que buscan, hacen preguntas y comparan precios. Por lo que los consumidores chinos también podrían ser considerados como consumidores muy informados.¹²⁶

AUMENTO DEL CONSUMO INTERNO

La proporción de lo que entendemos por clase media en China, según los aspectos objetivo y subjetivo analizados anteriormente, ha aumentado. El consumo de la clase media urbana también ha aumentado. Como se observa en el Cuadro 4, existe un enorme crecimiento del consumo de los hogares urbanos. De 1995 a 1999 el grupo del segundo quintil aumentó su consumo en casi un 26%, el del tercer quintil en un 28.62% y el del cuarto quintil en un 32.17%; de 1999 a 2012 el aumento en el consumo fue extraordinario: del 231.41%, 254.65% y 270.85%, respectivamente para los grupos del segundo, tercer y cuarto quintiles. El incremento del consumo de los hogares se relaciona con el mejoramiento del ingreso disponible per cápita de los hogares urbanos (Cuadro 1).

¹²⁵ Bain & Co, *Mainland China entering new...*, *op.cit.*

¹²⁶ *Ibid.*

Cuadro 3. Consumo de los hogares urbanos por percentiles de ingresos

Consumo de Hogares Urbanos por Percentil de Ingresos (yuanes)	1995	1999	2012
Hogares con los ingresos más bajos (grupo del primer decil)	1,226.06	2,523.10	7,301.37
Hogares pobres (first five percent group)	1,153.86	2,327.54	6,366.78
Hogares con ingreso bajo (grupos del segundo decil)	2,516.22	3,137.34	9,610.41
Hogares con ingreso medio bajo (grupo del segundo quintil)	2,934.16	3,694.46	12,280.83
Hogares con ingreso medio (grupo del tercer quintil)	3,446.12	4,432.48	15,719.94
Hogares con ingreso medio alto (grupo del cuarto quintil)	4,045.52	5,347.09	19,830.17
Hogares con ingreso alto (grupo del noveno decil)	4,665.91	6,443.33	25,796.93
Hogares con los ingresos más altos (grupo del décimo decil)	6,033.10	8,262.42	37,661.68

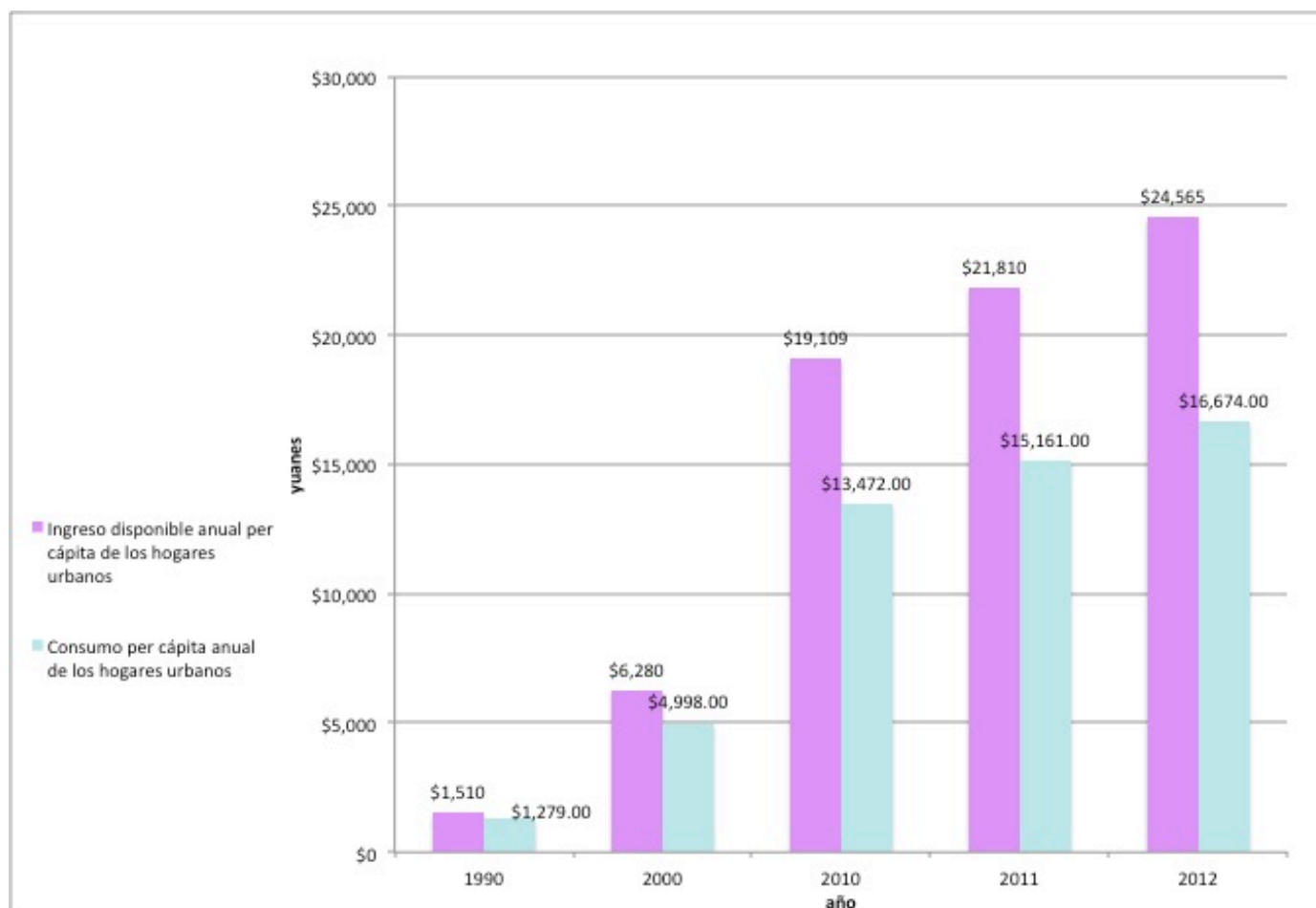
Elaboración propia. Información obtenida de *China Statistical Yearbook 2013*

[<http://www.stats.gov.cn/english/statisticaldata/AnnualData/>], consultado el 3 de mayo 2015]

Sin embargo, a pesar de la existencia de un aumento del ingreso disponible per cápita (Gráfica 4), no todo el ingreso disponible adicional se destina al consumo. No obstante, existe un aumento del consumo a medida que el ingreso disponible aumenta debido a la propensión marginal a consumir. Las tasas de crecimiento promedio anual del ingreso disponible per cápita urbano y del consumo per cápita entre 2010 y 2012 fueron de 13.38% y 11.25%, respectivamente.

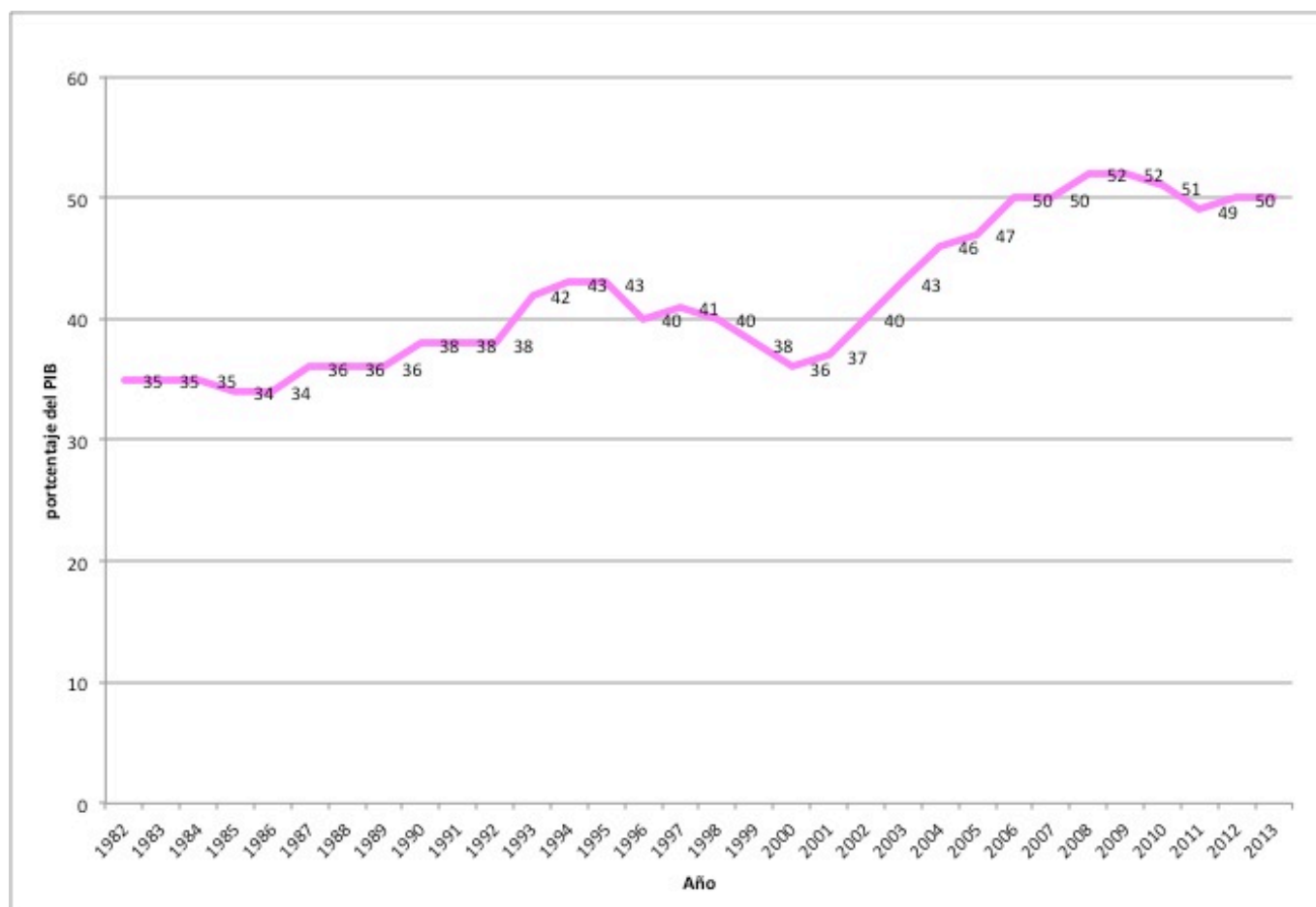
Una parte importante del ingreso disponible se ahorra. Las Gráficas 5 y 6 muestran una tendencia al alza de las tasas de ahorro. Los principales motivos para esta tasa tan alta de ahorro son la preocupación por la vejez y cuestiones de salud. Los individuos chinos ahorran para poder enfrentar los gastos relacionados con enfermedades futuras o para poder mantener a sus padres cuando éstos se retiren. Hay que considerar que las gráficas presentadas no permiten distinguir entre el nivel de ahorro rural y el nivel de ahorro urbano. Contar con estos datos nos permitiría saber si las políticas gubernamentales de fomento al mercado interno han tenido algún impacto particular sobre el nivel de ahorro urbano.

Gráfica 4. Ingreso disponible y Consumo per cápita anual de los hogares urbanos



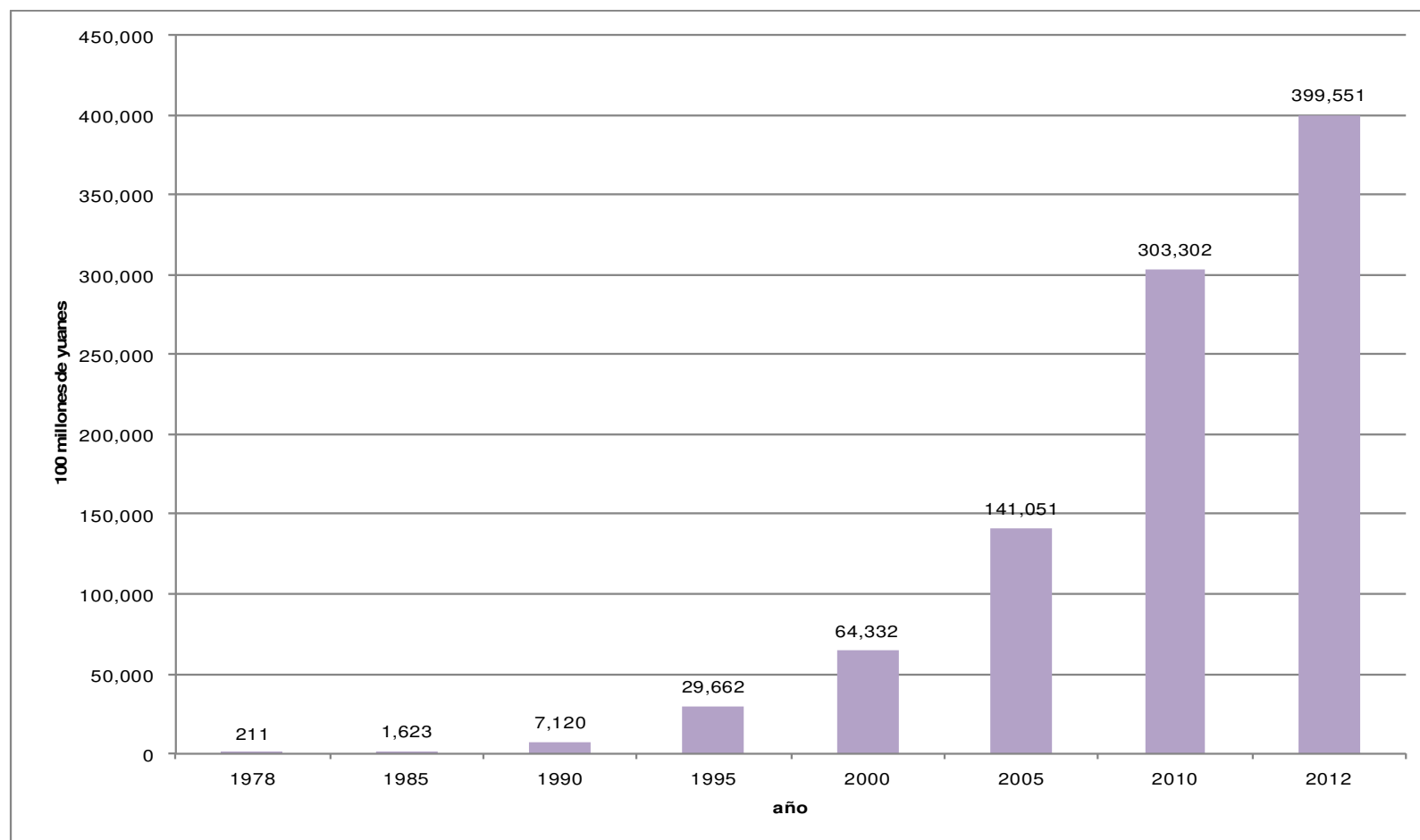
Elaboración propia. Información obtenida de *China Statistical Yearbook 2013*, [http://www.stats.gov.cn/english/statisticaldata/AnnualData/], consultado el 3 de mayo 2015]

Gráfica 5. Ahorro bruto (% del PIB). Total de la población



Elaboración propia. Información obtenida del Banco Mundial Data [<http://data.worldbank.org/indicator/>], consultado el 15 de septiembre de 2015]

Gráfica 6. Depósitos de ahorro de los hogares urbanos y rurales a nivel nacional, a fin de año (100 millones de yuanes)

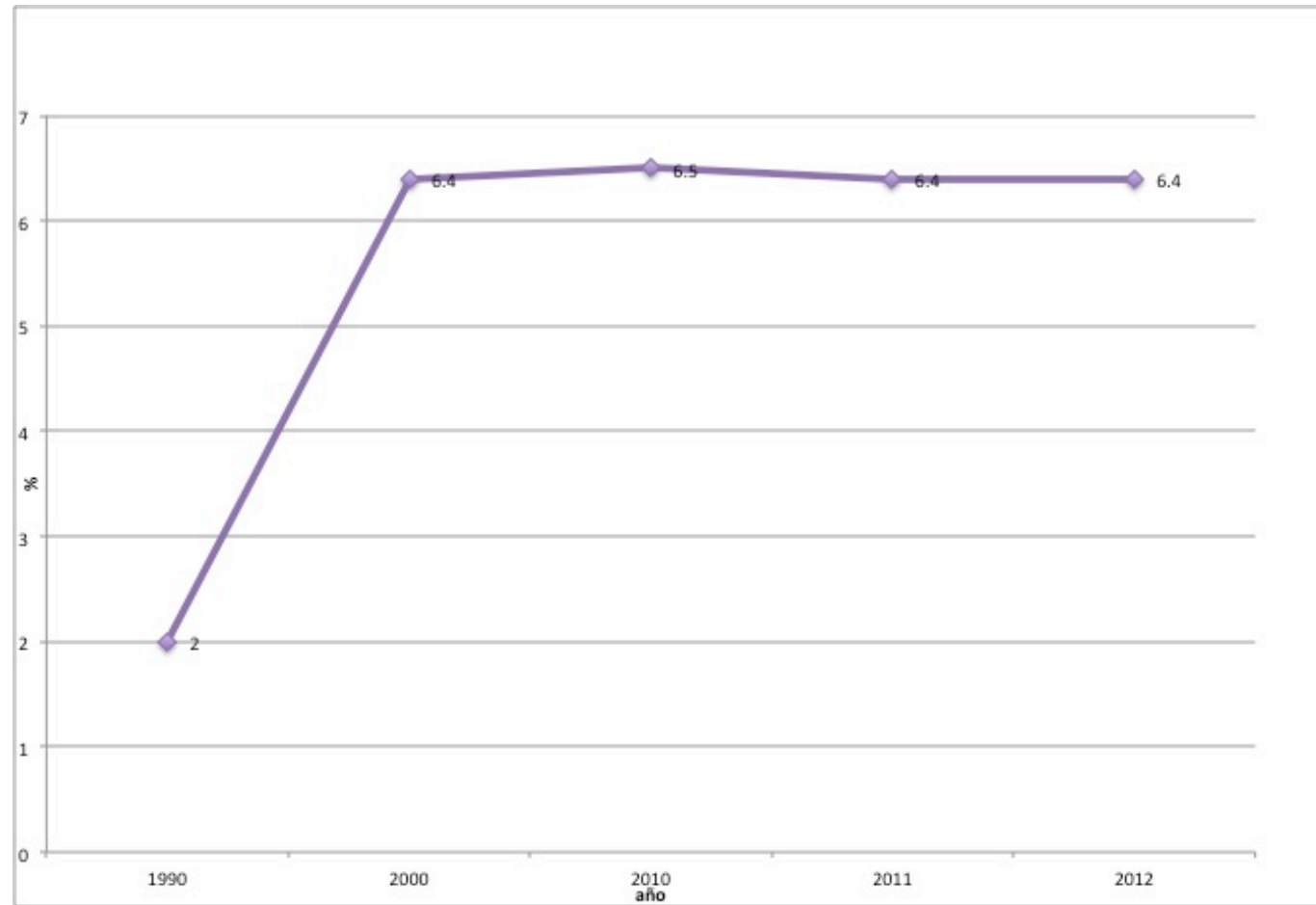


Elaboración propia. Información obtenida de *China Statistical Yearbook 2013* y de *China Statistical Yearbook 2006*, [<http://www.stats.gov.cn/english/statisticaldata/AnnuaIData/>], consultado el 20 de septiembre 2015]

Si bien no puede saberse con estos datos si el nivel de ahorro urbano ha disminuido, un análisis sobre el gasto urbano per cápita en salud puede aportar un poco de luz sobre la tendencia existente del ahorro y el consumo en las urbes chinas. En la Gráfica 7 se observa que la proporción del gasto urbano per cápita en salud ha permanecido prácticamente constante desde inicios del siglo XXI. Esto puede deberse al compromiso del gobierno chino para extender la seguridad social. Lo cual en cierta medida reflejaría el cumplimiento de los objetivos establecidos en el XII Plan Quinquenal.

Sí la proporción del gasto per cápita en salud comenzara a bajar en forma constante, eso implicaría un aumento en el ingreso disponible per cápita, lo cual podría traducirse en un aumento en el consumo ya que, el individuo al contar con un buen sistema de salud, no tiene que ahorrar tanto para el futuro. Esto, acompañado de las políticas económicas destinadas al impulso del mercado interno chino, podría contribuir a un aumento del consumo interno en China.

Gráfica 7. Gasto per cápita en salud de los hogares urbanos a nivel nacional (porcentaje del total de su consumo en efectivo)



Elaboración propia. Información obtenida de *China Statistical Yearbook* varios, [http://www.stats.gov.cn/english/statisticaldata/AnnualData/], consultado el 3 de mayo 2015]

CONCLUSIONES

Las políticas económicas de impulso al mercado interno y al consumo privado aplicadas por el gobierno chino desde inicios del siglo XXI han llevado a un aumento del nivel del consumo interno. El estudio del grupo de consumidores urbanos de clase media muestra una tendencia al alza de este consumo, aunque cierta proporción del ingreso siga destinándose al ahorro.

Este grupo de consumidores urbanos de clase media, el cual decidí estudiar debido a la importancia que la clase media tiene para la preservación de la estabilidad económica, es exigente y racional. Generalmente, establece un presupuesto, evalúa las características del producto y espera hasta conseguir la mejor oferta posible. En muchas ocasiones, estos individuos van a las tiendas a conocer el producto que buscan pero lo compran en línea por cuestiones de precio. El consumidor urbano de clase media de China es un comprador digital. Por esto, es un gran usuario del Internet. Utiliza su *Smartphone* para revisar los artículos que quiere comprar y para comprarlos.

Los consumidores chinos urbanos de clase media tienen una preferencia por consumir artículos de lujo, siendo que éstos les otorgan cierto nivel de distinción. Para comprar este tipo de artículos, la mayoría de estos consumidores prefiere ir al exterior. No sólo porque le resultan más baratos sino porque el adquirirlo fuera de China le garantiza el no comprar falsificaciones.

A pesar de que es un consumidor que elige la marca que le otorga mayores beneficios, el consumidor chino es muy apegado a las marcas cuando se trata de productos alimenticios o relacionados con el cuidado de los bebés. Esto se debe a

la existencia de varios casos que se convirtieron en escándalos nacionales, en los cuales no se cumplieron los requisitos mínimos de calidad.

En este capítulo estudié el incremento del consumo privado y la características y preferencias de un grupo de consumidores. Las políticas económicas de impulso al mercado interno y al consumo interno parecen estar llevando a un aumento del consumo interno y del grupo de consumidores, cumpliendo así uno de los objetivos establecidos en el XII Plan Quinquenal. La pregunta por hacerse entonces es: ¿ha disminuido la desigualdad en el ingreso disponible per cápita? Este punto lo estudiaré en el próximo capítulo.

CAPÍTULO III.

¿DISMINUCIÓN DE LA BRECHA DE DESIGUALDAD EN EL INGRESO DISPONIBLE PER CÁPITA?

La desigualdad en el ingreso ha sido una constante en la historia de China. Al instaurarse la República Popular bajo el liderazgo de Mao Zedong en 1949, se resaltó la desigualdad existente a nivel regional y entre campesinos y obreros. Este fue uno de los motivos por los que el régimen maoísta estableció como uno de sus principales objetivos el elevar de forma gradual el nivel de vida de todos los habitantes.

La Reforma Agraria de 1950 –una de las acciones más importantes del recién instaurado gobierno-, buscó mejorar la calidad de vida de los campesinos mediante la redistribución de la tierra. En el apéndice de esta Reforma, se clasificó a las campesinos según sus ingresos y la extensión de sus propiedades, lo cual reveló la existencia de desigualdad, no sólo entre campesinos y obreros, sino entre los mismos campesinos.

Siete años más tarde, en su discurso *Sobre el tratamiento correcto sobre las contradicciones en el seno del pueblo*, Mao reconoció que el nivel de ingresos de los campesinos continuaba siendo un problema porque más del 70% de ellos eran pobres o de nivel medio inferior.¹²⁷ Y poco tiempo antes, en el discurso *Sobre Las Diez Grandes Relaciones*,¹²⁸ presentado ante el Buró Político del Partido Comunista Chino el 25 de abril de 1956, Mao señaló las desigualdades existentes

¹²⁷ Mao Tsetung, “Sobre el tratamiento correcto de las contradicciones en el seno del pueblo”, *Obras Escogidas de Mao Tsetung*, ed. digital, 5.t [<https://www.marxists.org/espanol/mao/escritos/CHC57s.html#s3>, consultado el 23 de mayo de 2015], Pekin, Ediciones en lengua extranjera, 1977, 419-458 p.

¹²⁸ Mao Tsetung, “Sobre diez grandes relaciones”, *Obras Escogidas de Mao Tsetung*, ed. digital, 5.t, [<https://www.marxists.org/espanol/mao/escritos/TMR56s.html#s1>, consultado el 23 de mayo de 2015], Pekin, Ediciones en lengua extranjera, 1977, 308-333 p.

en la inversión en la industria –al haberse fomentado el desarrollo de la industria en la costa este y al haber favorecido a la industria pesada en detrimento de la industria ligera-, y en la agricultura, debido al énfasis que el régimen dio a la industria. Para ese entonces, cerca del 70% de la industria ligera y pesada se concentraba en la región este, mientras que sólo el 30% estaba ubicada en el interior de China.¹²⁹ Estos fenómenos resultaron en una desigualdad en el ingreso de los individuos.

Durante el periodo Maoísta (1950-1978), hubo un incremento significativo del ingreso. Sin embargo, el crecimiento económico se interrumpió debido a los desastrosos experimentos sociales y económicos –el Gran Salto Adelante y la Gran Revolución Cultural Proletaria-, además de las guerras contra Corea (1950-1953) e India (1962),¹³⁰ las cuales ocasionaron un desvío de recursos para fines militares .

Una vez iniciado el periodo reformista en 1978 bajo el liderazgo de Deng Xiaoping, se revirtieron las políticas maoístas y se estableció una serie de políticas pragmáticas con el objetivo de elevar el crecimiento económico y abrir China al exterior. En un inicio se lanzó la consigna de “dejar que algunas personas se hagan ricas primero.”¹³¹ El propósito era que los beneficios de la reforma empezaran a llegar a unos cuantos y, posteriormente a una mayor cantidad de ciudadanos. Esto ocasionó que la brecha de desigualdad en el ingreso se ampliara, a pesar de los beneficios económicos generados.

¹²⁹ Mao Tsetung, “Sobre diez grandes relaciones”, *op. cit.*

¹³⁰ Angus Maddison, *Chinese Economic Performance in the Long Run*, 2a ed., Paris, OECD Publishing, 2007, P. 59

¹³¹ Siendo, como explica Jinglian Wu que la intención original era dejar a aquellos que estaban trabajando de forma diligente o que eran buenos para hacer negocios volverse ricos primero y después llevar a la mayoría de las personas a gradualmente a beneficiarse de una prosperidad común. Jinglian Wu, *Understanding and Interpreting Chinese Economic Reform*, Ohio, Thomson/Southwestern, 2005, P.398-399

A inicios del siglo XXI, el liderazgo chino reconoció la desigualdad en el ingreso y planteó la urgente necesidad de disminuirla. En el XII Plan Quinquenal (2011-2015) el gobierno chino estableció un cambio en la orientación de sus políticas económicas: impulsar el mercado interno para continuar con un crecimiento económico estable y, al mismo tiempo, disminuir la dependencia de la economía respecto a la inversión y a las exportaciones. Esto se debe a que el mercado internacional no podrá seguir absorbiendo las manufacturas chinas y, principalmente a que un crecimiento económico basado en el consumo interno podría ayudar a la creación de una economía más equilibrada.

En el primer capítulo analicé la participación del consumo interno en el Producto Interno Bruto y su relación con otras variables económicas, resaltando la aplicación de diferentes políticas económicas para impulsar el mercado interno. Dado el impulso reciente al consumo interno, en el segundo capítulo estudié al principal grupo de consumidores, el consumidor urbano de clase media, analizando su comportamiento y preferencias.

En este capítulo haré algunas comparaciones interregionales, interprovinciales y entre campo y ciudad para demostrar la desigualdad en el ingreso. Primero, analizaré de manera general de desigualdad en el ingreso disponible per cápita entre zonas urbanas y rurales. A continuación estudiaré la desigualdad urbana interregional e interprovincial con el propósito de establecer un panorama general de la desigualdad del ingreso disponible. Todo con el propósito de demostrar que, a pesar de los esfuerzos gubernamentales, la desigualdad en el ingreso persiste.

Posteriormente, haré un análisis de la ciudad de Chongqing -ubicada en la región oeste de China y la cual desde el 24 de marzo de 1997 pasó a ser una Municipalidad bajo la administración directa del gobierno central-, para lo cual analizaré datos estadísticos y estudiaré las políticas económicas establecidas a partir de los inicios del siglo XXI a nivel local. Todo esto con el propósito de analizar sí, efectivamente, existe una relación entre la introducción de políticas al apoyo del consumo interno, el crecimiento de ese consumo y la disminución de la desigualdad en el ingreso disponible per cápita como el gobierno chino pretende que suceda según lo establecido en el XII Plan Quinquenal.

DESIGUALDAD ENTRE ZONAS URBANAS Y RURALES

Una vez iniciado el periodo reformista en 1978, la disparidad en el ingreso de los ciudadanos se redujo. Según los cálculos hechos por Chen Jiandong, así como con datos obtenidos del Banco Mundial, puede observarse que la desigualdad se redujo en la primera mitad de los años ochenta. Como puede observarse en la Gráfica 2, el índice de Gini disminuyó considerablemente de 1980 a 1986. A partir de 1987, la desigualdad aumentó rápidamente durante la década de los noventa, manteniéndose alta durante la primera década del siglo XXI (Gráficas 1 y 2).

A pesar de la desigualdad, las reformas dieron beneficios. Desde 1985, la pobreza extrema ha disminuido en un 50% aproximadamente; 62 millones de personas, la mayoría habitantes de zonas rurales han salido del umbral de \$1 dólar de ingreso diario.¹³² Además, el ingreso disponible real per cápita urbano se

¹³² Diana Farrell et. al., "From "Made in China" to... *op. cit.*, P. 13

ha cuadruplicado: pasando de 2,084 yuanes (\$250 dólares) en 1985 a 8,575 yuanes (\$1,036 dólares) en 2005.¹³³

La existencia de beneficios generalizados no impidió el hecho de que persistiera o incluso aumentara la brecha en el ingreso disponible per cápita para inicios del siglo XXI. Estimaciones del Banco Mundial, señalan que el coeficiente de Gini¹³⁴ calculado para las áreas rurales y urbanas de China aumentó de 0.3 en 1984 a 0.35 en 1989, la desigualdad en esa época puede considerarse de nivel medio. En la década de los noventa llegó a un nivel alto, pasando el 0.4.¹³⁵ A nivel nacional, el índice de Gini¹³⁶ ha demostrado una tendencia a la alza hasta 2011, año en el cual disminuyó considerablemente, llegando a niveles de mediados de los noventa (Gráficas 1 y 2).

Por otro lado, hay que considerar que el ingreso disponible de los residentes urbanos siempre ha sido superior que el de los residentes rurales. No obstante, la diferencia entre ambos fue aumentando considerablemente con el paso del tiempo. Según datos de la Oficina Nacional de Estadísticas de China, el ingreso disponible per cápita de los residentes urbanos fue mayor por 209.8 yuanes en 1978, por 286.3 yuanes en 1980, por 341.5 yuanes en 1985, por 823.9 yuanes en 1990, por 2,705.3 yuanes en 1995 y por 3,643.7 yuanes en 1999.¹³⁷

Datos de la misma dependencia de 2013 demuestran que tanto el ingreso privado urbano como el rural han tenido una tendencia al alza entre 1978 y 2012

¹³³ Diana Farrell et. al., "From "Made in China" to... *op. cit.*, P. 13

¹³⁴ El coeficiente de Gini es una medida de la desigualdad en el ingreso, en el cual el 0 corresponde a la perfecta igualdad y el valor 1 corresponde con la perfecta desigualdad.

¹³⁵ Jinglian Wu, *Understanding and Interpreting...* *op.cit.*, P. 401

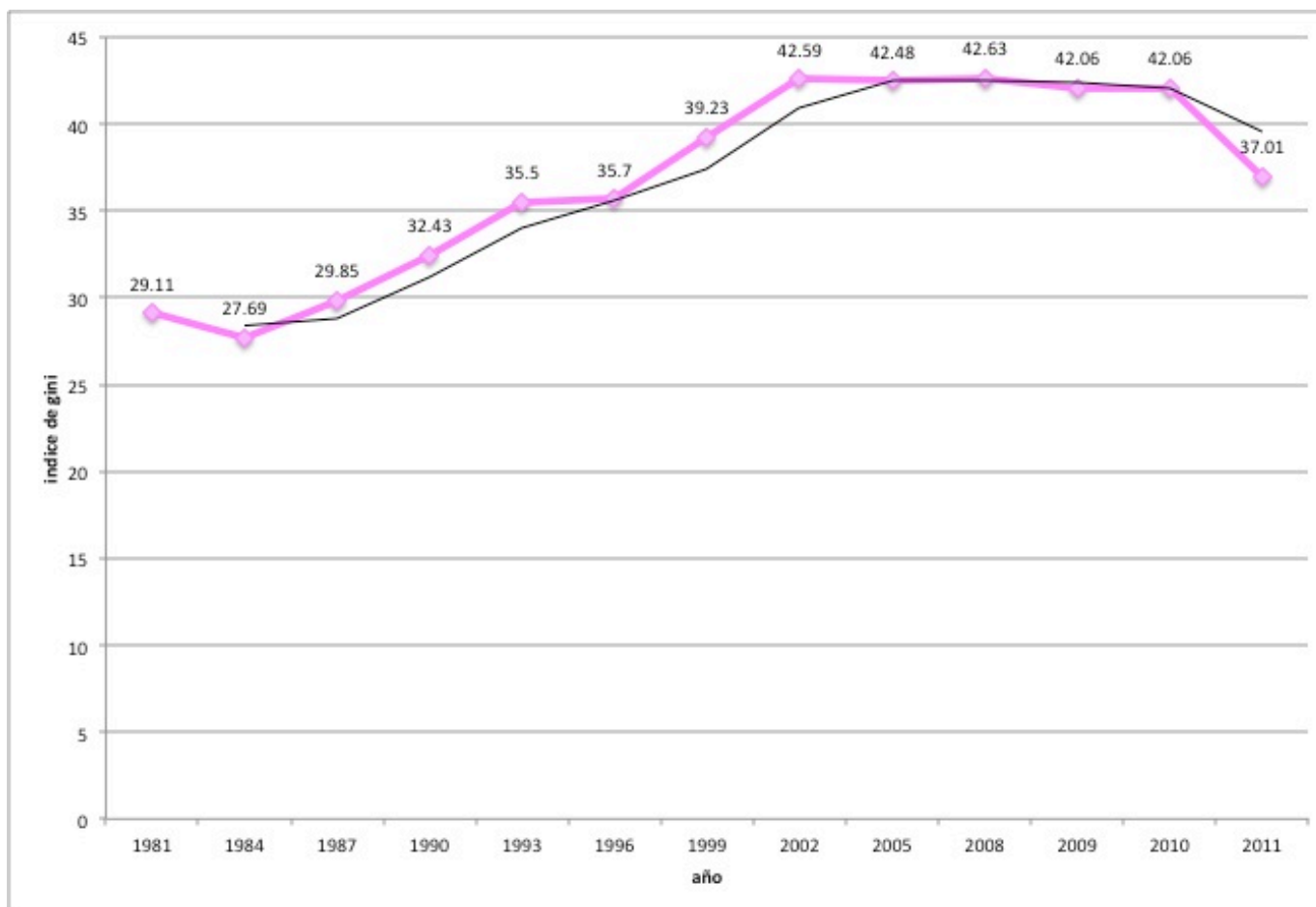
¹³⁶ El índice de Gini es el coeficiente de Gini expresado en porcentaje y es igual al coeficiente de Gini multiplicado por 100.

¹³⁷ Jinglian Wu, *Understanding and Interpreting...* *op.cit.*, P. 400-401

(Gráfica 3). Según estimaciones propias hechas con base en cifras de 1978 a 2012, el ingreso disponible per cápita urbano creció a una tasa media anual del 13.4% mientras que el rural lo hizo a una tasa media anual del 12.8%. Esto explica el incremento en la brecha de desigualdad. Sin embargo, el crecimiento de los últimos años indica un cambio en la tendencia. De 2005 a 2012 la tasa de crecimiento del ingreso disponible per cápita urbano creció a una tasa del 12.9% mientras que el rural lo hizo a una tasa del 13.5%.

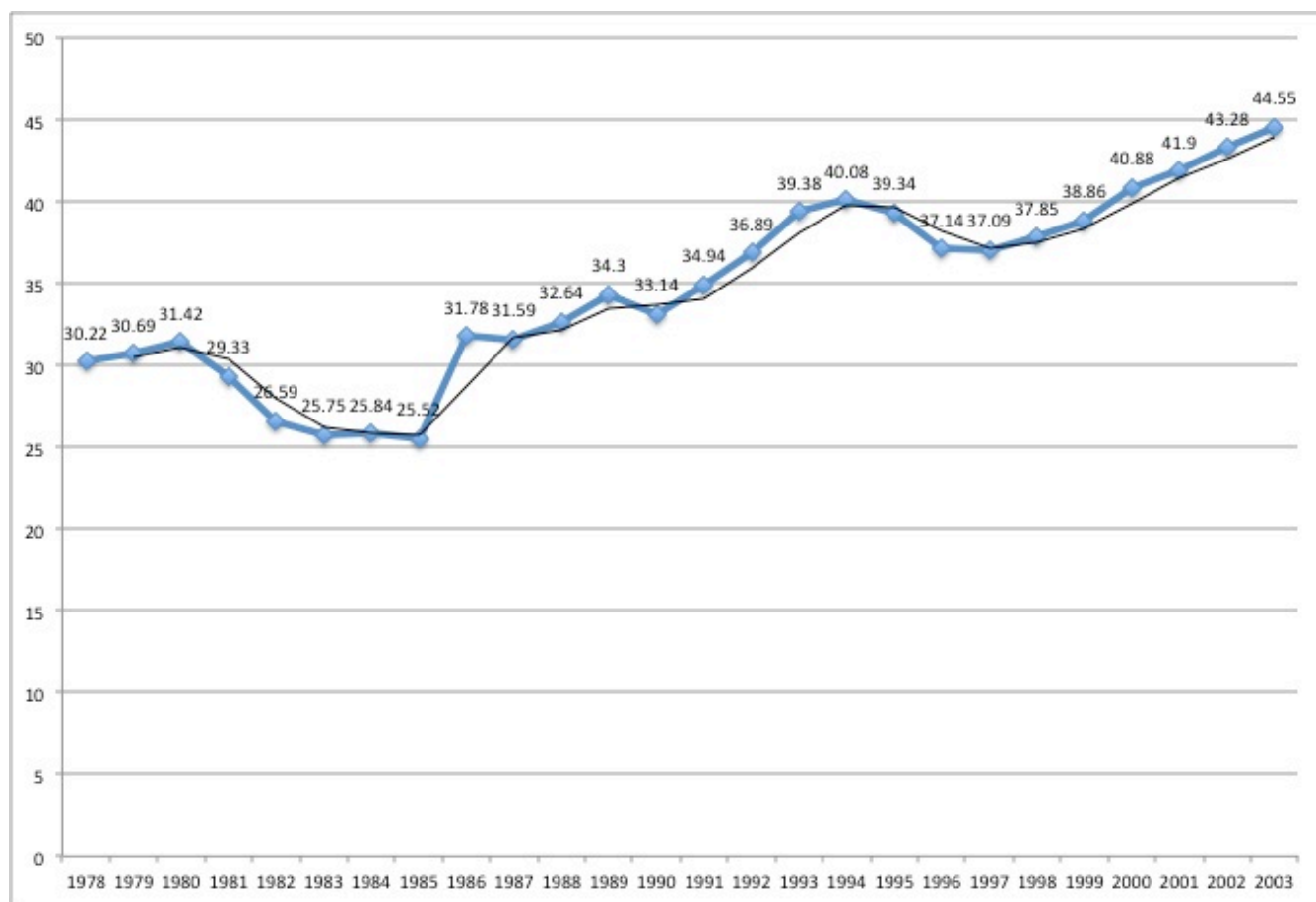
La desigualdad en el ingreso disponible per cápita entre zonas urbanas y rurales, derivada de la diferencia existente desde inicios del periodo reformista e incrementada por las reformas mismas, permanece. Sin embargo, sí el ritmo de crecimiento de los ingresos disponibles per cápita rurales de los últimos años logra mantenerse o, aumentar en el mejor de los casos, por un periodo de tiempo considerable, los niveles de ingresos rurales y urbanos podrían llegar a convergir. Con lo cual, el objetivo del liderazgo chino de crear una economía más equilibrada podría cumplirse.

Gráfica 1. Índice de Gini a nivel nacional 1981-2011. China



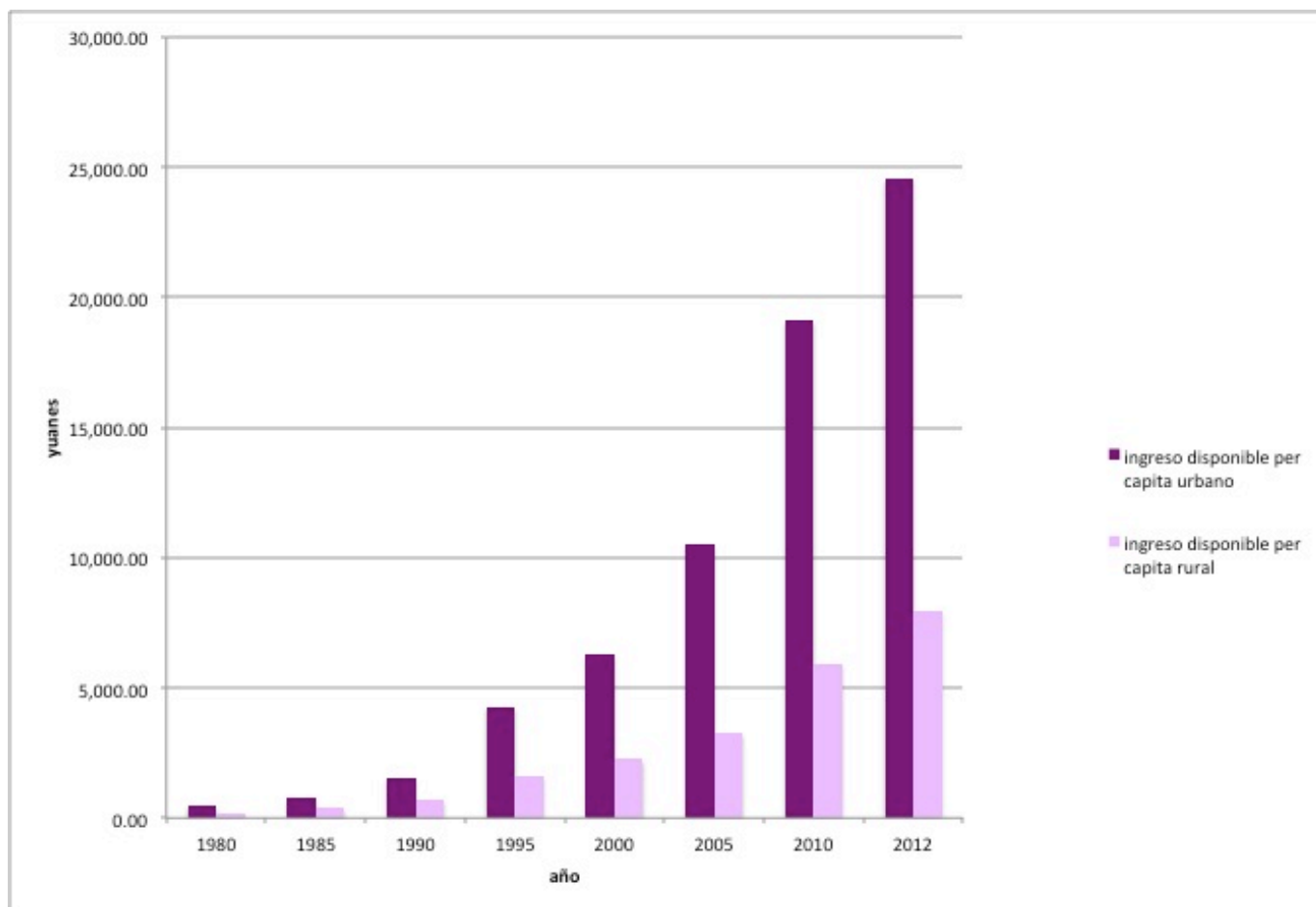
Elaboración propia. Información obtenida de Quandi [www.quandl.com/data/WORLDBANK/CHN_SI_POV_GINI-China-GINI-index?utm_medium=graph&utm_source=quandl, consultado el 20 de septiembre de 2015]

Gráfica 2. Índice de Gini a nivel nacional 1978-2003. China



Elaboración propia. Información obtenida de Chen Jiandong, New Approach to Estimate the Chinese Gini Coefficients from 1978 to 2003, [<http://www.ceauk.org.uk/2008-conference-papers/Chen-Jiandong-Wenxuan-Hou-Estimate-the-Chinese-Gini-Coefficients.pdf>, consultado el 20 de septiembre de 2015]

Grafica 3: Ingreso disponible per cápita de los hogares urbanos y rurales 1980-2012



Elaboración propia. Información obtenida de *China Statistical Yearbook*,
 [http://www.stats.gov.cn/english/Statisticaldata/AnnualData/, consultado el 20 de mayo de 2015]

DESIGUALDAD URBANA

Una vez establecida la desigualdad existente entre el ingreso disponible per cápita urbano y el rural, continuaré examinando la desigualdad urbana, empezando a nivel nacional, para pasar posteriormente a la desigualdad urbana interregional e interprovincial.

A pesar de que el nivel de ingreso disponible per cápita de los hogares urbanos ha aumentado desde 1980, según datos de la Oficina Nacional de Estadísticas de China, la diferencia entre los ingresos disponibles del quintil mas bajo y el más alto se ha hecho mayor. En el año 2000 la diferencia del ingreso disponible per cápita de los hogares urbanos del primer y último quintil fue de casi 8,000 yuanes, mientras que en el 2013 fue de casi de 45,000 yuanes (Cuadro 1). Según estos datos, los hogares urbanos con el nivel más bajo de ingreso alcanzaron en 2013 cerca del mismo nivel de ingreso disponible que los hogares con ingreso más alto en el año 2000.

La tasa de crecimiento del ingreso disponible per cápita de los hogares con un nivel de ingreso alto fue de 13.2% anual del 2000 al 2013, mientras que la tasa de crecimiento de los hogares con un ingreso más bajo fue de 10.5% anual. Los hogares de clase media, pertenecientes al segundo, tercer y cuarto quintil crecieron durante el mismo periodo a una tasa anual de 11.2%, 11,6% y 11.9% respectivamente. Esta tendencia no se ha revertido en los años recientes, por lo que no existen indicios de que la brecha de desigualdad de los hogares urbanos, desglosada por quintiles, vaya a disminuir. Más bien, la brecha podría mantenerse, o incluso aumentar.

Cuadro 1. Ingreso disponible per cápita de los hogares urbanos por quintiles de ingresos (yuanes)

Ingreso disponible per cápita de los hogares urbanos por quintiles de ingresos (yuanes)					
	hogares con nivel de ingresos bajos	hogares con nivel de ingresos medio bajo (segundo quintil)	hogares con nivel de ingresos medio (tercer quintil)	hogares con nivel de ingresos medio alto (cuarto quintil)	hogares con nivel de ingresos altos
2000	\$3,132.00	\$4,623.50	\$5,897.90	\$7,487.40	\$11,299.00
2001	\$3,319.70	\$4,946.60	\$6,366.20	\$8,164.20	\$12,662.60
2002	\$3,032.10	\$4,932.00	\$6,656.80	\$8,869.50	\$15,459.50
2003	\$3,295.40	\$5,377.30	\$7,278.80	\$9,763.40	\$17,471.80
2004	\$3,642.20	\$6,024.10	\$8,166.50	\$11,050.90	\$20,101.60
2005	\$4,017.30	\$6,710.60	\$9,190.10	\$12,603.40	\$22,901.30
2006	\$4,567.10	\$7,554.20	\$10,269.70	\$14,049.20	\$25,410.80
2007	\$5,364.30	\$8,900.50	\$12,042.20	\$16,385.80	\$29,478.90
2008	\$6,074.90	\$10,195.60	\$13,984.20	\$19,254.10	\$35,667.80
2009	\$6,725.20	\$11,243.60	\$15,399.90	\$21,018.00	\$37,433.90
2010	\$7,605.20	\$12,702.10	\$17,224.00	\$23,188.90	\$41,158.00
2011	\$8,788.90	\$14,498.30	\$19,544.90	\$26,420.00	\$47,021.00
2012	\$10,353.80	\$16,761.40	\$22,419.10	\$29,813.70	\$51,456.40
2013	\$11,433.70	\$18,482.70	\$24,518.30	\$32,415.10	\$56,389.50

Elaboración propia. Información obtenida de *China Statistical Yearbook 2014*, [http://www.stats.gov.cn/tjsj/ndsj/2013/indexeh.htm, consultado el 20 de mayo de 2015]

A nivel interregional, el mayor nivel de ingreso disponible per cápita de los hogares urbanos se ha concentrado, desde la fundación de la República Popular e incluso previo a su instauración, en la región este. Siendo una causa importante la vinculación que las provincias del este tuvieron con el exterior, así como la concentración de la industria ligera y pesada en dicha región.¹³⁸

Datos de inicios del siglo XXI obtenidos de la Oficina Nacional de Estadísticas de China demuestran que el ingreso disponible per cápita de los hogares urbanos sigue concentrándose en la costa este de China (Cuadro 2). Esta concentración se deriva del impulso que se dio a ciertas ciudades costeras a

¹³⁸ Recordar los puertos de tratado de fines del siglo XIX, los cuales provocaron que existiera una economía desarrollada vinculada al exterior mientras que en el interior se mantenía una economía agrícola; el discurso del *Tratamiento correcto de las contradicciones en el seno del pueblo*, documento que señala la desigualdad generada entre la costa de este de China y el interior; y la instauración de zonas económicas especiales en la costa este en 1979.

inicios del periodo reformista con la apertura de 4 Zonas Económicas Especiales en 1979¹³⁹ y, posteriormente, de 14 ciudades costeras en 1984.¹⁴⁰

Cuadro 2. Ingreso disponible per cápita de los hogares urbanos por región (yuanes)

Año	Este	Noreste	Centro	Oeste
2005	13,374.9	8,730.0	8,808.5	8,783.2
2006	14,967.4	9,830.1	9,902.3	9,728.5
2007	16,974.2	11,463.3	11,634.4	11,309.5
2008	19,203.5	13,119.7	13,225.9	12,971.2
2009	20,953.2	14,324.3	14,367.1	14,213.5
2010	23,272.8	15,941.0	15,962.0	15,806.5
2011	26,406.0	18,301.3	18,323.2	18,159.4
2012	29,621.6	20,759.3	20,697.2	20,600.2
2013	32,472.0	22,874.6	22,736.1	22,710.1

Elaboración propia. Información obtenida de *China Statistical Yearbook 2014*, [http://www.stats.gov.cn/tjsj/ndsj/2013/indexeh.htm, consultado el 20 de mayo de 2015]

No obstante, desde 2005 la tasa de crecimiento del ingreso disponible per cápita de los hogares urbanos de las zonas noreste, centro y oeste ha sido mayor que la de los hogares de la región este (Cuadro 3 y Gráfica 4). Si esta tendencia se mantiene, la convergencia del ingreso disponible per cápita urbano a nivel regional podría ser posible. Sin embargo, por el momento la brecha en el ingreso disponible a nivel regional se mantiene.

¹³⁹ Las primeras 4 Zonas Económicas Especiales se establecieron en las ciudades de Zhenzhen, Zhuhai, Shantou (provincia de Guangdong) y Xiamen (Fujian).

¹⁴⁰ Las 14 ciudades costeras que se abrieron a la inversión extranjera en 1984 fueron Dalian, Qinhuangdao, Tianjin, Yantai, Qingdao, Lianyungang, Nantong, Shanghai, Ningbo, Wenzhou, Fuzhou, Guangzhou, Zhanjiang, Beihai.

Cuadro 3. Tasa de crecimiento anual del ingreso disponible per cápita de los hogares urbanos por región (%)

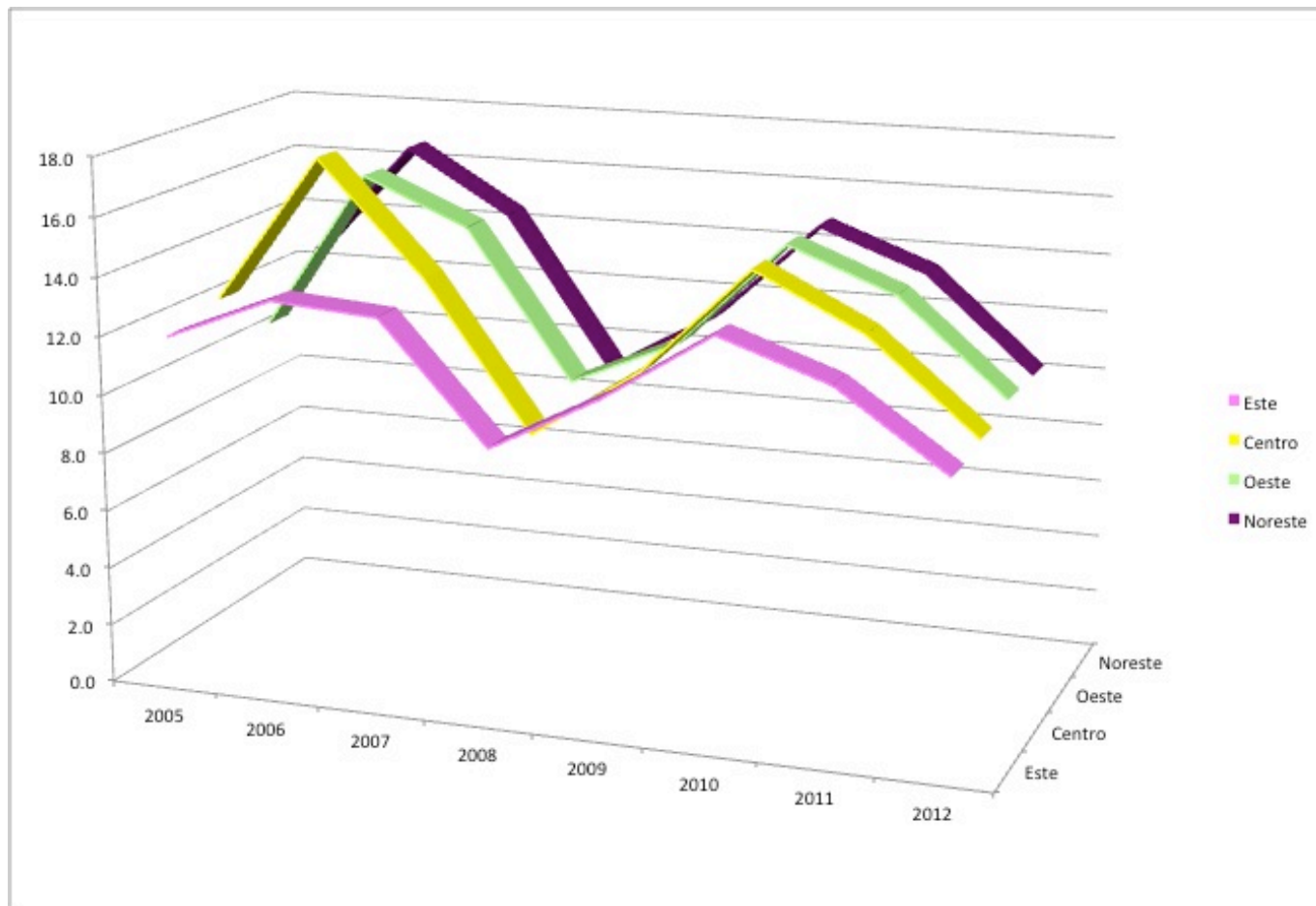
Año	Este	Noreste	Centro	Oeste
2005	11.9	12.6	12.4	10.8
2006	13.4	16.6	17.5	16.3
2007	13.1	14.4	13.7	14.7
2008	9.1	9.2	8.6	9.6
2009	11.1	11.3	11.1	11.2
2010	13.5	14.8	14.8	14.9
2011	12.2	13.4	13.0	13.4
2012	9.6	10.2	9.9	10.2

Elaboración propia. Información obtenida de *China Statistical Yearbook 2013*,
[<http://www.stats.gov.cn/tjsj/ndsj/2013/indexeh.htm>, consultado el 20 de mayo de 2015]

Al efectuar un análisis comparado del nivel de ingreso disponible per cápita de los hogares urbanos a nivel interprovincial, se reafirma el hecho de que el mayor nivel de ingreso corresponde a las provincias de la región este, mientras que el menor se ubica en las provincias de la región oeste. Según datos de la Oficina Nacional de Estadísticas, de 1978 a 2013, Shanghai consistentemente ha tenido el mayor nivel de ingreso urbano per cápita, seguido por Beijing; Guangdong, Zhejiang y Tianjing se han disputado el tercer lugar año tras año.

Es importante resaltar que, a pesar de esta tendencia general, en 1978 el menor ingreso per cápita de los hogares urbanos lo tuvo Hebei, provincia ubicada en la región este. Sin embargo, para los años de 1980, 1991 y 2013 el menor nivel del ingreso correspondió a provincias ubicadas en la zona oeste de China. Como excepción, en el 2000 Shanxi (región centro) tuvo el menor nivel de ingreso.

Gráfica 4. Tasa de crecimiento porcentual del ingreso disponible per cápita de los hogares urbanos por región (%)



Elaboración propia. Información obtenida de *China Statistical Yearbook 2013*,
[<http://www.stats.gov.cn/tjsj/ndsj/2013/indexeh.htm>, consultado el 20 de mayo de 2015]

Cuadro 4. Nivel de ingreso per cápita disponible de hogares, región este (yuanes)

Año	Nacional	Beijing-Este	Tianjin-Este	Hebei-Este	ShangHai-Este	Jiangsu-Este	Zhejiang-Este	Fujian-Este	Shandong-Este	Guangdong-Este	Hainan-Este
1978	133.57	224.80	178.40	91.50	290.00	152.10		134.90	101.20	182.30	ND
1980	191.33	290.46	277.92	175.78	397.35	217.94	219.18	171.74	194.33	274.37	ND
1991	686.31	1,297.05	1,069.04	621.67	1,907.32	959.06	1,099.04	764.41	680.18	1,043.03	696.22
2000	6,279.98	10,349.69	8,140.50	5,661.16	11,718.01	6,800.23	9,279.16	7,432.26	6,489.97	9,761.57	5,358.32
2013	26,955.10	40,321.00	32,293.57	22,580.35	43,851.36	32,537.53	37,850.84	30,816.37	28,264.10	33,090.05	22,928.90

Elaboración propia. Información obtenida de *China Statistical Yearbook 2014*,
[<http://www.stats.gov.cn/tjsj/ndsj/2013/indexeh.htm>, consultado el 20 de mayo de 2015]
ND: Dato no disponible

Cuadro 5. Nivel de ingreso per cápita disponible de hogares, región noreste (yuanes)

Año	Nacional	Liaoning-Noreste	Jilin-noreste	Heilongjiang-Noreste
1978	133.57	165.20	179.20	167.90
1980	191.33	273.02	236.30	205.38
1991	686.31	836.17	803.52	759.86
2000	6,279.98	5,357.79	4,810.00	4,912.88
2013	26,955.10	25,578.17	22,274.60	19,596.96

Elaboración propia. Información obtenida de *China Statistical Yearbook 2014*,
[<http://www.stats.gov.cn/tjsj/ndsj/2013/indexeh.htm>, consultado el 20 de mayo de 2015]
ND: Dato no disponible

Cuadro 6. Nivel de ingreso per cápita disponible de hogares, región centro (yuanes)

Año	Nacional	Shanxi-Centro	Anhui-Centro	Jiangxi-Centro	Henan-Centro	Hubei-Centro	Hunan-Centro
1978	133.57	101.61	101.70	140.70	101.40	106.50	134.40
1980	191.33	155.78	184.82	180.94	160.78	169.88	219.71
1991	686.31	603.51	539.16	669.90	526.95	670.80	664.24
2000	6,279.98	4,724.11	5,293.55	5,103.58	4,766.26	5,524.54	6,218.73
2013	26,955.10	22,455.63	23,114.22	21,872.68	22,398.03	22,906.42	23,413.99

Elaboración propia. Información obtenida de *China Statistical Yearbook 2014*,
[<http://www.stats.gov.cn/tjsj/ndsj/2013/indexeh.htm>, consultado el 20 de mayo de 2015]
ND: Dato no disponible

Cuadro 7. Nivel de ingreso per cápita disponible de hogares, región oeste (yuanes)

Año	Nacional	Mongolia Interior-Oeste	Guangxi-Oeste	Chongqing-Oeste	Sichuan-Oeste	Guizhou-Oeste	Yunnan-Oeste	Tibet-Oeste	Shaanxi-Centro	Gansu-Oeste	Qinghai-Oeste	Ningxia-Oeste	Xinjiang-Oeste
1978	133.57	100.30	119.50	ND	116.70	106.00	123.90	ND	133.00	96.40	ND	115.90	199.17
1980	191.33	181.32	173.68	ND	187.90	161.46	150.12	ND	142.49	153.33	ND	178.06	198.01
1991	686.31	607.15	639.45	ND	557.76	435.14	540.86	649.71	530.80	430.98	559.78	578.13	683.47
2000	6,279.98	5,129.05	5,834.43	6,275.98	5,894.27	5,122.21	6,324.64	7,426.32	5,124.24	4,916.25	5,169.96	4,912.40	5,644.86
2013	26,955.10	25,496.67	23,305.38	25,216.13	22,367.63	20,667.07	23,235.53	20,023.35	22,858.37	18,964.78	19,498.54	21,833.33	19,873.77

Elaboración propia. Información obtenida de *China Statistical Yearbook* 2014, [<http://www.stats.gov.cn/tjsj/ndsj/2013/indexeh.htm>, consultado el 20 de mayo de 2015]
ND: Dato no disponible

Es importante resaltar que en ciertas ocasiones, algunas provincias de la región oeste han obtenido un nivel de ingreso urbano per cápita mayor que otras provincias, incluso provincias de la región este. En 2013 los hogares urbanos en Mongolia Interior, Chongqing y Guangxi tuvieron un nivel de ingreso disponible per cápita superior a los de Hebei y Hainan con 25,496.67 yuanes, 25,216.13 yuanes y 23,305.38 yuanes, respectivamente. A pesar de la existencia de estas excepciones, aún no existen indicios suficientes para hablar de una reducción de la desigualdad interprovincial o interregional como tal.

El caso de Chongqing que a continuación estudiaré ayudará a ejemplificar la aplicación de las políticas económicas de fomento al mercado interno y de impulso al consumo interno desde inicios del siglo XXI así como los resultados que han tenido respecto a la disminución de la desigualdad en el ingreso.

EL CASO DE CHONGQING

El 14 de marzo de 1997, siguiendo una decisión de la V Sesión del VIII Congreso de la Asamblea Popular Nacional, la ciudad de Chongqing obtuvo el estatus de municipalidad. Esto significó que a partir de ese momento Chongqing dependía de

forma directa del gobierno central y no del gobierno de la provincia de Sichuan. Esto no llevó a un éxito económico o político inmediato. Como muchos territorios de la región occidental de China, Chongqing incluía municipios pobres. Según Meg Rithmire, cuando Chongqing se convirtió en una municipalidad contaba con 40 distritos y condados, 20 de los cuales eran nacionalmente designados como pobres, significando que el ingreso promedio estaba por debajo de la línea de pobreza (2,300 yuanes o menos de \$1 dólar para 2011).¹⁴¹

En 1995 el PIB per cápita de Chongqing era 25% menor que el de ciudades de la región este como Guangzhou, Shenzhen y Shanghai e incluso estaba rezagada en comparación con otras ciudades del oeste como Chengdu y Xian.¹⁴² Entre 1996 y 1999 69% del sector industrial estaba operando con pérdidas.¹⁴³ Sin embargo, poco tiempo después de que el gobierno central lanzara la campaña de la “Apertura del oeste” en el 2000, Chongqing se vio sumamente beneficiada.

En esa campaña se anunció la intención del gobierno central de reorientar las inversiones a las provincias del interior, incluyendo Chongqing. La ventaja principal fue el aumento de los fondos provenientes del gobierno central: las transferencias representaron el 40.9% del presupuesto local de Chongqing en 1999 y casi el 62% en 2000.¹⁴⁴ La mayoría de estos fondos se destinaron a proyectos de infraestructura como la construcción de puentes, caminos y de nuevas áreas en la ciudad. La idea general era mejorar el ambiente físico de la

¹⁴¹ Meg Rithmire, ““The Chongqing Model” and the Future of China”, *Harvard Business School*, Boston, Harvard Business School Publishing, 2013, P. 12

¹⁴² *Ibid.*, P. 8

¹⁴³ *Ibid.*, P. 8

¹⁴⁴ *Ibid.*, P. 9

ciudad para hacerla más atractiva para los inversionistas.¹⁴⁵

Para esto, se creó la Nueva Zona de Liangjiang el 18 de junio de 2010, una superficie de 1,200km² localizada en el centro de la ciudad de Chongqing. Con una mezcla de políticas preferenciales y con inversión en infraestructura, se buscaba atraer a inversionistas nacionales y extranjeros a esa zona. El gobierno de Chongqing buscaba atraer empresas de alta tecnología, como la automotriz, de tecnología de la información, farmacéuticas y biotecnología y aeroespacial.¹⁴⁶ Junto con todo esto, en 2005 se inició la construcción de un centro financiero en el distrito de Jiangbei, para que compitiera con el centro financiero de Shanghai.

En 2007, Bo Xilai, recién nombrado Secretario del Partido Comunista Chino de Chongqing, estableció los objetivos de las políticas de Chongqing para los siguientes diez años: revitalizar el campo; reformar las empresas y revitalizar la vieja base industrial de Chongqing; resolver los problemas de las personas y crear una “sociedad armoniosa”¹⁴⁷ -esto en clara sintonía con los objetivos planteados en el XI Plan Quinquenal y, posteriormente en el XII. La administración central apoyó estos planes especiales con impuestos preferenciales para todas las empresas que se establecieran en las zonas de desarrollo de Chongqing; con la creación de un centro financiero; con fondos para infraestructura; con el establecimiento de proyectos ambientales; con programas de fomento para la

¹⁴⁵ Meg Rithmire, ““The Chongqing Model”..., *op.cit.*, P. 9

¹⁴⁶ *Ibid.*, P. 10

¹⁴⁷ *Ibid.*, P. 9

seguridad social; con la aprobación de un sistema de intercambio de la tierra; con apoyo para un plan de integración entre zonas urbano-rurales.¹⁴⁸

En el mismo año, Chongqing fue aprobado como uno de los dos sitios nacionales de "planificación urbana-rural integrada".¹⁴⁹ Esto le permitió al gobierno de Chongqing crear sus propias políticas experimentales para reformar las instituciones que separaban a la ciudad del campo.¹⁵⁰ Estas políticas experimentales iban en sintonía con los objetivos establecidos en el XII Plan Quinquenal, pero hay que hacer notar, como ya se hizo en el Capítulo I, que el gobierno local era el encargado de la aplicación de estas políticas. El bajo ingreso de la población local significaba una demanda limitada del mercado,¹⁵¹ y precisamente lo que se buscaba era impulsar el mercado interno.

Una de las primeras políticas que se llevaron a cabo para impulsar al mercado interno fue una reforma al sistema de *hukou*. Se estableció cambiar el *hukou* rural de 10 millones de individuos a un *hukou* urbano para 2020 en dos fases. La primera, de 2007 a 2012, en la cual se le dio un *hukou* urbano a 3.38 millones de personas, principalmente trabajadores migrantes. Esto consistía en una especie de amnistía, con la cual los migrantes tendrían acceso inmediato al sistema de salud, de pensiones, al seguro de desempleo, a la educación y a la vivienda.¹⁵² En la segunda fase, a llevarse a cabo entre 2012 y 2020, el gobierno de Chongqing pretende otorgarle un *hukou* urbano a otros 7 millones de habitantes de las zonas rurales cercanas.

¹⁴⁸ Meg Rithmire, "The Chongqing Model"..., *op.cit.*, P. 9

¹⁴⁹ El otro sitio fue Chengdu

¹⁵⁰ Meg Rithmire, "The Chongqing Model"..., *op.cit.*, P. 12-13

¹⁵¹ Lijian Hong, "Chongqing: Opportunities and Risks", *The China Quarterly*, núm. 178, junio 2004, P. 449

¹⁵² Meg Rithmire, "The Chongqing Model"..., *op.cit.*, P. 13

Una segunda política para el fomento del mercado interno fue el desarrollo urbano –el cual, iba muy ligado a la reforma del sistema *hukou*. En 2008, el gobierno de Chongqing empezó a experimentar con una reforma agraria conocida como el “intercambio de certificados de tierra”. Este era un sistema de intercambio por los derechos de desarrollo de la tierra, en el cual el gobierno alentó a los campesinos a que voluntariamente cedieran el derecho de uso de sus tierras. A cambio recibieron un paquete de compensaciones que incluía una transferencia monetaria y beneficios de bienestar social como la obtención de un *hukou* urbano –para toda la familia-, una nueva vivienda,¹⁵³ seguridad social, una garantía de contar con un estándar mínimo de nivel de vida y subsidios de educación para sus hijos.¹⁵⁴

Con las tierras rurales que el gobierno colectivizó, generó cuotas de tierras para la construcción. El Centro de Transacciones de Tierras Rurales, RLTC (por sus siglas en inglés, *Rural Land Transaction Center*) creado por el gobierno de Chongqing, fungió como intermediario para que las constructoras de tierras urbanas pudieran tener acceso a estas cuotas. Mediante una subasta, las desarrolladoras urbanas que ofrecieron el precio más alto obtuvieron cuotas de tierra. Este proceso de subasta convirtió a la tierra rural en tierra urbana de construcción. A la vez que generó un ingreso para el gobierno, del cual cerca del 30% fue destinado a los campesinos.¹⁵⁵

¹⁵³ Las opciones de reubicación eran tres: reubicarse en una nueva área residencial construida por el gobierno; aceptar una única compensación monetaria; o rentar un departamento otorgado por el gobierno con una renta baja. Meina Cai, *Land for Welfare in China*, versión preliminar, septiembre de 2012, [http://www.law.uchicago.edu/files/file/Cai%20Meina%20paper_0.pdf, consultado el 21 de septiembre de 2015], P. 19

¹⁵⁴ Los hijos de los campesinos que no hubieran cumplido con los 9 años de educación obligatoria, no tendrían que pagar por los libros de texto ni las cuotas de inscripción y contarían con una pensión durante cinco años. *Ibid.*, P. 19

¹⁵⁵ Meina Cai, *Land for Welfare in China*, *op. cit.*, P. 20

Otra política que ayudó a la urbanización fue un programa a gran escala de construcción de viviendas públicas en 2008, cuya intención era construir un total de 800,000 departamentos con una inversión de 100 mil millones de yuanes¹⁵⁶ para dar casa a los migrantes rurales. Las unidades estuvieron disponibles para personas con ingresos limitados, que no poseían automóviles y no tenían otro hogar en la ciudad.¹⁵⁷ En teoría, las viviendas estaban destinadas a personas solteras, cuyo ingreso mensual fuera menor de 2,000 yuanes o para parejas cuyo ingreso mensual no superara los 3,000 yuanes.¹⁵⁸ En cuanto a nivel de ingresos, esto significaría una clase media según la clasificación del gobierno chino; sin embargo, la carencia de ciertos satisfactores materiales como la posesión de un automóvil, pone en duda esta suposición.

Los individuos que rentaban las unidades de la vivienda pública tendrían la opción de volverse propietarios de la vivienda después de cinco años de pagar renta;¹⁵⁹ sin embargo, estaba prohibido subarrendar o vender la propiedad, a excepción de que se vendiera al gobierno local.¹⁶⁰ Como política de apoyo al ingreso, las rentas para las nuevas viviendas públicas eran 40% más bajas que las de propiedades de tamaño y ubicación similares.¹⁶¹

Como apoyo a la seguridad social, el gobierno de *Chongqing* proveería 30 mil millones de yuanes para financiarla y más de 90 mil millones de yuanes tendrían que ser contribuciones hechas por empresas mediante impuestos. Al

¹⁵⁶ Meg Rithmire, ““The Chongqing Model”..., *op.cit.*, P. 13

¹⁵⁷ *Ibid.*, P. 13

¹⁵⁸ Romain Lafarguette, *Chongqing: a model for a new economic and social policy?*, 10 de abril de 2012, [<http://www.redeconomist.com/analyses/chongqing-a-model-for-a-new-economic-and-social-policy/>], consultado el 28 de mayo de 2015]

¹⁵⁹ La posesión de una casa propia también es indicador de pertenencia a una clase media. Por lo tanto, esta política de urbanización está direccionada al aumento paulatino de la clase media.

¹⁶⁰ *Ibid.*

¹⁶¹ *Ibid.*

imponer mayores gravámenes a las empresas por los trabajadores con reciente *hukou* urbano (ingreso que no podían obtener de los trabajadores migrantes), el gobierno recaudaría fondos para cubrir los gastos de la urbanización. El resto del ingreso se obtendría de las rentas la vivienda pública, a su vez construida, para impulsar la urbanización.

Después de tres años de haber lanzado la campaña de “Apertura al oeste” el PIB de Chongqing creció a tasas mayores del 10%. Pero fue apenas en hasta la segunda mitad de la década que Chongqing empezó a crecer a un ritmo sorprendente (Gráfica 5). Entre 2007 y 2012, en tanto el crecimiento económico de China era menor al 10% por la primera vez en cinco años, el PIB de Chongqing creció a una tasa media anual de 16%, la tasa más alta de todo el país.¹⁶² El ingreso per cápita aumentó en más del doble de 2006 a 2012. La inversión extranjera directa aumentó de \$696 millones de dólares a \$3.77 mil millones de dólares durante el mismo periodo.¹⁶³

Esto implicó un crecimiento en el ingreso disponible de los habitantes. El ingreso disponible per cápita de los hogares urbanos aumentó de 2002 a 2013 a una tasa anual de 12%, mientras que el ingreso neto per cápita de los hogares rurales lo hizo a una tasa del 13.4%. Sin embargo, debido a la disparidad existente previa al siglo XXI, la brecha de desigualdad en el ingreso, prácticamente se mantuvo. En 2002 la diferencia entre el ingreso disponible per cápita de los residentes urbanos y de los rurales era de aproximadamente 5,113 yuanes, una

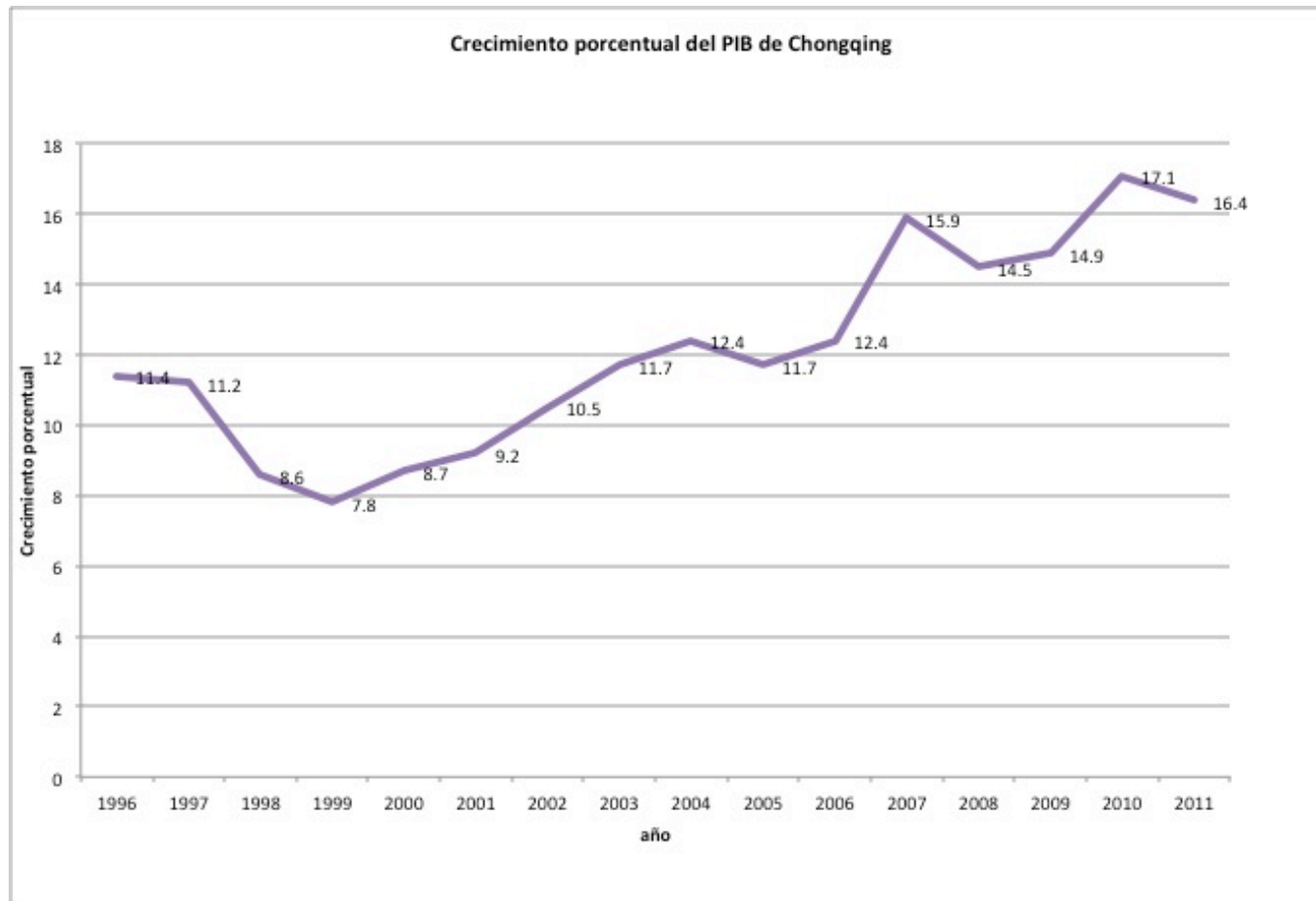
¹⁶² Meg Rithmire, ““The Chongqing Model”...”, P. 8

¹⁶³ *Ibid.*, P. 8

relación de 3.4 a uno, mientras que para 2013 era de casi 17,000 yuanes, una relación de 3 a uno.

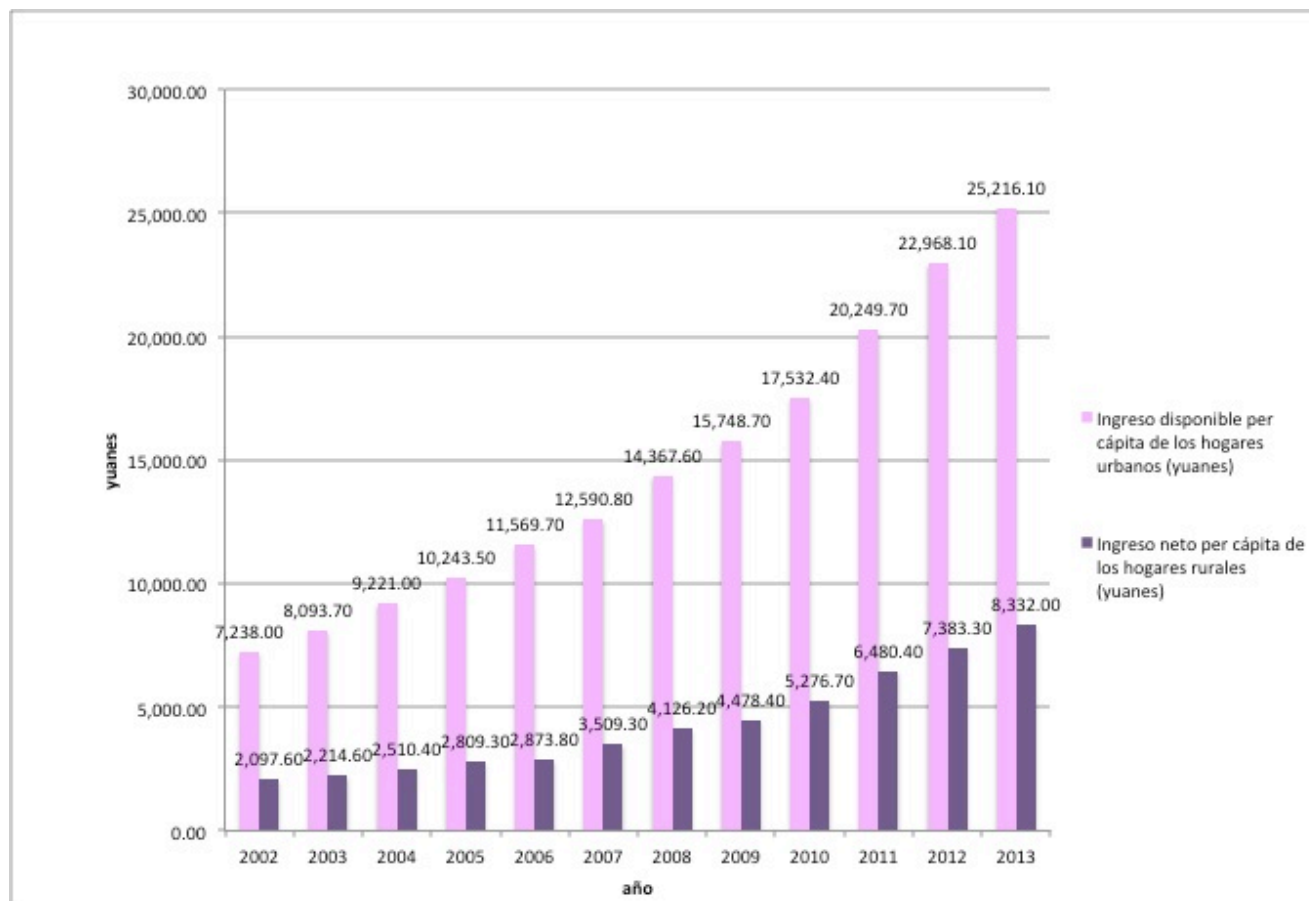
Por su parte, el proceso de urbanización y la reforma del *hukou* lograron que para el 2013 el 51.48% de la población de Chongqing se considerara urbana. El consumo de los hogares urbanos (Gráfica 7; Cuadro 7) aumentó de 2002 a 2013 en una tasa anual del 9.8%. El consumo de ropa de los hogares urbanos durante el mismo periodo creció a una tasa anual del 12.8%, siendo mayor que el aumento del consumo en salud y servicios médicos – éstos aumentaron a una tasa anual de poco más del 10%-, y mayor que el consumo en educación, cultura y recreación –aumentaron a una tasa anual de 4.5%.

Gráfica 5. Crecimiento porcentual del Producto Interno Bruto de *Chongqing*



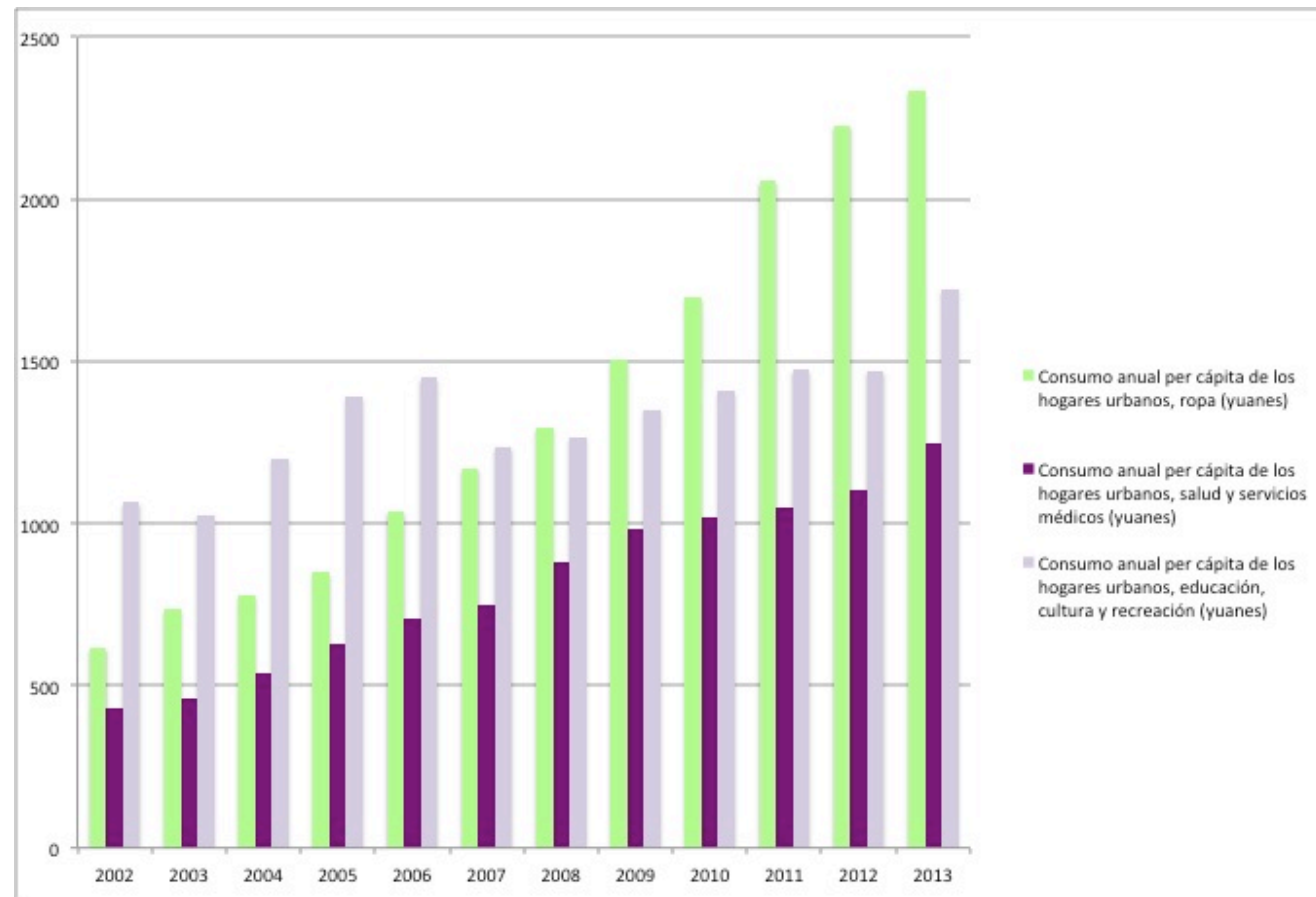
Elaboración propia. Información obtenida de Meg Rithmire, ““The Chongqing Model” and the Future of China” en Harvard Business School, (Boston: Harvard Business School Publishing, 2013)

Gráfica 6. Ingreso disponible per cápita de los hogares urbanos e ingreso neto per cápita de los hogares rurales de Chongqing, yuanes



Elaboración propia. Información obtenida de *National Data, National Buro of Statistics of China*, [www.data.stats.gov.cn/english, consultado el 26 de mayor de 2015]

Gráfica 7. Consumo anual per cápita de los hogares urbanos en ropa, salud y servicios médicos y educación, cultura y recreación, yuanes.



Elaboración propia. Información obtenida de *National Data, National Buro of Statistics of China*, [www.data.stats.gov.cn/english, consultado el 26 de mayor de 2015]

El que el consumo en ropa fuera mayor que el consumo en salud y gastos médicos, podría indicar que el exceso del ingreso disponible de los hogares urbanos, gracias a los resultados exitosos de las políticas económicas, podía ser destinado a consumir bienes que no son de primera necesidad, ya que existe un excedente del ingreso. A su vez, también se debe a un aumento en el número de tiendas de cadenas de venta al por menor establecidas en Chongqing, el cual ha aumentado considerablemente en los últimos años como respuesta al incremento de la cantidad demandada de bienes y servicios por los individuos. Entre 2006 y 2013 se establecieron 7,748 tiendas nuevas en Chongqing, con un valor total de ventas en 2013 de 261,800.30 millones de yuanes –lo que representa un aumento del valor total de ventas de 2008 a 2013 de 184,520 millones de yuanes (Cuadro 10).

Cuadro 8. Consumo anual per cápita de los hogares urbanos de *Chongqing*, ropa, salud y servicios médicos, educación, cultura y recreación, 2002-2013, yuanes

	Consumo anual per cápita de los hogares urbanos de Chongqing (yuanes)	Consumo anual per cápita de los hogares urbanos de Chongqing, ropa (yuanes)	Consumo anual per cápita de los hogares urbanos de Chongqing, salud y servicios médicos, (yuanes)	Consumo anual per cápita de los hogares urbanos, educación, cultura y recreación (yuanes)
2002	6,360.20	618.6	429.6	1,065.10
2003	7,118.10	735	459.7	1,026.00
2004	7,973.10	779.7	538	1,200.50
2005	8,623.30	849.5	629.3	1,391.10
2006	9,398.70	1,039.00	705.7	1,449.50
2007	9,890.30	1,171.20	749.5	1,237.40
2008	11,146.80	1,294.30	878.3	1,267.00
2009	12,144.10	1,503.50	982.7	1,351.90
2010	13,335.00	1,697.60	1,021.50	1,408.00
2011	14,974.50	2,056.80	1,050.60	1,474.90
2012	16,573.10	2,228.80	1,101.60	1,470.60
2013	17,813.90	2,333.80	1,245.30	1,722.70

Elaboración propia. Información obtenida de *National Data, National Bureau of Statistics of China*, [www.data.stats.gov.cn/english, consultado el 26 de mayo de 2015]

Cuadro 9. Número total de tiendas de venta al por menor y valor total de ventas del comercio al por menor.

	Número total de tiendas de venta al por menor (unidades)	Valor total de ventas de Comercio al Por Menor (100 millones de yuanes)
2006	4,705	nd
2007	6,125	nd
2008	7,442	773.1
2009	9,735	1,047.10
2010	10,672	1,478.00
2011	11,316	1,950.10
2012	11,517	2,277.70
2013	12,453	2,618.30

Elaboración propia. Información obtenida de *National Data, National Buro of Statistics of China*, [www.data.stats.gov.cn/english, consultado el 26 de mayo de 2015]

Sin embargo, debido a la falta de información no puede saberse la causa por la cual el consumo en la educación, la cultura y la recreación ha aumentado a una tasa menor que el consumo de ropa. Podrían existir dos razones: primero porque los habitantes urbanos no tienen que gastar en la educación ya que el Estado la provee o por que su consumo de cultura y recreación es bajo, prefiriendo tal vez ir de compras a los centros comerciales en su tiempo libre.¹⁶⁴

Tanto el ingreso disponible per cápita como el consumo per cápita de los hogares urbanos aumentaron de 2002 a 2013. La proporción del ingreso disponible destinado al consumo ha aumentado poco entre el 2002 y el 2013. (Gráfica 8, Cuadro 10). Muy probablemente se debe a que el ingreso extra, además de consumirse, ya que efectivamente el consumo per cápita de los hogares urbanos ha aumentado, se destina al ahorro. Con lo cual, existe un cumplimiento parcial de los objetivos planteados en el XII Plan Quinquenal: el consumo de los habitantes urbanos de Chongqing ha aumentado desde inicios del siglo XXI pero se sigue ahorrando gran parte del ingreso disponible a pesar de las

¹⁶⁴ Una de las características del consumidor de clase media urbano.

políticas de fomento al mercado interno que el gobierno de Chongqing ha impulsado. La Gráfica 9 ilustra el aumento de los depósitos de la ciudad de Chongqing, sin embargo la falta de datos específicos imposibilita conocer la cantidad de depósitos pertenecientes específicamente a los hogares urbanos.

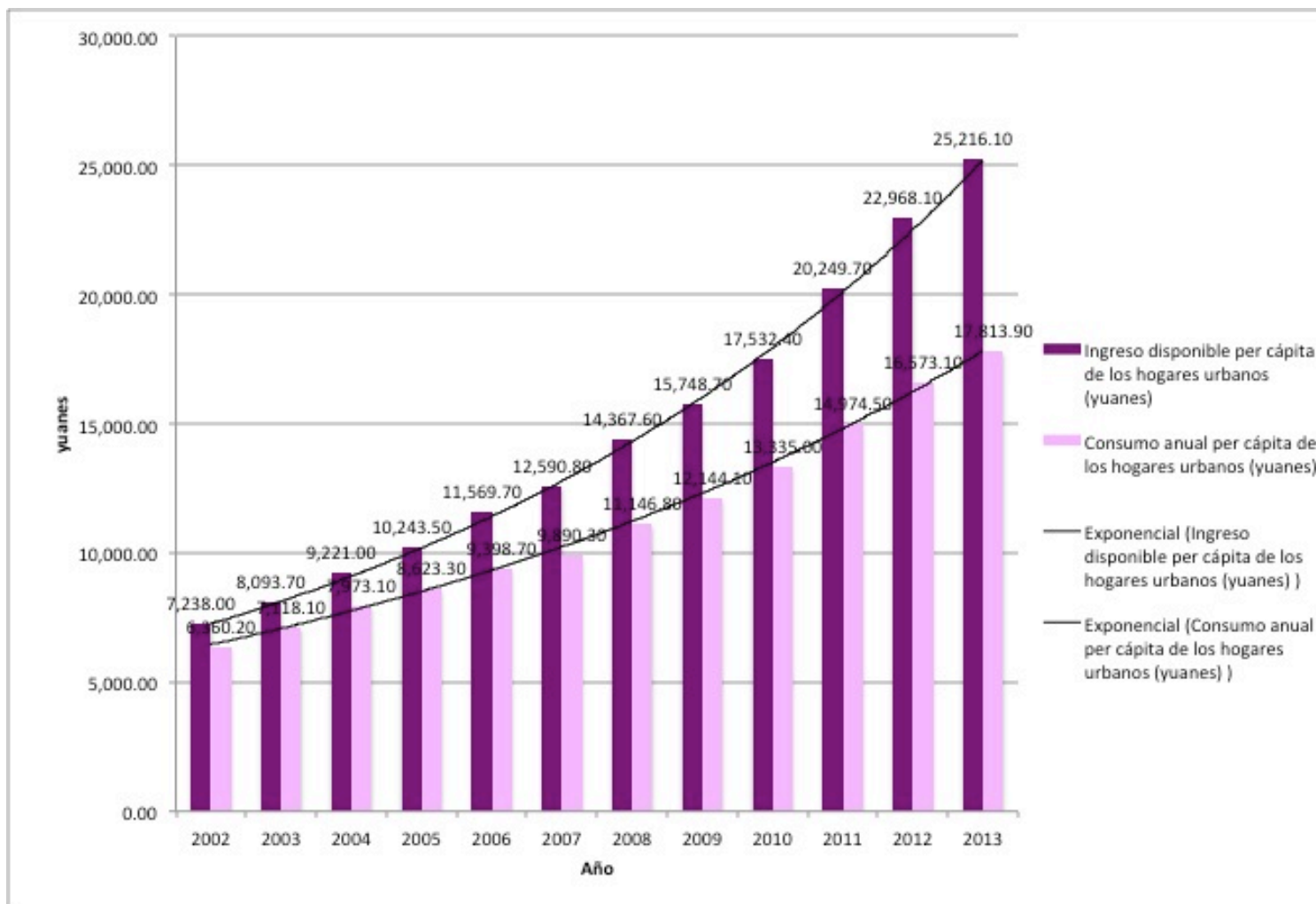
Cuadro 10. Ingreso disponible y consumo per cápita de los hogares urbanos de Chongqing 2002-2013, yuanes

	Ingreso disponible per cápita de los hogares urbanos (yuanes)	Consumo anual per cápita de los hogares urbanos (yuanes)
2002	7,238.00	6,360.20
2003	8,093.70	7,118.10
2004	9,221.00	7,973.10
2005	10,243.50	8,623.30
2006	11,569.70	9,398.70
2007	12,590.80	9,890.30
2008	14,367.60	11,146.80
2009	15,748.70	12,144.10
2010	17,532.40	13,335.00
2011	20,249.70	14,974.50
2012	22,968.10	16,573.10
2013	25,216.10	17,813.90

Elaboración propia. Información obtenida de *National Data, National Bureau of Statistics of China*, [www.data.stats.gov.cn/english, consultado el 26 de mayo de 2015]

A pesar de las políticas de impulso al mercado interno de Chongqing, existen dos aspectos de suma importancia que señalan el cumplimiento parcial de los objetivos establecidos en el XII Plan Quinquenal –basar el motor de crecimiento en el consumo interno y crear una sociedad más equitativa. En primer lugar, la brecha de desigualdad en el ingreso disponible entre los hogares urbanos y rurales de Chongqing persiste. No obstante, podría reducirse en un futuro cercano si la tasa de crecimiento de los ingresos disponibles rurales se mantiene o, en el mejor de los casos, aumenta.

Gráfica 8. Ingreso disponible y consumo per cápita de los hogares urbanos de Chongqing 2002-2013, yuanes



Elaboración propia. Información obtenida de *National Data, National Buro of Statistics of China*, [www.data.stats.gov.cn/english, consultado el 26 de mayor de 2015]

En segundo lugar, el hecho que a pesar de que el consumo tanto de los hogares urbanos como el de los rurales ha aumentado (Gráfica 10),¹⁶⁵ a pesar incluso de la diferencia del nivel de consumo rural y urbano. Esta diferencia fue de 6,119 yuanes en 2004, de 73,64 yuanes en 2007, de 9, 710 yuanes en 2010 y de 12,018 yuanes en 2013 (Cuadro 11). El motor de crecimiento del PIB de Chongqing aún no es el consumo interno (Gráfica 11). Esto se debe a que la estrategia de desarrollo de Chongqing, a pesar de contar con políticas económicas de impulso a mercado, se ha basado en la inversión y no en el consumo privado, sin duda contrario al objetivo nacional planteado por el liderazgo chino en el XII Plan Quinquenal.

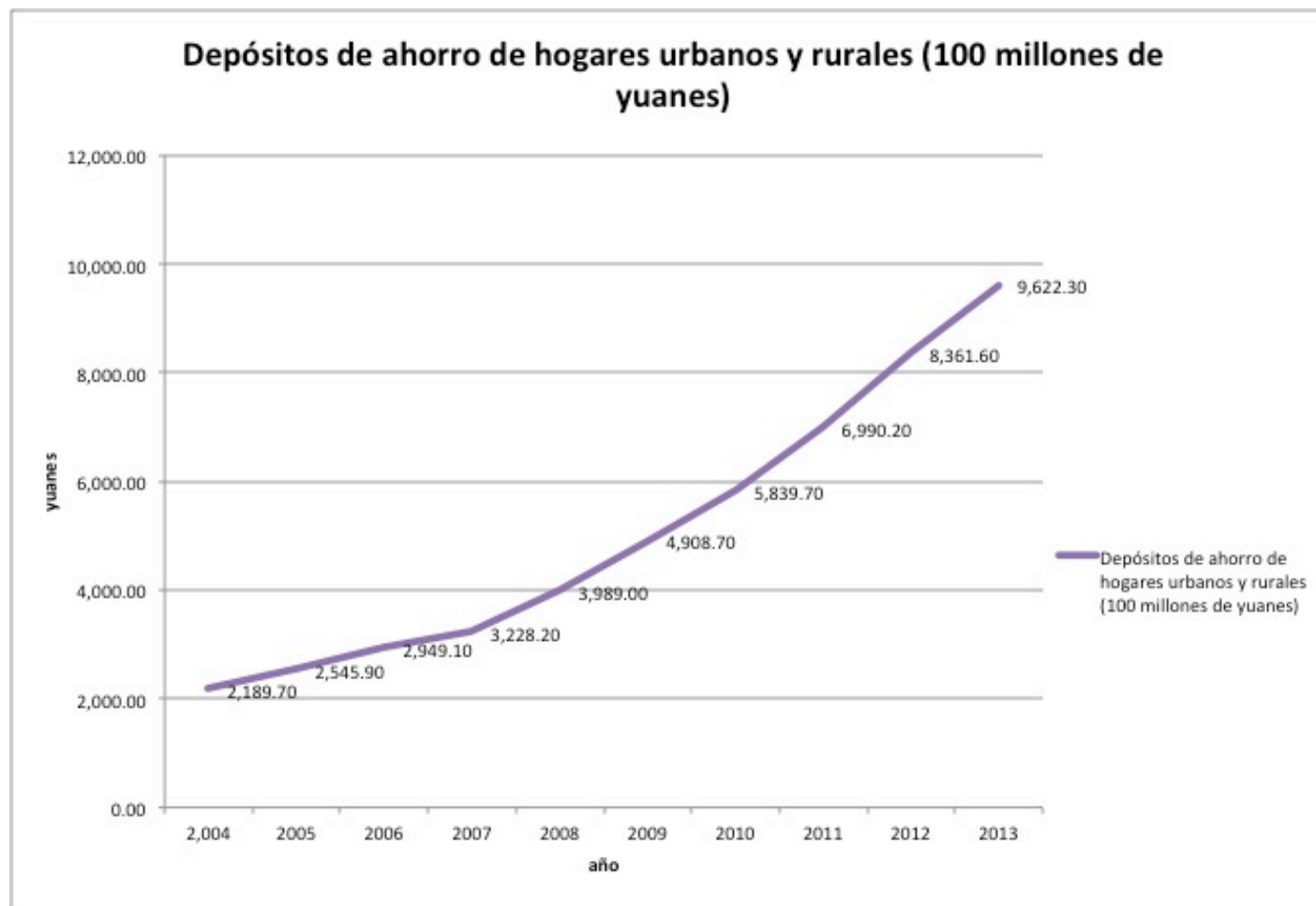
Cuadro 11. Consumo anual per cápita de los hogares urbanos y rurales de Chongqing 2004-2013, yuanes

	Consumo anual per cápita de los hogares urbanos (yuanes)	Consumo anual per cápita de los hogares rurales (yuanes)
2004	7,973.10	1,853.90
2005	8,623.30	2,142.10
2006	9,398.70	2,205.20
2007	9,890.30	2,526.70
2008	11,146.80	2,884.90
2009	12,144.10	3,142.10
2010	13,335.00	3,624.60
2011	14,974.50	4,502.10
2012	16,573.10	5,018.60
2013	17,813.90	5,796.40

Elaboración propia. Información obtenida de *National Data, National Bureau of Statistics of China*, [www.data.stats.gov.cn/english, consultado el 26 de mayo de 2015]

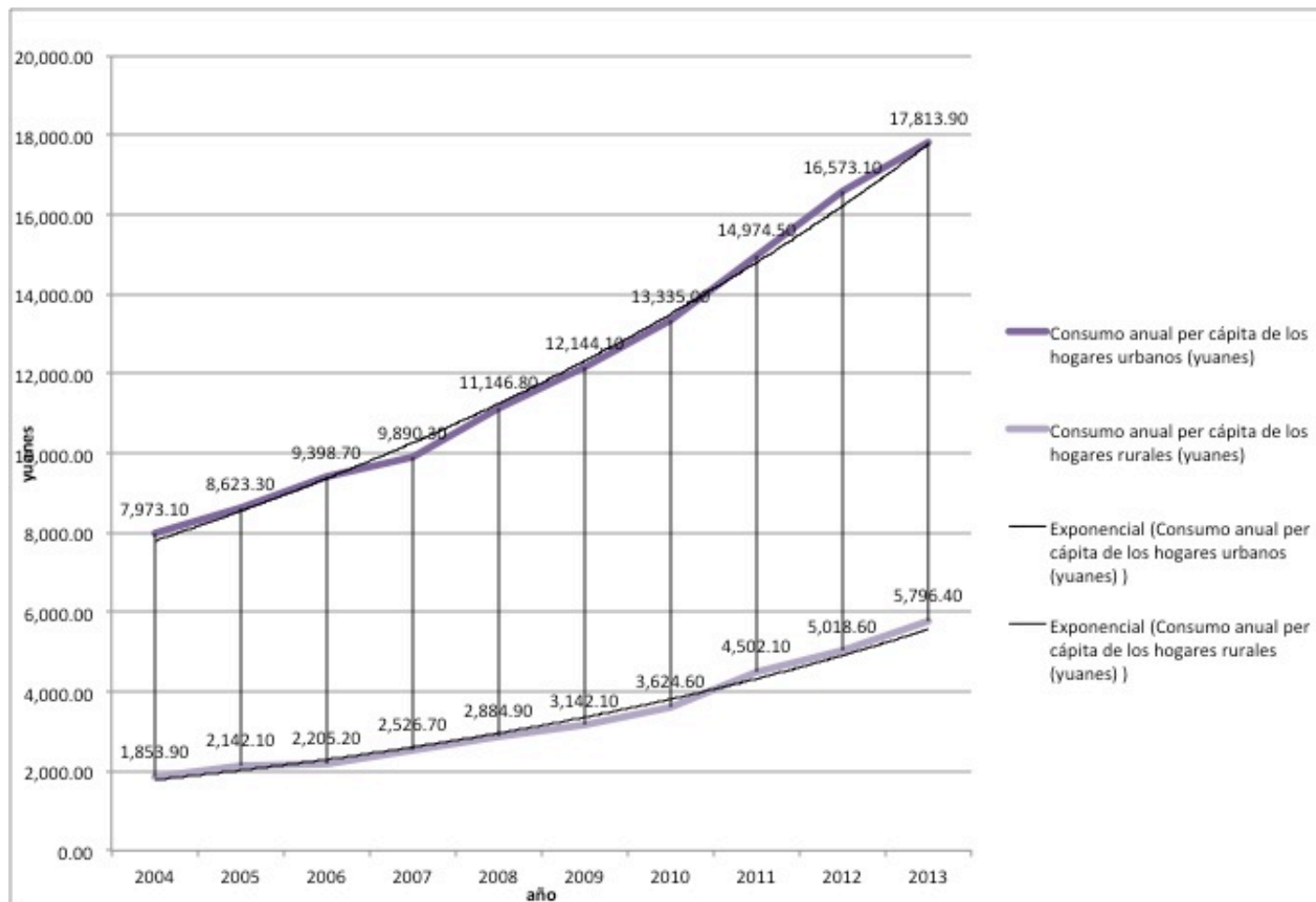
¹⁶⁵ Cabe destacar que el nivel de consumo de los hogares rurales es mucho menor que el de los hogares urbanos.

Gráfica 9. Depósitos de ahorro de los hogares urbanos y rurales de Chongqing 2004-2013, 100 millones de yuanes



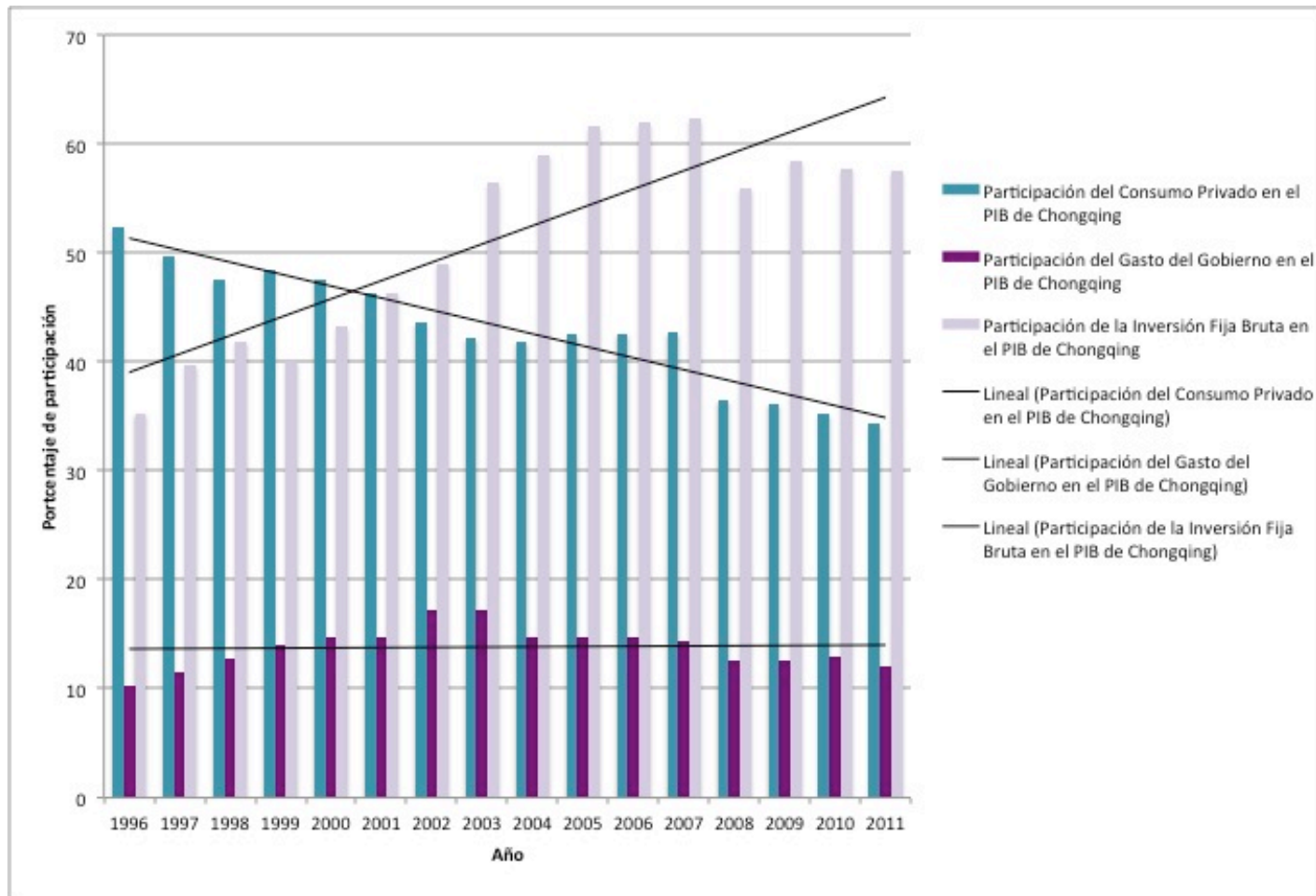
Elaboración propia. Información obtenida de *National Data, National Buro of Statistics of China*, [www.data.stats.gov.cn/english, consultado el 26 de mayor de 2015]

Gráfica 10. Consumo anual per cápita de los hogares urbanos y rurales de *Chongqing* 2004-2013, yuanes



Elaboración propia. Información obtenida de National Data, *National Buro of Statistics of China*, [www.data.stats.gov.cn/english, consultado el 26 de mayor de 2015]

Gráfica 11. Participación del consumo privado, gasto del gobierno e inversión fija bruta en el PIB de Chongqing 1996-2011, yuanes



Elaboración propia. Información obtenida de Meg Rithmire, ““The Chongqing Model” and the Future of China” en Harvard Business School, (Boston: Harvard Business School Publishing, 2013)

CONCLUSIONES

La desigualdad en el ingreso disponible entre zonas urbanas y rurales y a nivel regional ha sido y continúa siendo uno de los principales retos para el gobierno chino. Sí bien las reformas instauradas a partir de 1978 generaran un beneficio generalizado de forma paulatina para la mayoría de la población, la desigualdad en el ingreso entre las zonas urbanas y rurales y a nivel regional aumentó.

El cambio de orientación de las políticas económicas a inicios del siglo XXI, con el que se busca una nueva forma de crecimiento económico, basado en el mercado interno, tienen como objetivo último la reducción de esta brecha de desigualdad. Según los datos estudiados, provenientes en su gran mayoría de la Oficina Nacional de Estadísticas de China, la brecha persiste a nivel nacional, tanto entre campo y ciudad como entre las diferentes regiones. Además, el mayor nivel de ingreso disponible continúa concentrándose en las urbes y en la costa este.

No obstante, las tasas de crecimiento mayores de los ingresos disponibles per cápita de los hogares rurales y de las regiones del noreste, centro y oeste del país dan indicios de que esta desigualdad podría reducirse considerablemente. Pero, el nivel de ingresos disponible tendrá que aumentar a una tasa mucho mayor para que eso sea posible en el corto o mediano plazo.

El caso de Chongqing ejemplifica cómo ciertas políticas económicas de impulso al mercado interno –mejoras en la seguridad social, urbanización, políticas de apoyo al salario y reformas al *hukou*–, han ayudado a que aumente el ingreso disponible per cápita, el consumo y a que más habitantes reciban los beneficios que conlleva la posesión del *hukou* urbano –acceso a los servicios de salud, al

sistema de pensiones, a la educación. A pesar de que la brecha de desigualdad en el ingreso disponible per cápita aun permanece, igual que a nivel nacional, podría reducirse si los ingresos disponibles per cápita rurales continúan aumentando a una tasa mayor que el de los hogares rurales; cumpliéndose así, aunque de forma parcial, los objetivos planteados en el XII Plan Quinquenal. Sin embargo, la forma de crecimiento de Chongqing podría resultar contraria a los objetivos planteados por el liderazgo chino, ya que ésta no se debe al consumo interno como lo plantea el Plan, sino a la inversión.

CONCLUSIONES GENERALES

A más de treinta años de su instauración, las reformas económicas continúan influyendo en la realidad china. Con la finalidad de alcanzar un crecimiento inclusivo, el liderazgo chino estableció un cambio en la orientación de las políticas económicas a inicios del siglo XXI. La idea fue basar el crecimiento económico actual y futuro no sólo en las exportaciones y en la inversión sino también en el consumo interno, siendo que la participación del consumo en el PIB se relaciona de forma directa con la reducción de la pobreza y el mejoramiento del nivel de vida de la población.

En esta investigación pretendí determinar si está cumpliéndose o no este objetivo –la creación de una sociedad más equitativa-, ello mediante el estudio del consumo privado interno urbano. A lo largo de tres capítulos estudié el cambio de orientación de las políticas económicas chinas; quién es el nuevo consumidor fruto de los resultados de dichas políticas, y sí, efectivamente, existe una reducción de la desigualdad en el ingreso.

En el primer capítulo analicé el por qué y el cómo del cambio de orientación de las políticas económicas a inicios del siglo XXI, estudiando variables referentes al consumo interno privado, el impacto existente sobre las tasas de ahorro y el nivel de ingresos disponibles y las políticas encaminadas al fomento del consumo interno.

Debido al aumento del consumo interno, en el segundo capítulo estudié al grupo de consumidores más importantes: los consumidores urbanos de clase media. Definí sus patrones y tendencias, encontrando que son consumidores exigentes, ordenados –establecen presupuestos, evalúan las características del

producto que buscan en diferentes sitios y esperan a la mejor oferta posible-, digitales, racionales, desapegados a las marcas –excepto cuando se trata de alimentos o de productos de cuidado para bebés-, y gustosos por artículos de lujo genuinos.

En el tercer capítulo estudié el tema de la desigualdad en el ingreso interregional e interprovincial entre zonas rurales y urbanas, enfocándome en el caso de Chongqing y las políticas públicas introducidas y aplicadas desde los inicios del siglo XXI.

A lo largo de toda la investigación observé una clara relación entre los principios del Neoinstitucionalismo y la aplicación de las políticas económicas de impulso al mercado interno y al consumo interno. La directriz del cambio de orientación de las políticas económicas es una directriz de Estado establecida en los Planes Quinquenales, específicamente en el XI y XII Planes Quinquenales. Las reformas al sistema de salud, de pensiones, al sistema *hukou*, y las demás políticas estudiadas van en clara sintonía con los objetivos plasmados por el liderazgo chino. Como afirma North, las instituciones marcan las pautas a seguir. Sin embargo, es interesante observar cómo en el caso chino los diferentes niveles de gobierno, o más bien las instituciones locales, modifican estos lineamientos para adaptarlos a su realidad, o los siguen aunque no necesariamente se traduzcan en los resultados pretendidos.

Responder a las preguntas de investigación que establecí es complicado. Primero, porque existe una accesibilidad limitada a los datos estadísticos. Segundo, debido a la extensión y diversidad de la sociedad china, enfocarse solamente en un grupo de consumidores –a pesar de su importancia- permite

apenas un estudio parcial del problema. Tercero, la información que se tiene sobre los gustos, preferencias y tendencias del consumidor urbano se basan en muestras, encuestas y percepciones, lo cual limita el alcance del estudio.

Sin embargo, a pesar de que todavía existe una desigualdad en el ingreso disponible per cápita a nivel regional, entre campo y ciudad y entre las diferentes provincias, las tasas de crecimiento indican una clara tendencia de que los ingresos podrían llegar a convergir en el futuro. Además, la clase media urbana – clave para el crecimiento del consumo- va en claro aumento. De esta forma, y después de haber estudiado el caso particular de Chongqing, podría concluir que el cumplimiento del objetivo del liderazgo chino de crear una sociedad más equilibrada ha sido hasta ahora, parcial. Primero porque la brecha en el ingreso aún persiste; segundo, debido a que el consumo interno aún no es la base del crecimiento económico, como lo demuestro en el Capítulo I y al estudiar el caso de Chongqing.

Esto no implica el que las políticas económicas de fomento al mercado y de impulso al consumo interno ya hayan dado resultados. El consumo interno, que había disminuido en las décadas anteriores, recientemente se ha mantenido y se prevé que aumente en detrimento de las exportaciones y la inversión. La propensión a consumir del individuo y el efecto multiplicador del ingreso serán cruciales para la creación de una economía más equitativa. Todo indica que la clase media y el consumo seguirán aumentando.

Esta investigación no es concluyente, más bien abre nuevas preguntas de investigación sobre el futuro crecimiento económico chino. El XII Plan Quinquenal, ¿seguirá en línea con las directrices planteadas desde inicio de siglo? Sí la

dependencia en las exportaciones y en la inversión disminuye y el consumo interno se vuelve el nuevo motor del crecimiento económico, volverá China a ensimismarse, olvidándose del mundo como en el pasado? A pesar del aumento en el nivel de los ingresos y las mejoras en la calidad de vida, ¿podrá desaparecer del todo la brecha de desigualdad? Sí el ritmo de crecimiento se mantiene a una tasa del 7% como lo plantea el gobierno chino, ¿será suficiente para abastecer a toda su población? Las recientes devaluaciones del yuan y la caída del precio del petróleo junto con la caída mundial en el nivel de exportaciones, ¿cambiarán las directrices establecidas por el liderazgo chino a inicios del siglo XXI? Y tal vez una de las más controvertidas, ¿podrá el Partido Comunista Chino mantenerse en el poder a medida que cada vez más consumidores tienen acceso al exterior mediante sus prácticas de consumo, o la satisfacción material legitimación será suficiente?

BIBLIOGRAFÍA

1. ATKINSON, B. Anthony y Andrea Brandolini, "On the identification of the Middle Class", *Income Inequality. Economic Disparities and the Middle Class in Affluent Countries*, ed. Janet C. Gornick y Markus Jäntti, Stanford, Stanford University Press, 2013, 515 pp.
2. APCO Worldwide, "China's 12th Five-Year Plan. How it actually Works and what's in store for the next five years", APCO Worldwide Inc., 10 de diciembre de 2010 [http://www.apcoworldwide.com/content/pdfs/chinas_12th_five-year_plan.pdf, consultado el 19 de diciembre de 2014], 12 pp.
3. ATSMON, Yuval y Max Magni "Meet the 2020 Chinese Consumer", McKinsey & Company, marzo de 2012, [https://solutions.mckinsey.com/insightschina/_SiteNote/WWW/GetFile.aspx?uri=%2Finsightschina%2Fdefault%2Fen-us%2Fabout%2Four_publications%2Ffiles%2Fwp2055036759%2FMckinseyInsightsChina-MeetThe2020ChineseConsumer_fd6a761f-2b88-4e8f-a7cc-8afac03a88f1.pdf, consultado el 20 de diciembre de 2014], 43 pp.
4. BAIN & CO., *China's luxury market shrinks in 2014 as luxury brands adapt to shifting consumer preferences*, 20 de enero de 2015, [www.bain.com/about/press/press-releases/chinas-luxury-market-shrinks-in-2014-press-release.aspx, consultado 31 de marzo de 2014]
5. BAIN & CO., *Mainland China entering new era of luxury cooldown, finds Bain & Company's 2013 "China luxury goods market study"*, 16 de diciembre de 2013, [<http://www.bain.com/about/press/press-releases/mainland-china-entering-new-era-of-luxury-cooldown.aspx>, consultado 31 de marzo de 2014]
6. BANCO MUNDIAL, [www.data.worldbank.org/indicator/SI.POV.GINI?page=6, consultado el 20 de mayo de 2015]
7. BANCO MUNDIAL, *China: A new Approach for Efficient, Inclusive, Sustainable Urbanization*, El Banco Mundial, marzo 26 de 2014, [www.worldbank.org/en/news/press-release/2014/03/25/china-a-new-approach-for-efficient-inclusive-sustainable-urbanization.print, consultado el 19 de enero 2015]
8. BARNETT, Steven et. al, "China y sus gastos", *Finanzas & Desarrollo*, FMI, septiembre de 2012, [<https://www.imf.org/external/Pubs/FT/fandd/spa/2012/09/pdfs/barnett.pdf>, consultado el 20 de septiembre de 2015], pp. 28-30
9. CAI, Meina, *Land for Welfare in China*, versión preliminar [http://www.law.uchicago.edu/files/file/Cai%20Meina%20paper_0.pdf, consultado el 21 de septiembre de 2015], septiembre 2012
10. CHEN, Helen y Ken Y. Chen, "Looking After China's Elderly", *China Business Review*, 11 de junio de 2013 [<http://www.chinabusinessreview.com/looking-after-chinas-elderly/>, consultado 9 de diciembre 2013]
11. CHEN, Jiandong, *New Approach to Estimate the Chinese Gini Coefficients from 1978 to 2003*, [<http://www.ceauk.org.uk/2008-conference-papers/Chen-Jiandong-Wenxuan-Hou-Estimate-the-Chinese-Gini-Coefficients.pdf>, consultado el 20 de septiembre de 2015], 22 pp.
12. *China. Structural Reforms for Inclusive Growth*, OECD, marzo 2014, (www.oecd.org/china/2014-03-China-report-EN.pdf, consultado el 27 de octubre de 2015), 30 pp.
13. *CHINA STATISTICAL YEARBOOK*, <http://www.stats.gov.cn/english/Statisticaldata/AnnualData/>, consultado el 26 de mayo 2015)

14. *China City Tier System: How it Works and Why its Useful*, 9 de julio de 2012, [nexus-pacific.com/blog/2013/7/9/china-city-tier-system-how-it-works-and-why-its-useful, consultado 20 de enero 2015]
15. CHOSSUDOVSKY, Michael, "Changing Consumption Patterns", *Economics and Political Weekly*, Vol. 17 No. 8, Feb. 20 1982, 277-279 pp.
16. COLLIN, Peter, *Business Chinese Dictionary*, Finlandia, Wsoybook Printing Division, 1995
17. D'ARZIO, Claudia, "Global luxury goods market expected to sustain steady momentum with 2-4 percent real growth in 2015", *Bain & Co.*, 21 de mayo 2015, (www.bain.com/about/press/press-releases/spring-2015-worldwide-luxury-goods-update-press-release.aspx, consultado el 27 de octubre de 2015)
18. *Diez planes quinquenales de desarrollo económico y social de la Nueva China*, [www.spanish.china.org.cn/spanish/222422.htm, consultado el 18 de septiembre de 2014].
19. ESTRADA, José Luis, *China en el siglo XXI: economía política y sociedad de una potencia emergente*, México D.F., Editorial Porrúa, 2006, 452 pp.
20. FARREL, Diana et. al., "From "Made in China" to "Sold in China" The rise of the Chinese Urban Consumer, *Mckinsey & Company*, noviembre de 2006, [http://www.mckinsey.com/insights/urbanization/from_made_in_china_to_sold_in_china, consultado el 19 de diciembre de 2014], 188 pp.
21. FERNÁNDEZ, Lommen, Yolanda, *China. La reconstrucción de un Estado Moderno*, Madrid, La Catarata, 2001, 304 pp.
22. FERNANDEZ-STEMBRIDGE, Leila, "China: reformas en la Seguridad Social", *Estudios de Política Exterior*, 2011, [http://www.politicaexterior.com/articulos/economia-exterior/china-reformas-en-la-seguridad-social/, consultado el 20 de enero 2015]
23. FROISSART, Chloe, *La Chine et ses migrants. La conquête d'une citoyenneté*, P U De Rennes, Rennes, 2013, 406 pp.
24. FUNG, Edwing y Yali Peng, *Forces driving China's economic growth in 2012. New thoughts, new strategies, new initiatives*, KPMG, febrero de 2012 [https://www.kpmg.com/cn/en/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Documents/China-12th-Five-Year-Plan-China-Economic-Growth-201203-2.pdf , consultado el 29 de septiembre de 2015], 14 pp.
25. GLOBAL ASIA, "China reforma el sistema de permisos de residencia", *Global Asia*, 30 de julio de 2014 [http://www.globalasia.com/actualidad/economia/china-reforma-el-sistema-de-permisos-de-residencia, consultado el 5 de enero de 2015]
26. GUO, R. y Luc Guo, *China's Provinces in Transition: Chongqing*, Beijing, intercultural Press, 2012, 86 pp.
27. HOFFMANN, Serge y Bruno Lannes, *China's e-commerce prize*, Bain&Company, Insights Infographic, 2013, [http://www.bain.com/Images/BAIN_BRIEF_Chinas_e-commerce_prize.pdf, consultado el 4 de julio 2014], 12 pp.
28. HONG, Lijian, "Chongqing: Opportunities and Risks", *The China Quarterly*, núm. 178, junio 2004, pp. 448-466
29. LAFARGUETTE, Romain, *Chongqing: a model for a new economic and social policy?* [http://www.redeconomist.com/analyses/chongqing-a-model-for-a-new-economic-and-social-policy/, consultado el 28 de mayo de 2015], 10 de abril de 2012

30. LANNES, Bruno, *et. al.*, "Chinese Shoppers: Evolving Behaviors in a challenging environment", *China Shopper Report 2014* vol. 1, Bain&Company, 1 de julio de 2014,
[http://www.bain.com/Images/BAIN_REPORT_Chinese_shoppers_Evolving_behaviors_in_a_challenging_environment.pdf, consultado el 4 de julio 2014], 28 pp.
31. LANNES, Bruno y Mike Booker, "What Chinese shoppers really do but will never tell you", *China Shopper Report 2014*, vol. 1, Bain&Company, 12 de julio de 2012,
[http://www.bain.com/Images/BAIN_REPORT_What_Chinese_shoppers_really_do_but_will_never_tell_you_.pdf, consultado el 4 de julio 2014], 24 pp.
32. LANNES, Bruno y Mike Booker, "Who (really) are China's shoppers" *Bain Consumer Products Brief*, Bain&Company, noviembre 27 de 2012,
[[http://www.bain.com/Images/INDUSTRY_BRIEF_Who_\(really\)_are_China's_shoppers.pdf](http://www.bain.com/Images/INDUSTRY_BRIEF_Who_(really)_are_China's_shoppers.pdf), consultado el 6 de julio 2014]
33. LI, Guangyu y Jonathan Woetzel, "What China's five-year plan means for business", *McKinsey&Company*, julio 2012,
[http://www.mckinsey.com/insights/economic_studies/what_chinas_five-year_plan_means_for_business, consultado el 19 de diciembre 2014], 6 pp.
34. MAO, Zedong, "Sobre el tratamiento correcto de las contradicciones en el seno del pueblo" en *Obras Escogidas de Mao Tsetung*, 27 de febrero de 1957,
[<https://www.marxists.org/espanol/mao/escritos/CHC57s.html#s3>, consultado el 23 de mayo de 2015]
35. MAO, Zedong, "Sobre diez grandes relaciones" en *Obras Escogidas de Mao Tsetung*, 25 de abril de 1956,
[<https://www.marxists.org/espanol/mao/escritos/TMR56s.html#s1>, consultado el 23 de mayo de 2015]
36. NATIONAL DATA, *National Buro of Statistics of China*,
[www.data.stats.gov.cn/english, consultado el 26 de mayo 2015]
37. NORTH, C. Douglass, *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*, Cambridge, Cambridge University Press, 1990, 156 pp.
38. OECD, China. Structural Reforms for Inclusive Growth, marzo 2014,
[www.oecd.org/china, consultado el 10 de enero de 2015], 26 pp.
39. Organización Internacional del Trabajo, "OIT y China presentan su primera campaña de prevención VIH/SIDA con los trabajadores migrantes internos de zonas rurales como protagonistas", 17 de diciembre de 2008,
[www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/features/WCMS_101094/lang-es/index.htm, consultado el 20 de septiembre de 2015],
40. ORLIK, Tom, "La amenaza de la distribución de la riqueza en China", *Expansión.com*, 3 de mayo de 2011,
[<http://www.expansion.com/2011/05/03/opinion/1304452242.html>, consultado el 24 de mayo 2014]
41. RAMO, Fernández, Guillermo, *El XXII Plan Quinquenal de la República Popular China*, Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Shanghai,
[www.fonacomerciale.es, consultado el 27 de febrero 2014]
42. REUTERS AMÉRICA LATINA, 8 de febrero 2012,
[<http://lta.reuters.com/article/idLTASIE8170BN20120208>, consultado el 19 de diciembre 2014]
43. RITHMIRE, Meg, "The Chongqing Model" and the Future of China", *Harvard Business School*, Boston, Harvard Business School Publishing, 2013, 36 pp.
44. RODRÍGUEZ, y Rodríguez, María Teresa, *Agricultura, industria y desarrollo económico. El caso de China*, México D.F., SRE, 2007

45. RODRIGUEZ, y Rodríguez María Teresa, "Desarrollo rural con apertura al exterior" en *China: radiografía de una potencia en ascenso*, Coord. Romer Cornejo, México D.F., El Colegio de México, 2008, 650 pp.
46. SHOBERT, Benjamin, "Making the Most of China's Massive Healthcare Market", *China Business Review*, junio 12 de 2013, [www.chinabusinessreview.com, consultado 9 de diciembre 2013]
47. TIAN, Dai, "*China unifies pension system*", *ChinaDaily.Usa*, 14 de enero de 2015, [usa.chinadaily.com.cn, consultado el 15 de enero de 2015]
48. YINING, Peng, "Heavy Storm Left Migrants in the Lurch", 2012, *China Daily on line*, 27 de julio 2012, [www.usa.chinadaily.com.cn/china/2012-07/27/content_15622498.htm, consultado el 10 de enero 2015]
49. YU, LiAnne, *Consumption in China: How China's New Consumer Ideology is Shaping the Nation*, Malden E.U.A, Polity Press, 2014, 207 pp.
50. YUAN, Zhang, Guanghua Wan, Niny Khor, *The Rise of the Middle Class in the People's Republic of China*, ADB Economics Working Paper Series No. 247, Febrero de 2011, [<http://www.adb.org/sites/default/files/publication/28436/economics-wp247.pdf>, consultado el 4 de mayo de 2015], 47 pp.
51. YUK-HA, Tsang Eileen, *The New Middle Class in China: Consumption, Politics and the Market Economy*, Hampshire, Palgrave MacMillan, 2014, 225 pp.
52. WOETZEL, Jonathan, Lenny Mendonca, et. al., "Preparing for China's urban billion", *McKinsey Global Institute*, [http://www.mckinsey.com/insights/urbanization/preparing_for_urban_billion_in_china, consultado el 4 de junio de 2015], febrero 2009, 540 pp.
53. WU, Jinglian, *Understanding and Interpreting Chinese Economic Reform*, Ohio, Thomson Learning Academic Resource, 1995, 464 pp
54. XII Plan Quinquenal 2011-2015, [<http://www.britishchamber.cn/content/chinas-twelfth-five-year-plan-2011-2015-full-english-version>, consultado el 26 de mayo 2015]
55. "中国奢侈品市场遇冷 "男奢"迎关店潮" en 华夏时报, 2015 年 02 月 15 日, (El mercado de artículos de lujo chino se enfría: "las tiendas de artículos de lujo para hombres están cerrando sus puertas en China Times, 15 de febrero de 2015), [http://news.xinhuanet.com/fashion/2015-02/15/c_1114367560.htm, consultado 20 de marzo de 2015]