

THE WALL STREET JOURNAL AMERICAS.

© 2007 Dow Jones & Company, Inc. Reservados todos los derechos.

Una publicación de DOW JONES

MARTES, 4 DE DICIEMBRE, 2007

WSJ.COM/AMERICAS

What's News—

INTERNACIONAL

General Motors y Ford Motor reducirán su producción en el primer trimestre de 2008 en 11%, a 950.000 vehículos, y 7,4%, a 685.000 unidades, respectivamente. El anuncio de las automotrices estadounidenses, refleja las duras condiciones económicas de EE.UU. Las ventas de GM cayeron 11% en noviembre y las de Ford crecieron 0,4%.

Facebook.com, comunidad virtual estadounidense, negocia la venta de una participación a Li Ka-shing, multimillonario de Hong Kong y presidente de la junta del conglomerado Hutchison Whampoa, por US\$60 millones, según fuentes cercanas. Aunque el acuerdo es pequeño, se especula que podría crear una sociedad entre Facebook y la firma de medios TOM, de la que Hutchison es dueño parcial.

Bertelsmann, grupo alemán de medios, se habría acercado a su subsidiaria de Luxemburgo RTL para comprar el 10% que aún no posee en la empresa de televisión más grande de Europa, dijeron fuentes cercanas. El pacto podría superar los US\$1.460 millones.

Francia empezó a vender acciones de Electricité de France como parte de su plan para recaudar US\$7.320 millones para financiar su sistema universitario. El gobierno planea vender entre 2,5% y 3,7% de la eléctrica.

Vimpel, operador ruso de telefonía móvil, negocia la adquisición de Golden Telecom, también de Rusia, por cerca de US\$4.240 millones.

Berkshire Hathaway, holding del magnate estadounidense Warren Buffett, invirtió US\$2.100 millones en bonos de alto rendimiento emitidos por la eléctrica estadounidense TXU. Buffett subrayó que este caso era particular y que el acuerdo no representa un respaldo a los bonos chatarra.

Randstad, firma holandesa de servicios de recursos humanos, acordó comprar a su compatriota Vedior por US\$5.100 millones, lo que la convertirá en la segunda empresa del sector detrás de Adecco. La oferta en efectivo e intercambio de acciones cuenta con el apoyo de las juntas de ambas compañías.

SK Telecom, principal operador de telefonía celular de Corea del Sur por número de abonados, pagará US\$1.190 millones por el 38,9% de Hanaro-telecom, el segundo proveedor de servicios de banda ancha del país. Según analistas, el acuerdo que eleva la participación de SK Telecom a 43,6% y le otorga el control de Hanaro-telecom, desatará una ola de consolidación.

Daimler explora una sociedad con la china Beiqi Foton para fabricar camiones, luego que un acuerdo para comprar una participación en dicha empresa no fructificara. La automotriz alemana firmó un convenio en enero para comprar 24% de Beiqi Foton por unos US\$110 millones. Sin embargo, los reguladores chinos aún no han aprobado el acuerdo.

REGIONAL

Flight Options, una de las mayores empresas de jets privados del mundo, comprará 100 aeronaves Phenom 300 al fabricante brasileño Embraer, con la opción de comprar 50 más. El pedido valorado en US\$746 millones a precios de catálogo es el más grande hecho por ese modelo.

Peugeot-Citroën, automotriz francesa, invertirá US\$500 millones para expandir la producción y desarrollar nuevos modelos en la zona del Mercosur. La empresa planea incrementar sus ventas de 160.000 vehículos en 2006 a más de 400.000 para 2010.

Alfa, conglomerado industrial mexicano, completó la compra de las fábricas de polímeros PET que la química estadounidense Eastman Chemical tiene en México y Argentina. Los términos del acuerdo no fueron revelados.

Transpetro, unidad de transporte de la petrolera estatal brasileña Petrobras, firmó un contrato por US\$277 millones con el astillero local Maua para construir cuatro buques petroleros con capacidad para 54.000 metros cúbicos. Los navíos estarán listos entre 2010 y 2011.

Brasil redujo sus exportaciones de etanol en noviembre a 228,7 millones de litros, frente a 328,4 millones de litros en octubre. El descenso se atribuye a que EE.UU. ha importado menos.

La OMC ratificó un fallo según el cual Brasil violó las reglas de comercio al restringir la importación de neumáticos usados desde la Unión Europea. Brasil alega que esto incrementaría el riesgo de enfermedades y contaminación ya que ellos no pueden reciclar los neumáticos.

Envíe sus comentarios a: americas@wsj.com

Cómo una automotriz china pasó de ser una pequeña firma regional a un contendor global

POR GORDON FAIRCLOUGH

WUHU, China—En esta ciudad sobre el Río Yangtze, más de 25.000 trabajadores con overoles azules están ocupados fabricando autos. Trabajando en Chery Automobile Co., ellos forman parte de la creciente ola automotriz de China.

A sólo una década de su fundación, la estatal Chery se ha convertido en la mayor automotriz de China y en una empresa dispuesta a competir con los principales fabricantes de autos del mundo.

“Al principio, nadie confiaba en nosotros”, dice Yin Tongyao, presidente y gerente general de Chery, en una de sus pocas entrevistas que ha dado. Ahora, agrega, “estamos buscando mercados en todo el mundo”. América Latina es uno de ellos. Según su página Web, Chery cuenta con una planta en Uruguay y presencia, a través de distribuidores en México, América Central, Chile, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela.



Yin Tongyao

La historia del auge de Chery refleja el explosivo crecimiento del mercado local chino, el cual casi ha duplicado su tamaño desde 2004. Sus productos, en su mayor parte autos y todoterrenos de bajos costos, empezian a imponerse en mercados emergentes que buscan acceder a autos baratos.

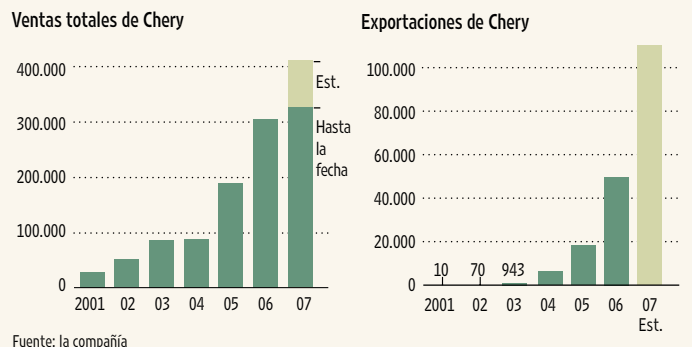
Pero el acelerado crecimiento crea problemas. Por ejemplo, los ejecutivos tratan de gestionar la expansión en medio de una escasez de mano de obra experimentada. “Aún estamos luchando por nuestra supervivencia”, dice Yin. “No nos tocó aprender de los libros. Tuvimos que aprender mediante la práctica”.

En julio, Chery firmó un histórico acuerdo con Chrysler LLC para vender una serie de autos pequeños fabricados por Chery bajo la marca Dodge, de la automotriz estadounidense. Chrysler planea comenzar a vender estos autos en América Latina y otros mercados emergentes el próximo año. Para 2009 debería estar en los mercados de Estados Unidos y Europa. Se trata de la primera vez en que una automotriz estadounidense terceriza toda la producción de vehículos a una empresa china.

El acuerdo con Chrysler es la culminación de años de acelerado crecimiento para Chery. Las ventas de la firma china

Chery, a toda marcha

Una década después de ser fundada, Chery Automobile Co. ha surgido como la automotriz independiente más eficiente de China.



Fuente: la compañía

se han multiplicado más de 10 veces desde 2001. Este año, Chery proyecta vender más de 400.000 autos compactos, sedanes y todoterrenos. Para 2010, la empresa contempla producir más de un millón de vehículos al año, tanto para consumo interno como internacional.

Al mando de Chery están Yin y un puñado de ejecutivos que han estado en Chery desde el inicio, cuando funcionarios del Partido Comunista de la provincia de Anhui, una de las más pobres de China, tuvieron la idea de crear una automotriz. El grupo fundador es conocido como los “ocho guardianes”.

La cultura corporativa es una mezcla entre empresa estatal comunista y el espíritu emprendedor de una firma recién fundada. Afiches del Partido Comunista adornan las paredes de la fábrica. En otra parte de la planta se pueden ver los análisis de la consultora J.D. Power & Associates que comparan los autos de Chery con los de la competencia.

En el interior del creciente complejo de producción de la compañía, las líneas de ensamblaje funcionan 16 horas al día. Buena parte de la maquinaria es de punta. La planta de motores tiene máquinas alemanas y robots italianos.

Este año, Chery espera exportar más de 110.000 autos, un alza frente a los 50.000 de 2006. El principal destino son mercados emergentes como Rusia, el Medio Oriente y América Latina, donde los precios bajos le ayudan a Chery a ganar participación de mercado. La empresa está construyendo un puerto para embarcar autos cerca del Río Yangtze y así enviar sus vehículos a las zonas costeras de China y al exterior.

De todos modos, Chery sigue siendo mucho más pequeña que las grandes automotrices del mundo. Volkswagen AG, General Motors Corp., Toyota Motor Corp. y Honda Motor Co. han vendido

más autos en China que la propia Chery en lo que va del año.

En el centro de investigación de Chery, los ingenieros trabajan en el desarrollo de entre 40 y 50 nuevos modelos, al menos 10 de los cuales estarían listos para ser producidos el próximo año. La empresa también está construyendo nuevas líneas de ensamblaje que en 2008 aumentarán su capacidad a cerca de 700.000 vehículos.

Yin fija una pauta urgente, tanto dentro como fuera de la compañía. Los proveedores de partes dicen que a menudo los llaman a reuniones en la sede de Chery durante la noche o los fines de semana.

Chery apuesta a que sus modelos de bajo costo se venderán muy bien en los mercados emergentes como América Latina.

Chery ha combinado sueldos bajos con una gigantesca inversión de capital y otros subsidios del gobierno. La receta impulsa la última fase de la revolución industrial china, ayudando a las empresas en sectores que van desde los autos a los electrodomésticos a convertirse en potencias globales.

Los ingenieros de menor rango en Chery ganan unos US\$6.000 al año y muchos de ellos duermen de a cuatro en un dormitorio en las instalaciones de la empresa. Pocos empleados pueden comprar los autos que fabrican. Los trabajadores de la línea de ensamblaje ganan poco más de US\$1 la hora, mucho menos que sus contrapartes en Europa y América del Norte. En Anhui, sin embargo, es un salario atractivo.

Chery puede ofrecer “plataformas de bajo costo con velocidad”, dice Tom La-

Sorda, presidente de Chrysler, que planea eliminar 25.000 empleos en América del Norte. La Sorda visitó las plantas de Chery en 2006 y encontró que “todo era muy parecido” a los procesos de producción y equipos de las mayores automotrices occidentales.

La concepción de Chery data de medios de los años 90, cuando un puñado de funcionarios en Anhui decidió apostar por los autos. El desarrollo de una industria automotriz local, pensaron, elevaría los ingresos y el crecimiento en una provincia donde el ingreso anual promedio de las personas en las áreas rurales es inferior a los US\$400.

Zhan Xialai, el primer presidente de la firma, contrató a Zhou Biren, en ese entonces el gerente de una empresa de materiales de construcción. Ambos tuvieron que vencer el escepticismo de burocratas que dudaban que las familias locales iban en algún momento a ganar lo suficiente para comprar un auto. “Creían que nos habíamos vuelto locos”, dice Zhou, quien ahora es vicepresidente de Chery y uno de los ocho guardianes.

Zhan y Zhou no se dieron por vencidos. Ensamblaron un equipo con conexiones en Anhui, incluyendo a Yin, quien estaba trabajando en una empresa conjunta de Volkswagen. En los dos primeros años, Yin, Zhou y el resto de los ocho guardianes trabajaron en un edificio semi demoronado sin calefacción ni aire acondicionado.

En marzo de 1997, Chery empezó a construir su primera fábrica. Después, Chery empezó a trabajar en un auto pequeño de cuatro puertas, lo que luego desembocó en acusaciones de que estaba copiando los diseños de uno de sus rivales, en concreto el Chevrolet Spark de GM. El modelo, conocido como QQ, salió al mercado en 2003. La automotriz estadounidense demandó a Chery en 2004. Las empresas llegaron a un acuerdo extrajudicial en 2005. Chery ha insistido públicamente en que no ha obrado mal.

En medio de la polémica generada por el QQ, tras bambalinas se estaba produciendo un cambio fundamental. En 2003, los ejecutivos y los planificadores del gobierno decidieron que Chery debía convertirse en una automotriz global. La empresa y sus dueños estatales decidieron embarcarse en un masivo programa de inversiones. “No hay manera de que moviéndose lentamente uno va a alcanzar (a la competencia)”, dice Xu Min, un ex ingeniero de Chery que ahora preside el Instituto de Ingeniería Automotivística de la Universidad Jiao Tong. “Los japoneses demoraron dos o tres décadas. No tenemos tanto tiempo”.

La crisis del crédito ensombrece la compra de Reuters

Los despidos en el sector financiero podrían reducir su base de clientes. ¿Pagó Thomson de más?

POR AARON O. PATRICK

El proveedor de información Thomson Corp. cumplió uno de sus sueños más anhelados cuando anunció la adquisición de Reuters Group PLC por US\$17.890 millones. Sin embargo, estas aspiraciones han tenido un costo alto: una creciente sensación de que cerró el acuerdo en el apogeo del ciclo económico, impulsando las ganancias de Reuters.

Las utilidades de Reuters estaban subiendo rápidamente cuando aceptó la oferta de Thomson, el 15 de mayo, para crear un gigante con

ingresos anuales de US\$12.000 millones provenientes de la venta de información y servicios de corretaje a bancos, gestores de fondos y otros clientes alrededor del mundo. Pero los efectos de la crisis del crédito podrían golpear los resultados de Reuters.

En noviembre, el presidente ejecutivo de Reuters, Tom Glocer, dio la voz de alarma al pronosticar que las ventas en los próximos dos años podrían verse perjudicadas por las turbulencias del mercado. Reuters se acerca al 2008 “con cautela”, dijo Glocer en una conferencia de Mor-

gan Stanley en Barcelona. “Si se mantienen la confusión y los préstamos puente, habrá una necesidad general de restringir el gasto” en noticias e información financiera.

Si el negocio de Reuters comienza a decaer, es probable que la acción de Thomson sufra las consecuencias. También sería visto como un paso en falso para la familia Thomson, la cual a lo largo de 20 años ha transformado una cadena de periódicos regionales en uno de los mayores proveedores de información financiera, científica y legal del mundo.

Los principales clientes de Reuters son los bancos de inversión, fondos de cobertura y otras empresas relacionadas con el mundo de las finanzas. Si, tal como se espera, se avecina una ola de despidos en ese sector el próximo año, la demanda podría verse debilitada (Dow Jones Newswires, una unidad de Dow Jones & Co., la casa editorial de THE WALL STREET JOURNAL, compite contra Reuters como proveedor de noticias). Glocer dice que aún no ha visto una caída en las ventas. Una portavoz de la empresa se negó a discutir acerca de clientes individuales.

Reuters fue golpeada por la última recesión estadounidense, cuando sus ingresos cayeron 17%, a 3.240 millones de libras esterlinas en 2003, frente a los 3.890 millones de libras esterlinas de 2001.

La compra de Reuters dejará a Thomson más expuesta a los mercados financieros. Cerca de 60% de los ingresos de la compañía combinada provendrán de la venta de información financiera, frente al 30% actual de Thomson. Reuters depende de los mercados de divisas extranjeras y acciones, los mercados de crédito y la

PRECIO DIARIO DE LA ACCION DESDE EL 8 DE MAYO

Thomson Corp.

Precio de cierre ayer en la Bolsa de Nueva York: **US\$38,57**



Fuente: Thomson Datastream

La economía desplaza a Iraq como el gran tema electoral en EE.UU.

POR JACKIE CALMES Y MICHAEL PHILLIPS

Cuando apenas faltan semanas para que empiecen las primarias para nominar a los candidatos a la presidencia de Estados Unidos, los temas económicos se están transformando en la principal preocupación en la mente de los votantes.

La caída de los precios de los bienes raíces, el alza de la gasolina y los problemas de los planes de salud están desplazando a la guerra en Iraq y las preocupaciones sobre el terrorismo.

Todos los principales candidatos del partido Demócrata están proponiendo planes para ampliar o garantizar la cobertura médica como una receta para aliviar la incertidumbre económica. Otros pasos como un recorte de impuestos que beneficie a la clase media también están cobrando importancia. Algunos candidatos republicanos están aprovechando la oportunidad

Las nuevas prioridades

Los estadounidenses ahora se preocupan más por la economía y la salud que por la guerra de Iraq.

¿Cuál debería ser una de las dos principales prioridades del gobierno?



Fuentes: Encuestas telefónicas de WSJ/NBC News. Muestra de noviembre 2007 fue de 1.509 adultos; margen de error +/- 2,5 puntos porcentuales. Muestra de junio de 2007 fue de 1.008 adultos; margen de error +/- 3,1 puntos; los márgenes para los subgrupos son mayores

para proponer nuevas reducciones de impuestos y criticar a los demócratas, que son partidarios de dejar que expiren los recortes tributarios de Bush a las personas de mayores ingresos. Los republicanos dicen que esto equivale a un alza de impuestos, lo que conside-

ran un remedio equivocado cuando la economía está débil. La semana pasada, Rudy Giuliani lanzó un anuncio de televisión en New Hampshire prometiendo reducir los impuestos y declarando que los líderes demócratas podrían “aumentar los impuestos incluso más de lo que prometen”.

Algunas ideas para ayudar a la economía son promovidas por ambos partidos. El ex gobernador de Arkansas, Mike Huckabee, ha expresado su escepticismo sobre el libre comercio, al igual que el demócrata John Edwards. Los republicanos, asimismo, también han ofrecido propuestas para la cobertura médica.

El gobierno de George W. Bush ha reducido ligeramente su pronóstico de crecimiento para 2008, a 2,7% del 3,1% anterior, pero los funcionarios aseguran que el país se mantiene en buena forma. “Creo que seguiremos creciendo”, dijo el secretario del Tesoro Henry Paulson en una entrevista.

Un 52% de los estadounidenses dice que la economía y el cuidado médico son los temas más importantes a la hora de escoger un presidente, comparado con 34% que cita al terrorismo y los problemas morales y sociales como lo más importante, según la más reciente encuesta de THE WALL STREET JOURNAL/NBC. Los resultados también muestran que los votantes consideran que la cobertura de salud eclipsa a la guerra de Iraq por primera vez como el asunto más urgente. Las cifras reflejan, en parte, las mejores noticias que llegan de Iraq, donde la seguridad ha mejorado desde que se incrementaron las tropas de EE.UU. y se realizaron acuerdos con los líderes de las tribus sunitas. El republicano Bill McInturff, que llevó a cabo la encuesta con el demócrata Peter Hart, ve un vínculo entre ambos asuntos. “Hay gran frustración y molestia respecto al dinero que se gasta en Iraq, miles de millones, en lugar de hacerlo en casa”, dice.