

ECONOMÍA / POLÍTICA

China: los desafíos para la empresa española en la nueva era de Xi Jinping

COMERCIO EXTERIOR/ El gigante asiático avanza en la búsqueda de la independencia económica y tecnológica, y aunque ha moderado su crecimiento en los últimos años, sigue siendo un gran destino para la inversión.

Carlos Polanco, Madrid

La permanencia y consolidación de Xi Jinping en el poder ha eclipsado el resto de las noticias salidas del Congreso del Partido Comunista Chino, pero el principal foco geopolítico de los últimos días ha tratado otras cuestiones de interés, no sólo desde el punto de vista económico, sino también empresarial. De hecho, algunas de ellas pueden tener grandes consecuencias para el comercio exterior español.

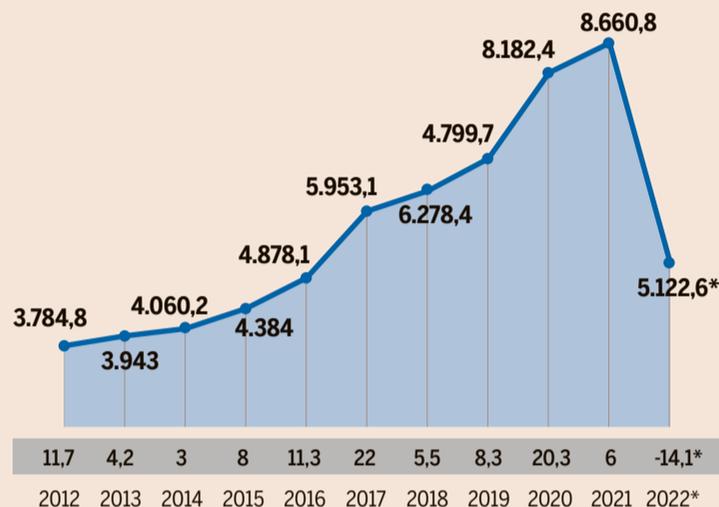
Conviene destacar algunas de las afirmaciones realizadas por Xi durante su discurso en el Congreso. En sus dos horas de intervención, aseguró que el objetivo del partido es “centrarse en las necesidades estratégicas nacionales, prepararse para liderar la investigación científica y tecnológica y ganar la batalla en las tecnologías fundamentales”. En otras palabras, como desgrana Alicia García, miembro del *think-tank* Bruegel y economista jefe de Natixis para Asia y el Pacífico, “China va a hacer todo lo que esté en su mano para alcanzar la independencia tecnológica. Poco a poco vamos a notar esa idea de más independencia y de contar menos con las importaciones del resto del

Tres de cada cuatro compañías en el país han reducido o parado su actividad por el Covid

mundo”. Con estos mimbres, las empresas del resto de países pero que tienen presencia en el gigante asiático deben evaluar las posibles consecuencias del evolucionado modelo chino, y las que aún no están allí, pero consideran hacerse un hueco, deben pensar si ahora es buen momento para hacerlo, si conviene esperar unos años o si es mejor ni plantárselo. Además de la citada independencia, otra de las características de este evolucionado modelo chino es la creciente opacidad: hasta ayer, China no había presentado unos datos de PIB del tercer trimestre que correspondía publicar la pasada semana, lo que suscitó numerosas especulaciones. A juicio de Alicia García, decisiones como la de postergar la publicación del dato de PIB son señales que indican que “China ya no es previsible y va en dirección de serlo aún menos, por lo que si quiero invertir en el país tengo

EL COMERCIO ENTRE ESPAÑA Y CHINA

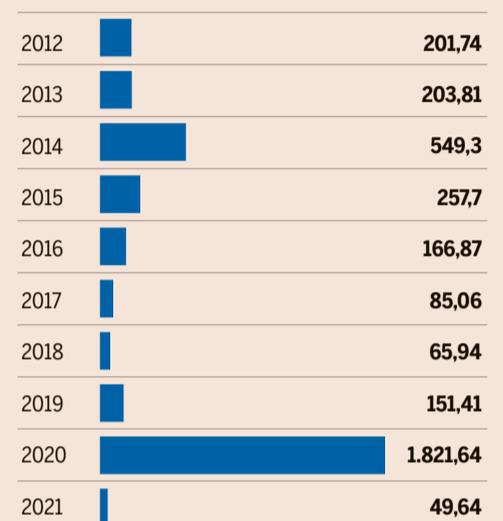
>Exportaciones españolas a China
En millones de euros.



* Datos de enero a agosto

Expansión

>Inversión bruta
En millones de euros.



Fuente: ICEX España Exportación e Inversiones y GlobalInVest

que añadir la variable de la impredecibilidad en la ecuación”. No obstante, “las inversiones van a volver de manera muy concreta en los sectores donde no tenga aún independencia. China necesita adquirir tecnología y hará más inversión en semiconductores, el sector de la salud, o en la tecnología del hidrógeno verde”. De ahí el in-

terés chino en Taiwán, una potencia en el mercado de los semiconductores para cuyo control Xi no descarta el uso de la fuerza.

Las empresas españolas con presencia en China ya han acusado un revés reciente, aunque no relativo al Congreso del PCCh. El reciente informe *La empresa española en*

China. Perspectivas y desafíos, realizado por el Foro de Marcas Renombradas e ICEX España Exportación e Inversiones, revela que tres de cada cuatro empresas con presencia allí han acusado la crisis sanitaria global, especialmente dura allí por su política de *Covid cero*, hasta el punto de que han reducido o incluso parali-

zado sus planes comerciales o de inversión. Y eso que el año del estallido de la pandemia, la inversión bruta en el país alcanzó los 1.820 millones de euros, 12 veces más que el año previo. Eso sí, esta quedó por debajo de los 50 millones en 2021, mínimos de una década.

Las últimas señales que están llegando desde China no

Inditex, Grifols, Indra o Mondragón, presentes en el país

C. Polanco, Madrid

Hay destacadas empresas españolas en el mercado chino que han tomado importantes decisiones en los últimos años. El gigante textil Inditex contaba, a cierre de 2021, con 303 tiendas físicas en el país de sus enseñas Zara, Zara Home, Massimo Dutti y Oysho, de acuerdo con su memoria anual. Pero también tenía presencia con otras marcas a través del canal online: Stradivarius, Bershka y Pull&Bear. No obstante, en julio de este año, como replanteamiento estratégico y para centrarse en las marcas que sí tienen presencia física, sacó del mercado chino a estas tres últimas.

En el ámbito sanitario, campo en el que China busca-

rá avanzar a grandes pasos en los próximos años, España tiene un representante en el país a través de Grifols. La compañía de hemoderivados aterrizó en China ya en los años 80 y supone ya su tercer mercado más importante en ventas del mundo. En 2020 la compañía catalana cerró una alianza estratégica con Shanghai RAAS, compañía líder en China en el sector de productos plasmáticos. Con su operación, Grifols pasó a controlar el 26% de la empresa asiática. La operación, va-

La empresa de hemoderivados cerró en 2020 una operación por 1.700 millones de euros

lorada en su momento en unos 1.700 millones de euros, explica por qué en 2020 la inversión bruta desde España a China alcanzó unos niveles tan elevados: en total llegó a los 1.820 millones, multiplicando por 12 la inversión española del año anterior, y eso que en ese año se produjo el estallido del Covid, con unas medidas tan restrictivas en el país asiático. “China es un mercado con un importante potencial de crecimiento para Grifols. La progresiva reforma de su sistema sanitario contempla como una de sus prioridades garantizar la seguridad de las donaciones y las transfusiones sanguíneas”, aseguró la compañía cuando dio a conocer la operación”.

La consultora y tecnológica Indra tiene presencia en el país desde 1989, con actividades como el tráfico aéreo y el urbano o la consultoría de negocio. Los hitos más destacados de la compañía en China han sido la implantación de radares que monitorizan el 60% del cielo y el despliegue de más de mil sistemas de asistencia a la navegación aérea. En abril de este año, la compañía había finalizado la implantación de sistemas de gestión de tráfico aéreo de Chengdu, una ciudad de 16 millones de habitantes que cuenta con dos aeropuertos internacionales.

El grupo vasco Mondragón también tiene importante presencia en el país a través de actividades diversas. Tie-

ne 20 plantas de producción en territorio chino, y 23 oficinas de compras y representación. Con todo, el grupo supera los 250 millones de euros en ventas y genera 1.700 empleos en China. El principal hito de la marca llegó en 2007 con la puesta en marcha del Parque Industrial de Kunshan.

España cuenta con numerosas empresas en China que representan varios sectores. En el de la alimentación y bebidas, se encuentran, entre otros, Grupo Osborne, con

El gigante del textil cuenta con unas 300 tiendas físicas en China de cuatro de sus enseñas

una facturación en 2021 de 13,5 millones de euros; Freixenet; Marqués de Cáceres o El Pozo. En el sector textil, Tendam o Adolfo Domínguez. En la importante industria del automóvil se han hecho hueco Gestamp y Antolín, ambas proveedoras de componentes. En el sector turístico se han asentado Iberia o Meliá Hotels. También lo han hecho, en el financiero, CaixaBank y Santander, en el de transportes Alsa o en la educación IE o Esade. Otras empresas que tienen presencia en el país son El Corte Inglés, Natura Bissé, Correos, Lladró, Roca, Gamesa, LaLiga, Tacesur, Ambientair, Das Audio, Ega Master, Simon Holding, Isdin, CAF o Nicolás Correa.

La mitad de compañías españolas en el país lleva presente más de 10 años

El informe 'La empresa española en China. Perspectivas y desafíos', del Foro de Marcas Renombradas e ICEX España Exportación e Inversiones pone en valor lo necesaria que es la capacidad de resistencia de las empresas en el exigente mercado chino. Sólo con la vista puesta más allá del corto plazo y con unas expectativas moderadas para los primeros años es posible permanecer. Tanto es así, que el informe revela que "la mitad de las empresas que operan en China lo hacen desde hace más de 10 años. El porcentaje llega a prácticamente a las tres cuartas partes si consideramos relaciones comerciales o industriales de más de 5 años". Sólo para el 9% de las empresas españolas allí el porcentaje de negocio que representa China supera el 50%, por un 70% que lo sitúa entre el 0 y el 15%. La principal motivación para el 71% de ellas es que el país representa el mayor mercado interno del mundo, aunque existen numerosas barreras: las principales son las medidas de *Covid Cero* adoptadas por el país, el desconocimiento de la cultura empresarial china y la compleja normativa legal. De hecho, la regulación es el principal reto futuro para el 21,6% de las empresas, mientras que localizar cuáles son los sectores de oportunidad en el mercado chino lo es para el 19,4% y la evolución de las relaciones internacionales de China lo es para el 16,4%. Gestamp, proveedor español de componentes de vehículos que lleva 15 años en el país, es una de las empresas más asentadas, y entre sus recomendaciones para hacerse un hueco en el país se encuentra "ser una empresa local, integrar la cultura china en la operación, establecer alianzas estratégicas y desarrollar I+D autóctona".

son las más positivas, y aun así, la recomendación es seguir allí o aventurarse a entrar en el país. Pese a que "el PIB ha crecido un 50% en los últimos cinco años, pero a partir de ahora lo hará un 4% al año", como indica Marisa Ponce, asesora ejecutiva del Foro de Marcas Renombradas España, "China va a seguir siendo un mercado apetecible. Quizá no sea la estrella que era hace unos años, pero sigue siendo el mercado principal en algunos sectores, por lo que hay que seguir teniendo el foco allí".

Exportaciones españolas

Entre enero y agosto de este año, España ha exportado bienes por valor de 5.122 millones de euros, un 14,1% menos que el mismo periodo del año anterior. Además, según datos de ICEX, los responsables de ese volumen han sido un total de 8.922 exportadores, un 21% menos que el mismo periodo de 2021. El informe explica que "algo menos de un tercio de las empresas son importadoras desde China y algo más del 80% operan allí a través de exportaciones, implantación comercial o industrial *in situ*, o bien otros canales más allá del aprovisionamiento".

Los principales productos que exportan las empresas españolas al país asiático son la carne porcina congelada, pro-

ductos de farmacia, materias primas y semimanufacturas de plástico y equipos, componentes y accesorios de automoción. Estos productos son los responsables del 40% del volumen de las exportaciones nacionales a China y forman parte de industrias ya asentadas en el país. La de los componentes del automóvil, por ejemplo, nutre a la industria de fabricación de vehículos más grande del mundo: el año pasado China produjo 26,1 millones, según la Organización Internacional de Constructores de Automóviles.

Hay numerosas empresas españolas de renombre de sectores relacionados con la alimentación, el turismo o las finanzas. Uno de los consejos que repiten es la importancia de ser paciente: "Igual no es el mejor momento para ir, pero sí sigue siendo un mercado enorme con oportunidades de compra. Esto es una carrera de fondo, si empiezas ahora no puedes interpretar los resultados a corto plazo" señala Íñigo Albizuri, director de Relaciones Institucionales Corporación Mondragón, con más de 20 años de experiencia en el país.

Editorial / Página 2

Opinión / Gideon Rachman La China de Xi Jinping y el ascenso del Occidente global / Página 46

China crece por debajo del objetivo en el tercer trimestre

CONSECUENCIAS/ El crecimiento del 3,9% se conoce después de que Xi consolide su poder en el Partido. Impactan las políticas de 'Covid cero' y el sector inmobiliario.

T. Hale/H. Locketty/E. White.

Financial Times

El PIB de China creció muy por debajo del objetivo fijado en el tercer trimestre, lo que provocó más caídas de las previstas en Bolsa, ante la inquietud de los inversores por las perspectivas a largo plazo de la segunda economía del mundo.

El PIB creció un 3,9% interanual, por encima de la previsión del 3,3% de los analistas encuestados por *Bloomberg*, pero aún por debajo del objetivo del 5,5% para todo el año, el más bajo en tres décadas. La publicación de los datos ayer, retrasada desde el martes pasado, se produce después de que el presidente chino, Xi Jinping, consolidara su control del poder político en el 20º congreso del Partido Comunista celebrado la semana pasada.

China se enfrenta a una crisis inmobiliaria y a la estricta política de *cero Covid*, que ha frenado en gran medida la propagación del virus, pero también ha paralizado la actividad de los consumidores.

La publicación de los datos se sumó al pesimismo en la renta variable china, ante la decepción de los inversores por el hecho de que el Congreso no enviara más señales positivas para la economía.

El índice Hang Seng China Enterprises de Hong Kong cayó hasta un 7,4% y alcanzó su nivel más bajo en 14 años. El índice de referencia CSI 300 de valores cotizados en Shanghái y Shenzhen bajó hasta un 3,1%.

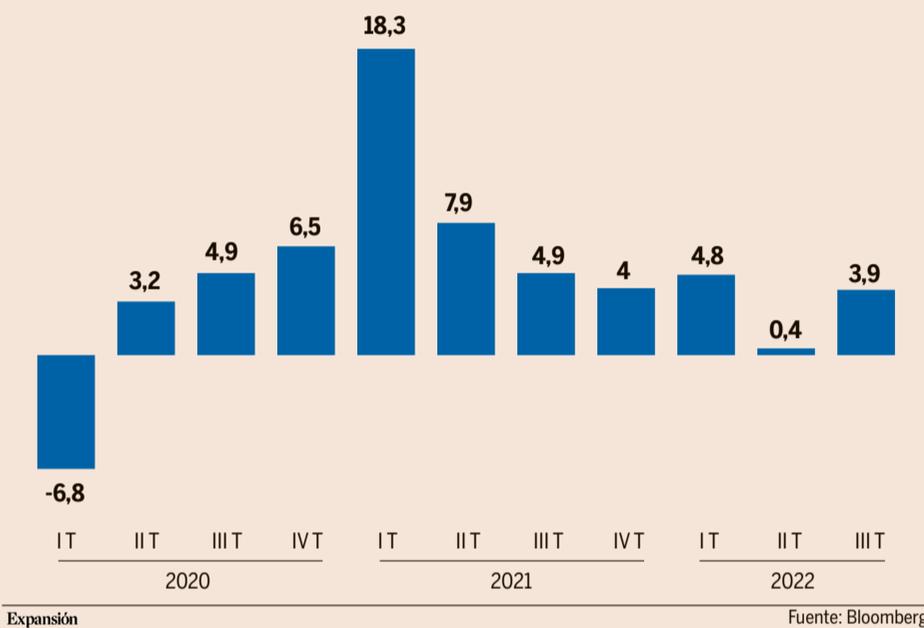
Aunque las autoridades no ofrecieron explicaciones sobre el retraso, la medida se interpretó como un intento de evitar desviar la atención del Congreso, que se celebra una vez cada cinco años.

En el congreso, Xi apenas hizo referencia a las debilidades económicas de China y alabó las medidas para luchar contra el Covid, que incluyen pruebas casi diarias y cuarentenas que han aislado al país del resto del mundo.

Iris Pang, economista jefe para China de ING, aseguró que, aunque el crecimiento del tercer trimestre se situó por encima de las expectativas,

UN DATO ALGO DECEPCIONANTE

Crecimiento del PIB chino. Variación anual, en %.



Expansión

Fuente: Bloomberg

el panorama de recuperación más amplio era "mixto" y seguía estando determinado por la política de *Covid cero* de Xi.

Pang también explicó que después de los cambios del Partido Comunista —que incluyen las salidas de la dirección del exresponsable económico Liu He, el gobernador del banco central Yi Gang y el máximo regulador Guo Shuqing— el equipo económico de China se ha vuelto más centralizado bajo el mandato de Xi.

En su opinión, "esto implica que el presidente Xi tiene aún más voz en la política". El crecimiento del tercer trimestre superó el aumento de sólo el 0,2% registrado en el segundo trimestre, cuando Shanghái, el centro financiero de China, fue sometida a un estricto confinamiento de dos meses.

En septiembre, las ventas del sector distribución aumentaron sólo un 2,5%, por debajo de la previsión de *Reuters* del 3,3%.

La producción industrial, que impulsó el crecimiento de China en los dos primeros años de la pandemia, aumentó un 6,3% el mes pasado. Esta cifra superó las expectativas de los analistas, que calcularon un 4,5%, ya que la industria manufacturera del

Desde Goldman señalaron que los datos de la actividad inmobiliaria siguen deprimidos

En el congreso, Xi apenas hizo referencia a las debilidades económicas

país se recuperó de los problemas de la cadena de suministro y de los confinamientos.

Julian Evans-Pritchard, economista jefe para China de Capital Economics, aseguró que, aunque la industria se comportó algo mejor, las perspectivas eran "sombrias" por la pérdida de impulso de la mayor parte de la economía el mes pasado.

La inversión en activos fijos aumentó un 5,9% en los nueve primeros meses del año. Sin embargo, las ventas de inmuebles, medidas por superficie, descendieron un 22% y las nuevas construcciones se desplomaron un 38%, mientras que la inversión inmobiliaria se contrajo un 8%.

Los analistas de Goldman Sachs señalaron que los datos de la actividad inmobiliaria

siguieron deprimidos en septiembre, especialmente en lo que respecta a la construcción de nuevas viviendas y a la venta de inmuebles. Según datos de Goldman, el volumen de operaciones de viviendas nuevas en 30 ciudades ha cedido un 18% interanual en lo que va de octubre.

Este año, las autoridades económicas del país han relajado progresivamente los tipos de interés y han tomado medidas para acelerar la finalización de los proyectos de construcción de viviendas inacabados, que se retrasaron tras una serie de impagos de promotores muy endeudados, como Evergrande.

No obstante, no han llegado a aplicar grandes medidas de estímulo y ahora se enfrentan a una devaluación de la moneda y a un mercado bursátil nacional que ha perdido un 34% tras contabilizar la caída del yuan frente al dólar.

"Seguimos pensando que una mejora significativa de las condiciones de financiación de los promotores puede requerir una flexibilización mayor y más amplia", explicaron los analistas de Goldman, "y es necesario un apoyo político para impulsar la confianza de los compradores de viviendas y contener los posibles riesgos".