

## La imagen de España en China (ARI)

Emma González \*

**Tema:** La actual crisis financiera que vive España está afectando a la percepción que China tiene de España y está dando como resultado un cambio de estrategia en el desarrollo de las relaciones entre los dos países.

**Resumen:** Este ARI se propone exponer, en primer lugar, las consecuencias que la actual crisis económica está teniendo tanto para España como para Europa. En segundo lugar, aborda el cambio de estrategia de China para con España con objeto de fortalecer las relaciones con este socio europeo. Es importante resaltar que China ha hecho tres propuestas a España a partir de tres posibles escenarios: (1) incremento de las inversiones y el comercio bilateral; (2) desarrollo de las energías renovables; y (3) incrementar los intercambios profesionales y culturales.

**Palabras clave:** España, China, comercio, economía, UE, inversión, energías renovables, cultura.

**Descriptor:** China, PIB, inversión, comercio exterior, estrategia, UE, deuda pública, inversión directa, intercambios culturales.

**Análisis:** En chino la palabra crisis está compuesta por dos caracteres que identifican “peligro” y “oportunidad”. Tal vez por ello, mientras la crisis económica continua agravándose en España, China asume la situación por la que atraviesa España como una oportunidad para incrementar sus inversiones y mejorar sus relaciones con el país mediterráneo. Como es obvio, el interés que muestran los chinos por las implicaciones de la actual crisis financiera europea, tanto positivas como negativas, ha de entenderse en la medida en que esta situación también tiene y tendrá repercusiones para el gigante asiático.

### *(1) China y el declive europeo*

Las economías europeas están siendo gravemente afectadas por la actual crisis financiera y la carencia de crédito. Los gobiernos europeos han intentado placar la crisis, nacionalizando bancos y tomando medidas coordinadas sin precedentes. No obstante, la actuación de la UE y sus evidentes problemas de agilidad en la toma de decisiones han generado no poca desconfianza en los inversores internacionales hacia el actual sistema bancario, y ello ha provocado severas caídas en los índices bursátiles de todo el mundo. Pero estas tensiones en los mercados financieros no han hecho sino poner en evidencia la necesidad de los europeos por encontrar nuevas inversiones y mercados hasta el punto de ver en Oriente, y en particular a China, como su nuevo gran aliado.

---

\* Universidad Internacional de Beijing.

A diferencia de la UE, la mayor preocupación para el gobierno chino no es la falta de capital. El hecho de que casi el 50% del PIB chino se destine a la inversión es uno de los principales factores que sostiene las espectaculares tasas de crecimiento del país. China puede permitirse destinar esa descomunal cifra a inversiones por la alta tasa de ahorro de los hogares chinos, el superávit de balanza por cuenta corriente y las altas expectativas de retornos de la inversión. Por tanto, la gran preocupación de China no es la escasez de capital sino el exceso de producción que se está empezando a acumular en las fábricas del país que supone un freno al crecimiento chino, que ha caído, de media, en dos puntos del PIB en los tres últimos años.

Europa ha sido tradicionalmente el mayor mercado exportador de China pero la crisis ha provocado que las exportaciones se hayan estancado. El país asiático calcula que este impacto negativo en las exportaciones chinas continuará durante todo el año 2012 y se extenderá a 2013. Desde finales del año pasado las exportaciones chinas fueron descendiendo gradualmente, con las ventas al extranjero creciendo sólo un 4,9% en abril, comparado con una cifra del 8,9% en marzo. La reducción en las exportaciones a los mercados tradicionales de Europa y Norteamérica ha generado, a su vez, que los exportadores chinos hayan empezado una búsqueda para colocar su producción en mercados emergentes.

No obstante, es difícil que a corto plazo China pueda encontrar otro mercado importador y exportador del tamaño de Europa. Aunque los volúmenes comerciales entre China y las economías emergentes como Rusia, la India y Latinoamérica están creciendo progresivamente, sus mercados siguen siendo relativamente pequeños. Asimismo, sería arriesgado para los exportadores chinos no aceptar pedidos del viejo continente por desconfianza en la solvencia de los bancos europeos. También hay que tener en cuenta que China no puede transformarse en una economía de consumo a corto plazo para dar salida a parte de su producción de bienes de consumo, ya que es todavía un país en vías de desarrollo y en proceso de urbanización e industrialización.

El gobierno de la República Popular es consciente de que la acumulación de exceso de producción podrían causar aún mayores daños en el sistema financiero chino si no es capaz de vender sus productos a la hoy debilitada Europa. Para solventar este problema, China planea usar ese exceso de capital en la compra de deuda europea y acceder al control accionarial de compañías en el viejo continente. Como muestra de esta estrategia el país asiático ya ha puesto en marcha un plan para contribuir a aliviar la crisis y ha adquirido el 20% de la deuda española. Además, China ha subrayado en diversas ocasiones que no estará ausente en los esfuerzos internacionales para ayudar a Europa a superar la crisis.

No obstante esto último, hay que tener en cuenta que España, junto a otros socios comunitarios, como Francia e Italia, se ha opuesto a las grandes inversiones extranjeras en sectores estratégicos como el financiero y las telecomunicaciones. Una muestra de esta política restrictiva, a pesar de la necesidad que tienen las autoridades españolas por reducir el déficit, se evidencia en la oposición del Ministerio de Industria español a la oferta del grupo chino State Grid de tomar el control de Enagás y Red Eléctrica Española (REE).

Pero el agravamiento de las actuales circunstancias en España y Europa podría favorecer la relajación de las barreras que se imponen a las inversiones chinas. Asimismo, China no teme que la inversión Europea en su territorio se paralice ya que

estas transacciones las realizan las grandes multinacionales y no los gobiernos, y Europa necesita abrir sus horizontes para encontrar nuevos mercados.

Dado que China es todavía una economía basada en las exportaciones, no puede permitirse perder un mercado del tamaño del europeo. Las autoridades políticas y económicas chinas son conscientes de que, a corto y medio plazo, es imposible que la República Popular pueda convertirse en una economía de consumo o que encuentre nuevos mercados en las economías de los países emergentes capaces de competir con Europa. Por ello, China ha mostrado su interés en ayudar a los países europeos en su lucha contra la crisis. Dentro de Europa, España reúne condiciones favorables para ser un socio preferente y China ya parece tener un plan para incrementar su alianza estratégica con España.

## *(2) Las tres propuestas chinas para España*

La búsqueda de nuevos canales de inversión ha propiciado que a finales de mayo de 2012, China enviase a España a Wu Bangguo, titular de la Asamblea Popular Nacional (APN), que se reunió con el presidente del gobierno, Mariano Rajoy. Durante la visita del alto oficial asiático, China y España se comprometieron a extender su cooperación bilateral en materia de comercio y energías renovables. Además, los dos países firmaron acuerdos comerciales por valor de unos 500 millones de euros.

Wu, en una rueda de prensa convocada tras su visita, declaró que las relaciones entre España y China se encontraban en el mejor momento de su historia, añadiendo que España es uno de los mejores aliados del país asiático dentro de la UE. Asimismo, Wu mostró su agradecimiento a España por el apoyo concedido a peticiones primordiales para el país como la petición a la EU para el reconocimiento de China como una completa economía de mercado y la solicitud para levantar la prohibición de venta de armas. El funcionario chino añadió que la visita tenía como objetivo mantener el alto nivel de interacción con el gobierno español y fortalecer la alianza estratégica entre los dos países. Además, insistió en que debido a las actuales circunstancias, China y España necesitan mejorar su cooperación para reducir riesgos y promover el crecimiento. Asimismo, el intermediario chino hizo tres propuestas a España: (1) incrementar las inversiones y el comercio bilateral; (2) aumentar la cooperación en el desarrollo de las energías renovables; y (3) favorecer los intercambios profesionales y culturales.

**(2.1) Incremento de las inversiones y el comercio bilateral:** Wu Bangguo instó a los dos países a incrementar las inversiones y el comercio bilateral y pidió la implementación de nuevas medidas y mecanismos para su consecución. Actualmente, China es el mayor socio comercial de España fuera de la UE. Las exportaciones españolas a China están creciendo a un ritmo del 28% anual, al tiempo que China es nuestro tercer proveedor. Ya en 2011, el comercio bilateral entre los dos países alcanzó los 27.300 millones de dólares, mostrando un incremento del 11,7% en solo un año. Las relaciones comerciales entre China y la UE en agricultura y alimentos han ido creciendo durante los últimos años, hasta consolidar al bloque europeo como su primer socio y el tercer mercado exportador de productos agrícolas para la potencia asiática. España exporta principalmente productos agrícolas a China y Wu subrayó que China está suministrando ayudas a las empresas del país para que importen productos competitivos españoles como el vino y el aceite de oliva.

Uno de los productos estrella españoles, el vino, está intentado abrirse camino en Asia. Según cifras de la feria de vinos y alcohol, Vinexpo, China es el sexto mayor productor de vino del mundo, embotellando una media de 157,6 millones de cajas cada año. Hong

Kong se ha convertido en la primera ciudad en número de subastas de vino, por encima de Nueva York y Londres, con un total de ventas de 229 millones de dólares en 2011. Un estudio de la feria anticipa que en el año 2014, si la producción vinícola china continúa a este ritmo, los mercados productores tradicionales –España, Francia e Italia– sufrirán caídas en las ventas.

Lu Wen, presidente de una de los mayores casas de vinos en China, admitió al periódico *China Daily* que el 90% de las uvas que se usan en la producción de sus vinos son cultivadas en China, pero que la mayoría de sus vinos son copias de vinos franceses y españoles; en concreto, han introducido en su producción nacional las variedades Merlot, Cabernet Sauvignon y Chardonnay. China es el futuro del vino y el incremento del consumo de alcohol también podría convertirse en una oportunidad favorable para España, ya que China es el quinto importador de vino español, a donde llega un 25% de todo lo que España produce. Los vinos españoles, que se pueden encontrar en cualquier supermercado chino, gozan de un elevado prestigio entre los consumidores del país. Además, España tiene unos 10 millones de hectolitros en excedentes de vino al año y el único mercado capaz de aceptar una cantidad semejante es el mercado asiático.

Al igual que ocurre con el vino, el mercado del aceite de oliva en China es probablemente el de mayor potencial para la producción oleícola española a nivel mundial. El tamaño del mercado de aceite en China, en cifras de ventas, alcanza los 84 millones de euros. España es líder mundial en exportación de aceites de oliva, con una producción media en torno a 1.098.000 toneladas al año. En 2011, China se convirtió en el sexto mercado en valor comercial, con España exportando ese año 17.608 toneladas de aceite al país asiático por valor de 62,9 millones de euros. Es por este gran potencial que las empresas españolas de producción de aceite han decidido dar el salto hacia Asia e incrementar la inversión. Por ejemplo, la compañía aceitera Deoleo anunció en junio de 2012 una inversión de 20 millones de euros para la promoción del consumo de sus marcas de aceite en mercados emergentes, en los que el margen de beneficio es mayor que en España. Además, otras compañías –como Migasa, Aceites Borges y Sovena España– han cerrado acuerdos de suministro de aceite con compañías farmacéuticas chinas por las propiedades saludables de nuestro oro líquido.

Dentro de la UE, España continúa siendo un importante destino para la Inversión Extranjera Directa (IED). España, por su posición geográfica cercana al norte de África y sus vínculos con Latinoamérica, representa un atractivo destino para las inversiones asiáticas. En 2006 el país ibérico fue el tercer mayor receptor de IED china en Europa. Asimismo, el interés que China tiene por España se vio reflejado en la visita del vicepresidente chino Hui Liangyu en enero de 2011 a las islas Canarias para estudiar la posibilidad de establecer bases comerciales. No obstante, las inversiones chinas a España no siguen una tendencia constante y están caracterizadas por ser transacciones cuantiosas y ocasionales. La misma tendencia puede ser aplicada a las inversiones españolas en China.

**(2.2) Desarrollo de las Energías Renovables:** China a través de su mediador urgió a España a una mayor cooperación en el desarrollo de sectores emergentes como la generación de energías renovables. El país asiático está realizando grandes esfuerzos para optimizar el uso de las energías renovables y desea utilizar la experiencia de España en la producción de energías verdes. Según un baremo de la agencia *Ernst & Young*, China es el país más atractivo para invertir en energías renovables. En marzo de este año, China anunció que reduciría las cargas en las importaciones de ciertos

productos energéticos y bienes de consumo para incrementar las adquisiciones. La decisión del gobierno chino de incrementar las compras de importaciones de sus socios comerciales está condicionada por el anuncio en febrero de 2012 del mayor déficit comercial publicado por Pekín en la pasada década.

China también añadió su deseo de introducir productos tecnológicos y equipos de última generación de origen español. En julio de este año, las empresas españolas Gamesa y Red Eléctrica anunciaron que colaborarán con la Unión Eléctrica de China para la puesta en marcha de un parque experimental. El principal atractivo de este serán los molinos de viento que proporcionará Gamesa, que serán de 4,5 megavatios por unidad instalada, tres más de lo que es habitual. En 2011, durante la firma de un acuerdo entre Gamesa y el gobierno chino, el enviado chino, Liu Qi, explicó que cuando el vicepresidente, Li Keqiang, visitó España a principios de ese año quedó gratamente impresionado por el uso que nuestro país hace de las energías renovables y urgió a las empresas chinas y españolas a seguir colaborando para el desarrollo de estas energías.

La estrategia de Gamesa en el país asiático ha sido la de operar turbinas y granjas de energía eólica con la ayuda de *joint ventures* con las mayores empresas del país. La compañía española ya ha instalado más de 3.000 turbinas en más de 60 localizaciones dentro de China desde el año 2000. En junio de 2011 la producción en China contabilizó como el 20% del total de las ventas de la empresa. Sin embargo, la regulación china presenta una trampa empresarial para las empresas internacionales que trabajan en el país y Gamesa es un ejemplo.

La referida normativa china obliga a que la mayoría de los componentes que Gamesa monta en sus plantas estén producidos por empresas locales. Pero estas empresas, a su vez, copian las piezas y elementos tecnológicos de alto valor y los venden a los competidores chinos de Gamesa. La trampa radica en que las compañías chinas no tienen escrúpulos en comprar y copiar la última tecnología de Occidente y además reciben subvenciones del gobierno y ayuda para desarrollar esa tecnología. A pesar de que estas prácticas empresariales violan claramente los acuerdos de libre comercio, los ejecutivos de Gamesa no lamentan la incursión en China. En una entrevista al *New York Times*, su presidente, Jorge Calvet, insistió que la compañía “no se arrepiente de haber formado a más de 500 empresas chinas como consecuencia de jugar de acuerdo con las reglas de Pekín. Simplemente, uno tiene que asumir que es el precio a pagar para poder participar en el mayor mercado existente”.

Uno de los mayores objetivos de China es convertirse en el líder de las energías verdes, como se puede observar en el discurso de Li Junfeng durante la conferencia sobre la Energía Eólica China 2010 en el que lanzó una ambiciosa exhortación a los ejecutivos de las compañías chinas. Li dijo que “uno no puede llamarse ganador si eres el líder en el mercado durante tres o cinco años, solo puedes ser la elite mundial si eres el líder durante 100 o 200 años”. Pero para llevar a cabo este ambicioso sueño, China es consciente de que necesita a los occidentales y su tecnología.

**(2.3) Incrementar los intercambios profesionales y culturales.** Otro de los elementos esenciales destacados por el intermediario chino en su visita a España es el referido al reforzamiento de los intercambios entre profesionales y los intercambios culturales. La depreciación del euro respecto al yuan ha generando un mayor flujo de personas entre los dos continentes y ha incrementando el número de turistas chinos. Para las agencias de viaje chinas, la caída de la paridad del euro con respecto al yuan ha servido para



aumentar las reservas de viajes a los países del Mediterráneo, una ruta que anteriormente era demasiado cara para los turistas chinos. El hecho de que el euro esté a uno de los niveles más bajos de los últimos años ha propiciado que los viajes a Europa sean los más solicitados por los clientes de los operadores de viaje chinos. Ma Yiliang, investigador del Instituto de Turismo Chino, declaró al *China Daily* que la baja oferta doméstica en Europa ha causado que la industria hotelera y de servicios en Europa ofrezca mayores y favorables descuentos a los operadores chinos. Ma declaró que “el precio de los paquetes turísticos en Europa cayó cerca de un 7% el primer cuatrimestre del año comparado con el mismo período el año pasado, mientras que el número de turistas creció un 16%”. Durante 2011 el número de salidas de turistas de China a todo el mundo alcanzó los 70,25 millones de personas, un 22,4% más que el año anterior, y el gobierno chino espera que para el 2015 el número de turistas chinos que viajen al extranjero alcance los 88 millones.

Asimismo, el número de estudiantes de español ha crecido significativamente, hasta convertir a nuestra lengua en una de las más populares en las universidades chinas. En la actualidad, existen un total de 39 centros docentes superiores chinos que ya ofrecen la licenciatura de español, atendiendo a cerca de 1.000 graduados cada año, entre estos centros, 12 imparten cursos de postgrado, y la Universidad de Estudios Extranjeros de Beijing será la primera en otorgar un doctorado en español. Además, el Instituto Cervantes y la reciente creada Fundación Samaranch en Pekín, contribuyen a mantener y promover las relaciones culturales, económicas y financieras entre España y China.

El incremento en el número de turistas y de ciudadanos chinos que quieren aprender nuestro idioma refleja el creciente interés que el gigante asiático tiene en nuestro país, no sólo como miembro cultural destacado del occidente europeo, sino también condicionados por la importancia de una lengua que hablan 400 millones de americanos.

**Conclusión:** La crisis financiera en Europa está repercutiendo negativamente en el crecimiento chino. Por ello, el país asiático se ha propuesto ayudar al Viejo Continente mediante la compra de deuda y la firma de acuerdos gubernamentales. Europa es el gran mercado de China, y está en su propio interés garantizar la recuperación económica ya que el crecimiento del gigante asiático sigue dependiendo de Occidente. Dentro de Europa, España se ha convertido en uno de sus principales aliados. La creciente dependencia española en la ayuda china se ha convertido en un importante vínculo entre los dos países y ha favorecido un mayor acercamiento. China ha desarrollado tres propuestas para la colaboración con España, basadas en mayores intercambios y ayuda mutua. El país asiático está atraído por la reputación de nuestros productos agrícolas y desea hacerse con bases corporativas en nuestro país debido a su excelente situación estratégica. Asimismo, la República Popular ambiciona convertirse en la máxima potencia en la producción de energías renovables y para ello necesita la ayuda de las empresas y la tecnología españolas. Finalmente, los cambios en el poder adquisitivo de los chinos y la apreciación del yuan han permitido nuevos flujos de personas. El sector turístico español tiene la oportunidad de atraer una nueva clientela con gran potencial. Por tanto, la actual crisis debe entenderse como la entiende el país asiático, por un lado como un peligro pero también como una oportunidad para mejorar relaciones y abrir nuevas vías de crecimiento.

*Emma González*  
*Universidad Internacional de Beijing*