

## **Ponencia: China: su economía y relaciones económicas con España.**

**Autor:** Carlos Blasco Villa

### **1.- Introducción.**

Se me ha encomendado que haga una breve exposición sobre China durante el rato que voy a tener la satisfacción de compartir con Vds. en esta mesa redonda organizada por Ecofin bajo el Patrocinio de la Consejería de Economía de la Comunidad de Madrid, cuya invitación agradezco.

Realizar una exposición, aunque sea parcial, sobre lo que es un país resulta en sí mismo un ejercicio complejo. Es fácil opinar, comparar o calificar superficialmente basándose en anécdotas o en experiencias personales de más o menos valor. La realidad es que cuanto mejor se conoce un país como China, más difícil es saber lo que verdaderamente significa y ponderar su objetiva envergadura.

Durante esta intervención voy a intentar realizar un escueto análisis basado en la experiencia que he acumulado durante casi cuatro años y medio de trabajo en ese país como Embajador de España hasta el mes de Marzo pasado. Me propongo que al final de esta exposición sucinta tengan una idea un poco más completa de lo que puede significar para nosotros un país como China y algunas de las oportunidades que puede ofrecer para los empresarios españoles.

### **2.- Algunas reflexiones sobre China.**

Para ello creo que puede ser útil dedicar los primeros minutos a mirar al país desde distintos ángulos o perspectivas, para intentar saber qué nos aporta cada una de los mismos.

Un país es la resultante de un gran número de características y de cualidades y tiene infinidad de aristas cuyo conjunto define su identidad. El tamaño, la población, el clima, la historia, la situación geográfica, su riqueza vegetal, animal y otros muchos elementos nos dan un resultado. En función de este último se basa la relación que otros países pueden entablar con el mismo.

Un país puede tener un ejército de medio millón de soldados y un territorio de medio millón de kilómetros cuadrados. Esto puede ser mucho o poco porque todo depende de con quién se le compare. Me interesa hacer este comentario porque esta es la metodología que me gustaría seguir para intentar aproximarnos a un concepto de lo que en estos momentos es China, que nos pueda valer para situarla en una dimensión aproximadamente real.

- China es por su superficie aproximadamente 18,5 veces más grande que España. Tiene 9,5 millones de kilómetros cuadrados, el cuarto país mayor del mundo, más o menos del mismo tamaño que Brasil. Su población es aproximadamente de 1.349 millones de personas (fuente NN.UU), algo así como el 20% de la población total mundial. La superficie y la población de un país son en el caso de China datos de la mayor importancia.

China es un gigante por su demografía y su geografía. Esto hace que otras variables de este país sean también gigantescas, pero también hace que nos sorprendamos ante otros parámetros que no están en consonancia con las cifras que acabo de mencionar.

- Un ejemplo es el siguiente. Por el tamaño de la población China es el país número uno a nivel mundial, pero esta población sólo es capaz de generar un PIB que se traduce en una renta per cápita de unos 4.200 \$ en 2.010 (Fondo Monetario Internacional), aunque alcanzaría los 7.500 \$ en poder adquisitivo, que sitúa a China muy por debajo de los EE.UU. (que supera los 46.000US\$), de España (que está por encima de los 30.000US\$), de Brasil (que tiene 7.800US\$), de Argentina (que tiene 7.600 US\$), de México (que tiene 8.000 US\$), de Rusia (que tiene aproximadamente 8.900 US\$). Sin embargo, está por encima del otro gigante asiático, la India, que sólo alcanza poco más de 1.000 US\$ de renta per cápita.

- Los progresos económicos de China en los últimos años son indudables, pero también son evidentes los desequilibrios sociales y de rentas existentes en este país.

El Presidente Obama visitó China en noviembre de 2009 y lo propio hizo Hu Jintao a EE.UU el año pasado, recibiendo verdaderamente, por primera vez en el caso de un líder chino, tratamiento protocolario correspondiente a un Jefe de Estado. Durante ambos viajes, a pesar de las diferencias y rivalidades que separan a ambos gigantes, se puso de manifiesto que Washington atribuye a China una importancia que en estos momentos no alcanza ningún otro país. Tanto es así que numerosos analistas internacionales hablaron, con motivo de esas visitas, del G2 para destacar que China y Washington son en este momento las dos únicas superpotencias mundiales. Superpotencia sí, pero la verdadera dimensión de China debe ser establecida a través de los elementos que voy a citar a continuación si se quiere tener una idea cabal de ella.

Que China es una potencia mundial es indiscutible, pero para saber lo que ello significa vamos a mirarla desde distintas perspectivas para conocer sus diferentes realidades.

**a).**- La Organización de Naciones Unidas (United Nations Development Programme, UNDP) publica periódicamente una lista de países ordenados por su índice de desarrollo humano. En ella entre 182 países calificados, China ocupa el puesto n° 92.

Como en esta vida todo es relativo, para que se pueda valorar este dato, voy a citar otros países por su cercanía cultural a España, por su importancia en el mundo o por su proximidad a China:

España ocupa el puesto 15°; Francia el 8°; los EEUU el 13°; Italia el 18°; Singapur el 23°; Corea del Sur el 26°; Argentina el 49°; Méjico el 53°; Rusia el 71°; Brasil el 75°; la India el 134°. Como algunos estarán preguntándose acerca de cuál es el país núm. 1 en el mundo por su índice de desarrollo humano voy a decirlo: es Noruega.

Que China entre estos países esté por detrás de Méjico, de Rusia y de Brasil hace que no salga muy bien parada en esta comparación, pero ello no debe sorprender.

El espectacular progreso que ha hecho este país en todos los campos durante los últimos 30 años no ha sido suficiente para que alcance a todas las capas de la población. En estos momentos todavía los sueldos medios son bajos, la situación en el campo especialmente dura y entre los 1.349 millones de habitantes existe un porcentaje, difícil de determinar, que vive en una situación de verdadera pobreza, aunque no miseria. Como es normal que ustedes esperen que mencione una cifra, diré, con las reservas propias por la falta de estadísticas fiables, que podría hablarse a este respecto de unos 300 millones de personas.

El Gobierno es consciente de este problema y considera prioritaria su solución. Cualquiera puede comprender que esta última es de difícil alcance a corto plazo, pero si China sigue evolucionando tan positivamente como hasta ahora, paulatinamente el país se aproximará a una situación en que los sueldos sean mejores, la seguridad social abarque a la mayor parte o a toda la población, existan fondos de pensiones con carácter generalizado y en resumen, se alcance un respeto de los derechos sociales que todavía muchos no disfrutan.

**b).- Otro ángulo que nos da información útil sobre una sociedad es el índice de corrupción.**

En este caso voy a utilizar los datos de 2009 de “Transparency International”.

En la lista de menor a mayor corrupción China ocupa el 79º lugar de un total de 180 países. En este caso China está por encima de la media.

Como antes he hecho, citaré otros países relevantes para nosotros, que serán referencias útiles por ser de nuestro entorno, o vecinos o cercanos geográficamente a China o comparables a este país por su tamaño.

En una lista de 180 países España es el nº 32.

Corea del Sur el 39º; Singapur es el 3º; Japón es el 17º; EEUU el 19º; Francia el 24º; Italia el 63º; Brasil el 75º; la India el 84º; Méjico el 89º; Argentina el 106º; Rusia el 146º.

El país con menor corrupción en el mundo es Nueva Zelanda.

En este caso China está a la altura de Brasil y está mejor situada que la India, Méjico y Rusia, aunque mucho peor que países de su entorno como Singapur, Japón o Corea.

Efectivamente existe un serio problema de corrupción en la sociedad china. El Gobierno de Pekín ordena actuar con contundencia en las investigaciones que dispone realizar y los tribunales aplican con frecuencia las máximas penas a los responsables de los casos de corrupción.

**c).- Cabe preguntarse entonces cuáles son las condiciones existentes para desarrollar proyectos empresariales en un país que tiene entre otras las características mencionadas.**

En este caso, aparte de mi opinión, que daré más adelante, utilizaré lo que dice el Banco Mundial.

El Banco Mundial publica periódicamente un informe y una lista de países bajo el título “Doing Business Report”. O sea los más atractivos para hacer negocios.

En ella, entre los 185 países calificados, China ocupa el lugar 89. Como he hecho antes, citaré otros países relevantes para nosotros.

España está en el puesto 62.

Singapur es el 1º, los EEUU el 4º, Japón el 15º, Corea del Sur el 19º, Francia el 31º, Méjico el 51º, Italia el 78º, Argentina el 118º, Rusia el 120º, Brasil el 129º, la India el 133º.

En este caso China está situada en el centro de la tabla, mejor colocada que otros países de gran tamaño como Rusia, Brasil y la India, aunque en peor lugar que Singapur, Japón o Corea.

La economía china se ha beneficiado de un espectacular progreso y en ella se trabaja desde hace tiempo aplicando avanzados criterios y conocimientos técnicos. Tiene empresas con capitales y tecnología propias y también se beneficia de una lista cada vez más larga de empresarios chinos que

organizan sus negocios de la forma más avanzada. Sin embargo, en esta economía también se dan elementos que dificultan su desarrollo. Con mucha frecuencia las leyes son complejas, el Gobierno es intervencionista y a menudo actúa a favor de las empresas nacionales y la corrupción dificulta el éxito de ciertos negocios. No obstante, son numerosas las ventajas existentes por la dimensión actual y potencial del mercado, por la mano de obra barata, aunque con sueldos crecientes, pero también con calificaciones cada vez mejores. En China el empresario extranjero señala muchas cosas que habría que mejorar, pero a la vez son frecuentes los negocios que se culminan con éxito. El interés por este mercado es evidente y así lo demuestran los datos publicados en 2010 por la agencia oficial de noticias Xinhua. Según esta fuente, de las 500 compañías más importantes del mundo, 480 están presentes en China.

Si tantas empresas importantes están en China es que existe una clara razón para ello. Las empresas extranjeras se instalan en un determinado país cuando desde ese lugar se puede producir a precios competitivos, se puede exportar con facilidad, se puede vender porque existe un gran mercado, existe estabilidad política y social y, ante todo, cuando el país de que se trate tiene un claro y atractivo futuro.

### **3.- El mercado chino:**

Acabo de referirme a la capacidad del mercado chino. Esta es una de las grandes cuestiones que está siendo objeto de un gran número de estudios y a la vez constituye una prioridad para el Gobierno chino.

La ONU publica periódicamente cifras sobre la demografía de los países. China, como ya he mencionado, es el país más poblado del mundo con 1.349 millones de habitantes, cifra que duplica la población de otros tres gigantes juntos, como son los EEUU, Brasil y Rusia, que sólo alcanzan los 645 millones de habitantes. Ni siquiera agregando la población de la UE, Canadá y Australia, todos ellos mercados importantísimos, se llega a la dimensión demográfica del mercado chino.

Hoy todavía no se puede decir que la población china en su totalidad constituye un mercado, puesto que una buena parte de ella vive fuera de todo circuito económico ya que tiene ingresos muy bajos, como antes he comentado y no participan de hecho de la economía de intercambio mercantil, sino que prácticamente subsisten en régimen de autoconsumo.

A pesar de ello la fuerza económica de una población tan grande se evidencia con los siguientes ejemplos:

**a.-** El primer mercado mundial de internautas hoy es China, con más de 420 millones de usuarios. Hay ya muchos más usuarios de Internet en China que en los EEUU, pero existe además un matiz importante, consistente en que, mientras el mercado de internautas en los EEUU ha alcanzado un techo que le permitirá crecer ya muy poco en el futuro, en China el potencial de crecimiento es todavía enorme.

**b.-** Otro ejemplo significativo es el siguiente. En China, en 2009 se vendieron por primera vez en la historia más automóviles que en los EEUU. En 2009 el mercado chino de automóviles de turismo se convirtió en el primero del mundo con aproximadamente 10,6 millones de unidades vendidas, mientras que los EEUU sólo se alcanzaron 10,4 millones de unidades. Aunque estas cifras requieren la matización que voy a hacer, esta última no le quita importancia a las mismas. En 2010 se sobrepasaron los 12 millones de coches producidos.

En China se vendió la cantidad de automóviles mencionada en 2009 a pesar de la crisis internacional porque este país creció un 8,7% y un 10,3% en 2010 y su gobierno aplicó una política económica y financiera expansiva en la que se dieron numerosos créditos baratos que sirvieron para comprar automóviles. En los EEUU el año 2009 fue excepcionalmente malo por la crisis, habiéndose vendido menos automóviles que en años anteriores y en 2010 la situación apenas ha mejorado.

**c.-** Un tercer ejemplo de lo que significa este mercado lo da la red de ferrocarriles e indica una demanda interna de tecnología, materiales y mano de obra por las fuertes inversiones que se están realizando en infraestructuras, principalmente por el sector público.

En los próximos tres años se proyecta construir 26.000 Km de nuevas líneas férreas, de los que 9.200 son de alta velocidad. En estos momentos están en construcción tramos ferroviarios por valor de más 300 mil millones de US\$.

La inversión que China tenía presupuestada en este sector para el 2010 asciende aproximadamente a 85 mil millones de euros. Al respecto, considero también relevante decir que China dispondrá de una red de ferrocarriles de alta velocidad de 13.000 km en 2012, de acuerdo con el plan que está desarrollando el Ministerio de Ferrocarriles. De la citada extensión, la mayor parte ya está construida y en funcionamiento.

China tiene como objetivo disponer de 120.000 Km de vía férrea en el año 2020. Si esto se cumple, arrebatará a los EE.UU. el primer puesto en el ranking mundial por la extensión de los ferrocarriles nacionales.

Estas obras de infraestructura tienen una importancia estratégica enorme y, por ello, su proyección internacional está ya planificada. China mantiene en estos momentos negociaciones con 17 países para construir con ellos conexiones del tren de alta velocidad. Incluso podría llegar a Europa. Con estas conexiones, nacionales e internacionales, el Gobierno chino busca desarrollar importantes regiones del país, sobre todo en áreas occidentales y también tener un más fácil acceso a los recursos naturales de ciertos países, principalmente gas y ciertos minerales, como por ejemplo el litio, que tiene gran importancia para la aplicación de modernas tecnologías industriales.

Las redes internacionales que China proyecta y que negocia ya con varios países son fundamentalmente tres:

- Conexión de Kunming y Yunnan con Singapur, Vietnam, Tailandia, Miammar y Malasia.
- Conexión de Urumuqi (capital de la provincia de Xinjiang) a través del Asia Central, Kazajstán, Uzbekistán y Turkmenistán, con la idea de llegar a Alemania.
- Una tercera red partiría del noreste del país (de Heilongjiang) y se dirigiría a Europa occidental a través de Rusia.

La trascendencia económica de estos proyectos será enorme y las necesidades de ingeniería, equipos y capitales también lo será. No se escapan las dificultades que habrá que salvar, como por ejemplo la inexistencia de un ancho de vía estándar entre estos países. Algunos, como Vietnam, han dado ya un acuerdo de principio para aceptar el ancho de vía chino y abandonar el propio, pero con otros no se ha llegado a un acuerdo todavía. En cualquier caso, este es un ejemplo del desarrollo de China para los próximos años, y por eso, lo he querido comentar.

**d.-** Muy brevemente, voy a mencionar también un cuarto ejemplo, que refleja la fuerza con que se están desarrollando los mercados en este país. Se trata del sector financiero. Sólo diré que por el volumen de beneficios, el primero y el segundo puesto en el ránking de la banca mundial lo ocupan dos bancos chinos. El Industrial and Commercial Bank of China (ICBC) y el China Construction Bank (CBC). En 2009, últimos datos de que

dispongo, el primero ganó más de 14 mil millones de euros y el segundo más de 11.500 millones de euros.

Siguiendo con la metodología comparativa de trabajo que estoy utilizando en esta exposición, y con el objeto de que nos demos cuenta de la dimensión de estas ganancias, diré que el Banco de Santander, que está entre los mejores del mundo en cualquier tipo de lista, tuvo unos beneficios de 8.943 millones de euros.

El sector financiero se ve reforzado con el hecho de que, con mucha diferencia, China es el primer detentador del mundo de reservas de divisas, que a primeros de 2011 alcanzaba los 2,85 billones de \$.

En el contexto económico que reflejan los ejemplos que acabo de ofrecer, el Gobierno de Pekín lógicamente desarrolla también la fuerza militar que corresponde a una potencia del calibre de la República Popular China.

Las autoridades de Pekín vienen desarrollando una estrategia para acceder a recursos naturales como los que he mencionado en distintas partes del mundo, y presentan sus actuaciones internacionales como una política de “soft power”. Sin embargo, no debe extrañar que una fuerza económica como la que vengo mencionando desarrolle también una potencia militar de primer orden. Aunque simplemente sea por razones de seguridad, pero siempre dejando adivinar algún ánimo disuasorio. Pekín trabaja desde hace años para construir una imagen mundial y a la vez para asegurar sus intereses. Hasta época reciente, el Ejército Popular de Liberación chino tenía una limitada proyección exterior. Así por ejemplo, su poder naval no iba mucho más allá del Mar de la China Meridional. Desde hace un tiempo, las fuerzas armadas de este país se preparan para misiones más allá de sus fronteras, para poder defender intereses como por ejemplo las rutas de suministros y de comercio consideradas de primera importancia para el país.

El presupuesto militar chino en 2010 fue de unos 75 mil millones de dólares, aunque los cálculos de los expertos duplican o incluso triplican esta cifra en la realidad. Me interesa, aunque brevemente, hacer esta referencia porque la cantidad y tipo de armamento, y la tecnología a disposición de la República Popular China influirán en los próximos años en la política internacional del país y en consecuencia, en su economía. La capacidad de compra en este sector de China, tanto de armas como de las llamadas tecnologías de doble uso, podría resultar interesante para las empresas españolas de alta tecnología del sector si no fuera por el embargo de armas impuesto por la UE hace más de 20 años a aquel país, y de cuyo levantamiento, por diversas razones, es partidaria España.



A pesar de la tremenda expansión que reflejan los ejemplos que acabo de dar, el mercado interior en China está todavía limitado por la capacidad adquisitiva de su población. Existen varios cientos de familias millonarias, hay una clase media en rápida formación, constituyendo un conjunto de unos 100 millones de personas, con ingresos medios muy próximos a los occidentales, pero también existe el porcentaje a que me he referido que cuantifica un sector de la población que trabaja en el sector industrial o vive en el campo, y tiene ingresos muy reducidos.

Ello es el reflejo de una mala distribución de la renta y de una renta per cápita muy baja. El PIB de China a precios de mercado en 2010 fue de 5,745 billones de dólares, situándose por encima de Japón (5,39 billones de \$) como la 2ª economía más voluminosa del mundo, solo por detrás de los EE.UU (unos 14,5 billones de \$) y de la UE (cerca de 19,5 billones de \$) si se considerara como un todo, en cuyo caso sería la mayor economía mundial.

China, con una población aproximadamente 4,4 veces superior a la de los EEUU, tenía en 2010 un PIB casi tres veces inferior a la de este último país. Evidentemente ello se refleja en la renta per cápita. China sólo alcanza 4.200 US\$ por persona en términos nominales con datos de 2010, mientras que los EEUU rebasan los 46 mil \$.

China es además el primer exportador mundial porque adelantó a Alemania en 2009 y en 2010 consolidó esta posición.

Las autoridades de Pekín son conscientes de que el futuro económico de China no puede seguir estando basado en un PIB al que las exportaciones contribuyen en cerca de un 40%, y están desarrollando una política para potenciar el mercado interior, introduciendo medidas para una distribución más equitativa de la renta, facilitando el incremento de ciertos salarios y desarrollando un sistema de seguridad social (seguros médicos y pensiones) que poco a poco haga desaparecer la costumbre de las familias chinas de realizar un ahorro provisorio para eventuales necesidades médicas futuras.

La preocupación en Washington ante esta pujanza comercial china se exterioriza constantemente. China ha estructurado un modelo de desarrollo basado en las exportaciones y en fuertes inversiones de capital, en buena parte extranjero. El yuan o renminbi tiene actualmente un valor que hace muy competitiva las exportaciones chinas y que genera unas grandes tensiones internacionales, principalmente con los EE.UU., aunque también con Europa.

Creo que no existe fórmula para conocer ahora el valor real de la moneda china, ya que ésta no es convertible y no se cotiza en los mercados internacionales. Los expertos suelen decir que está subvaluada entre un 20 y un 40%. Por esta razón, un grupo de 130 congresistas norteamericanos de los partidos republicano y demócrata escribieron en marzo de 2010 al Presidente Obama solicitando que adoptara medidas contra lo que llaman “manipulación” del tipo de cambio del yuan o renminbi. Por ello, es posible que en cualquier momento, cuando convenga a los EE.UU, el Departamento del Tesoro decida si incluye a China en la lista de “manipuladores de divisas” que prepara cada semestre y le aplicarían medidas comerciales de retorsión.

La realidad es que China disfruta de una ventaja competitiva exportando con una moneda que tiene un valor inferior al que se cree que le corresponde en el mercado. Por eso, se le acusa de que con este sistema está subsidiando indirectamente las exportaciones, por lo que en los EE.UU. existen fuerzas que desean imponer aranceles globales a la importación de productos chinos, lo que desencadenaría una guerra comercial que nadie desea y que a pocos puede interesar.

Ciertamente el volumen de las exportaciones chinas refleja un desequilibrio de esta economía, en la que el consumo interno representa solamente un 36% del PIB. Las autoridades de Pekín son conscientes de ello y están introduciendo medidas para potenciar la demanda interna. Para ello, una de las más importantes sería disponer de una moneda más fuerte, pero el Gobierno está adoptando al respecto la mayor prudencia porque es consciente de las graves distorsiones que una revaluación brusca podría ocasionar en la actividad de los sectores exportadores. Sin embargo, para numerosos observadores parece lógico que el yuan o renminbi se revalúe poco a poco a lo largo de los próximos años, porque ello será un factor importante y complementario de otras medidas que el Gobierno está adoptando para fomentar el consumo interno.

Resulta relevante señalar que el déficit comercial de los EE.UU. con China supone ya el 60% del total del déficit comercial americano y, por si fuera poco, China es el mayor detentador de bonos del Tesoro americano con cerca de 900 mil millones de \$.

En este contexto que estamos comentando es lógico preguntarse que es China en estos momentos y cual es su verdadera dimensión. La contestación a ello no es, como hemos visto, sencilla. Pero si tengo que decir algo a este respecto, señalaré, a grandes rasgos, que, en primer lugar, China es un país muy complejo; que es una superpotencia demográfica,

geográfica, económica y militar; que es una gran fábrica pero que a la vez aspira a ser mucho más; que es ya un gran mercado que tiene además un potencial de espectacular crecimiento y trascendencia para el mundo entero; que si su pasado es, con frecuencia, deslumbrante, su futuro será el de un gran protagonista a escala mundial, al que resultaría imprescindible entender y tomar en consideración.

### **5.- Relaciones económicas hispano chinas y oportunidades de negocios.**

Expuesto muy someramente qué supone China desde algunas perspectivas económicas conviene preguntarse por cómo se han desarrollado las relaciones económicas con España y la presencia económica y empresarial de España en el gigante asiático.

#### **a) Marco Institucional**

Existen diversos acuerdos de carácter económico entre España y China, de los cuales se pueden destacar el Convenio de Cooperación Económica e Industrial, firmado en Madrid el 15 de noviembre de 1984, que configura el marco general de las relaciones comerciales e industriales. También destaca la renovación y actualización del Acuerdo de Promoción y Protección Recíproca de Inversiones (APPRI), firmado en 2005 y que entró en vigor el 1 de julio de 2008. Otro acuerdo de especial relevancia es el Convenio para Evitar la Doble Imposición y Prevenir la Evasión Fiscal en Materia de Impuestos Sobre la Renta y el Patrimonio, en vigor desde el 20 de mayo de 1992. Existen igualmente MoUs de cooperación entre organismos sectoriales, el último de ellos de cooperación general entre ambos Ministerios de Industria y en materia de Pymes, los dos firmados en septiembre de 2009.

En Diciembre de 2010 tuvo lugar una reunión de la Comisión Mixta Económica España-China que examinó las relaciones económicas y comerciales entre ambos países e incorporó la cooperación en materia de turismo.

A continuación se relacionan los acuerdos hispano-sinos más relevantes desde el punto de vista económico:

- Convenio de Cooperación Económica e Industrial.
- Acuerdo de Cooperación Científica y Técnica.
- Convenio para evitar la doble imposición.
- Acuerdo de colaboración en materia de turismo.
- Convenio sobre Transporte Aéreo Civil.

- Acuerdo de Cooperación en los usos pacíficos de la energía nuclear. Firmado en Madrid durante la visita del Presidente chino en noviembre del 2005.
- Acuerdo de Promoción y Protección Recíproca de Inversiones. Firmado también en el 2005
- Comisión Mixta hispano-china: Se celebran reuniones anuales entre el Ministerio de Comercio de la RP China y la Secretaria de Estado de Comercio y Turismo con el fin de examinar las relaciones comerciales entre ambos países.

Las relaciones comerciales España-China se caracterizan por un déficit crónico. Lo preocupante no resulta ser el volumen de importaciones chinas, en línea con lo que ocurre en otros países de nuestro entorno, sino el escaso volumen de nuestras exportaciones a China.

Las exportaciones de España a China han ido aumentando paulatinamente en los últimos años. Las exportaciones habían alcanzado su punto más alto en 2008. Sufren un pequeño descenso en 2009 debido a la crisis económica mundial y se benefician de una recuperación en 2010, alcanzando un nuevo record de 2.648 millones de euros.

El primer exportador a China de la Unión Europea en 2010 fue Alemania, con 48.000,6 millones de euros, muy por delante del segundo exportador que fue Francia. Le siguieron el Reino Unido, Italia, Países Bajos Bélgica, Suecia, Finlandia y después España, que ocupa el 8º lugar.

La tabla que se ofrece más abajo refleja que en el año 2010 España importó de China 17.279 millones de euros, un 30% más que el año anterior, no llegando a la cifra más elevada conseguida en 2008 que se aproximó a los 20.500 millones de euros. En el grupo de los países europeos el mayor importador de China es Alemania con 57.001 millones de euros, le siguen los Países Bajos, el Reino Unido, Italia, Francia, ocupando España el sexto lugar.

En cambio, las importaciones en 2009 habían alcanzado solo los 14.575 millones de euros, un 29,47% menos que el año anterior. Tras los incrementos de los últimos años, la cuota china sobre el total de importaciones en el mercado español disminuyó un 28% en 2009 respecto a 2008, situándose en el 6,9%, porcentaje un poco superior en 2010. China es ya el cuarto proveedor español y el primero fuera de la UE.

La tasa de cobertura comercial de España con China que en 2008 era de 10,51%, en 2009 pasó a ser del 13,62% y en 2010 de 15,32%.

A continuación figura una tabla que refleja la evolución del comercio entre España y China en los últimos cinco años según datos de la D.G de Aduanas de España:

**Comercio hispano-chino 2006-10 en miles de millones de euros**

Año	<u>2006</u>	<u>2007</u>	<u>2008</u>	<u>2009</u>	<u>2010</u>
Exportaciones	1.722	2.127	2.153	1.986	2.648
Importaciones	14.369	18.492	20.492	14.575	17.279
Total	16.091	20.619	22.645	16.563	20.327
Balance	-12.647	-16.365	-18.339	-12.589	-14.631
Cobertura	11,98%	11,50%	10,51%	13,62%	15,32%

Por el volumen de su economía y el dinamismo de su comercio exterior, China se ha convertido en un mercado necesario para España, cabría decir que imprescindible, ya que es el mayor exportador e importador mundial. China es el sexto socio comercial de España y el primero fuera de la UE al ponerse por delante de los Estados Unidos. Al superar a Italia, es el tercer mayor suministrador de España, solo por detrás de Alemania y Francia, fundamentalmente de confección y calzado, informática-hardware y equipos de telecomunicación. Por otra parte, China es el décimo cuarto mercado mundial de España y el primero en Asia, ya por delante de Japón. España exporta materias primas y semimanufacturas de plástico, componentes de automoción y productos químicos.

Es importante insistir en que las relaciones comerciales España-China vienen caracterizadas por un déficit crónico en contra del primero. La parte más preocupante no resulta ser el volumen de importaciones, como se ha apuntado, en línea con lo que ocurre en otros países de nuestro entorno, sino el escaso volumen relativo de nuestras exportaciones y, por tanto, el raquítico coeficiente de cobertura comercial y tremendo déficit en la balanza de intercambios, uno de los más abultados a nivel mundial y, desde luego, el mayor de España.

Una de las dificultades específicas que encuentra España para penetrar en el mercado chino es que la mayoría de sectores españoles altamente competitivos internacionalmente se centran en áreas fuertemente reguladas o restringidas en China. Este sería el caso de las concesiones, la banca, las

telecomunicaciones, la construcción, la energía, el turismo, etc. O en otras en las que la propia China, como manufacturas y semimanufacturas, es decir todo lo que exige una alta participación de mano de obra, es sumamente competitiva.

Hasta la fecha la buena sintonía política entre las autoridades chinas y españolas no se ve reflejada en unas oportunidades claras para España en el mercado chino: las empresas españolas se encuentran con unas condiciones muy difíciles y operan en unos sectores muy restringidos a la participación de empresas extranjeras. Sin embargo, esta buena sintonía acabará dando sus frutos en cuanto España sea capaz de abrir el mercado chino a los productos en que es competitiva o identificar operaciones de inversión en las que la tecnología y la financiación española puedan ofrecer condiciones atractivas. Sin duda, el mercado chino, tan enorme, tiene grandes dificultades por la competitividad interna y por la atracción que ofrece a todos los exportadores internacionales. Siempre existirá un resquicio para la penetración en él y encontrar un nicho adecuado para los productos de más alta tecnología, diseño original o productos agrícolas elaborados de calidad. Seguramente habría que explorar alternativas fuera de los mercados chinos tradicionales y más conocidos en la costa del pacífico, quizás excesivamente copados por las mayores empresas mundiales, y esforzarse en localizar oportunidades en los mercados del interior, en la parte occidental china, donde se cuenta con una población muy importante, como en Chonching (35 millones de habitantes en una Municipalidad del tamaño de nuestra Andalucía) y en Sichuan (95 millones de habitantes), con ciudades de más de 10 millones de personas, o en lugares estratégicos de Xingiang, donde se quiere desplazar la abundante población del Pacífico chino, para establecer el deseado equilibrio demográfico y por disponer de interesantes recursos naturales.

Las empresas españolas en China, cuyo número se ha duplicado en los últimos cinco años, sobrepasan escasamente las 600 (2010), si bien muchas de ellas tienen el carácter de Oficina de Representación. Falta todavía mucha musculatura empresarial comparados con otros competidores occidentales o dentro de la propia UE.

La entrada de TELEFONICA en junio de 2005 con la adquisición del 5% del capital del operador China Netcom (sustituido por China Unicom al adsorber a aquella) y ampliado en 2009 hasta cerca de un 15%, aproximándose al 20% en 2010 y la posterior entrada del BBVA en el CITIC, el 6º mayor grupo bancario del país, con una participación también superior al 10%, significó un cambio muy importante, por lo que ello supuso de efecto de arrastre de otras pequeñas y medianas empresas.

Los sectores principales de actividad de estas empresas son de trading, maquinaria y equipamiento industrial, representación bancaria, hostelería, transportes, telefonía y bienes de consumo.

Hay Cámara Oficial de Comercio de España en China, con Subsedes en Pekín, Shanghai y Cantón y Cámara autónoma en Hong Kong.

Aunque la entrada de China en la OMC en el 2001 ha supuesto un gran salto adelante en la apertura y normalización del país, en términos prácticos, siguen existiendo muchas dificultades para el acceso y presencia de productos extranjeros. Dificultades derivadas no tanto de aspectos legislativos sino de las peculiaridades del mercado o de prácticas internas. En general, aunque el marco legislativo va avanzando, se constata que, junto con el desarme arancelario, a modo de compensación negativa, se está produciendo una cierta proliferación de barreras técnicas y de mecanismos no arancelarios de protección.

Las oportunidades de las empresas españolas en este vasto mercado se podrían concentrar en un futuro inmediato en:

- Compras del Sector público: Licitaciones y concursos, con esquemas de financiación multilateral y bilateral.

Tras el acceso de China a la OMC se va imponiendo paulatinamente el sistema de licitación pública para una parte creciente de las compras públicas, licitaciones en las que con mayores o menores facilidades se van pudiendo incorporar operadores extranjeros. En este sentido existe ya una publicación oficial, [www.chinabidding.com.cn](http://www.chinabidding.com.cn) en la que se dan a conocer las adquisiciones estatales. En todo caso, China todavía no es firmante del acuerdo de Compras Públicas del sistema OMC. Actualmente tiene status de observador y en el año 2008 comenzaron las negociaciones, que todavía no han finalizado, para su firma. El mercado chino de compras públicas, que podría ofrecer oportunidades a las empresas españolas, resulta poco transparente. Cuando se abre la licitación a empresas extranjeras, la concesión de la misma se supedita a transferencias de tecnología.

Dado el tamaño del sector público y el importante programa de inversión pública, las oportunidades comerciales abarcarían muchos sectores. Se podría destacar: equipamiento urbano, transporte público, ferrocarriles, comunicaciones, y algunos otros.

Hay que señalar que en muchos casos se imponen al adjudicatario extranjero fuertes obligaciones de suministro nacional como consecuencia de la política industrial china. Muchos de estos suministros y proyectos pueden contar con apoyo de financiación concesional según el Programa de Cooperación Financiera hispano-chino.

Existen oportunidades en el sector de la consultoría en las licitaciones de Asistencia Técnica. De las principales de estas licitaciones se informa a través del servicio de difusión de Oportunidades de Negocio del portal ICEX.

Existen concursos para proyectos financiados por IFIs o por donantes bilaterales. Esos casos son también publicados por las autoridades chinas, y normalmente por las instituciones financiadoras, con las condiciones que se deriven de los acuerdos de cooperación financiera. Tanto el BM como el BAD o la cooperación financiera japonesa, que son los principales donantes desligados, se centran en proyectos de infraestructuras. Los proyectos de energía se orientan hacia fórmulas de inversión y financiación privada mediante la emisión de bonos.

En general, las oportunidades de negocio en China pasan por mantener una presencia estable en el mercado, por lo que se hacen precisas inversiones, al menos en implantación comercial. La implantación productiva, para aprovechar las ventajas comparativas que ofrece China, supone inversiones cuantiosas que resultan difíciles de asumir por la pequeña y mediana empresa española.

Existen oportunidades en sectores tales como proceso de alimentos, determinados productos de consumo, componentes de automoción, medio ambiente, materiales de construcción, turismo.

La normativa china sobre adquisición por empresas extranjeras de participación en las empresas estatales ha venido dando muestras de creciente apertura. La creación de la Comisión de Gestión de Activos Estatales, y, especialmente, la asunción de competencias al respecto por las autoridades locales, podrían dar un nuevo impulso a la privatización de las empresas públicas chinas. En cuanto a las concesiones, todavía no está suficientemente definido del marco legal, pero ya se están produciendo concursos, como es el caso de los servicios urbanos (infraestructura de transporte, energía, agua, residuos, etc.)

- Sectores de potencial demanda para la importación son: Maquinaria y bienes de equipo, ferrocarriles, equipos agrícolas, materiales de construcción, muebles y decoración interior, bienes de consumo. Uno de los sectores más dinámicos de la economía china es el de la automoción. El problema medioambiental hace que se abran oportunidades de negocios. Existen abundantes proyectos de agua potable, tratamiento de residuos o energías alternativas. El turismo se presenta como un sector con grandes posibilidades. La Administración Nacional de Turismo de China y la UE firmaron el 12 de febrero del 2004, un Acuerdo de Destino Autorizado. La



Organización Mundial de Turismo predice que China, que ya en 2010 desbancó a España como tercero mundial, llegará a ser el principal destino turístico del mundo en los próximos años, y poco después el mayor emisor de turistas.

## **6).- Principales Oficinas del Estado Español en China.**

A efectos prácticos de información y apoyo a empresas españolas en la República Popular de China se facilitan las direcciones y responsables de las principales Oficinas de España en aquel país con contenido económico o consular:

### **01. Cancillería en Pekín de la Embajada de España**

Embajador: D. Eugenio Bregolat Obiols: [eugenio.bregolat@maec.es](mailto:eugenio.bregolat@maec.es)  
Chaoyang Qu.Sanlitun Lu, 9.-100600 Pekín (Beijing).  
Teléfonos: 6532 3629, 6532 3728 y 6532 1445.  
Fax: 6532 3401  
Página Web: [www.mae.es/embajadas/pekin](http://www.mae.es/embajadas/pekin)  
E-mail: [embespcn@mail.mae.es](mailto:embespcn@mail.mae.es) y [embesp@public.bta.net.cn](mailto:embesp@public.bta.net.cn)

### **02. Consulado General en Pekín**

Cónsul General, D. Miguel Bauzá y Moré: [miguel.bauza@maec.es](mailto:miguel.bauza@maec.es)  
Tfno: 6532 0780/81/82. Tfno. Emergencia Consular: 13611146759.  
Página web: <http://www.mae.es/consulados/pekin>  
E-mail: [cog.pekin@mae.es](mailto:cog.pekin@mae.es) .

### **03. Oficina Económica y Comercial de Pekín**

Consejero Económico y Comercial Jefe: Javier Serra: [jserra@comercio.mityc.es](mailto:jserra@comercio.mityc.es)  
Spain Bldg. 5th-6th Floor  
A1-B Gongtinanlu, Beijing 100020  
E-mail: [pekin@mcx.es](mailto:pekin@mcx.es),  
[beijing@mcx.es](mailto:beijing@mcx.es)  
Página web: <http://china.oficinascomerciales.es>

### **04. Consejería de Turismo**

Consejero de Turismo: Antonio de la Morena Ballesteros: [adelamorena@tourspain.es](mailto:adelamorena@tourspain.es)  
Teléfono: 008610 6532 9306 / 6532 9307  
Fax: 008610 6532 9305  
E-mail: [beijing@tourspain.es](mailto:beijing@tourspain.es)  
Página web: <http://www.tourspain.es>

### **05. Consejería de Medio Ambiente, Rural y Marino.**

Consejero: Javier Sierra: [jsierra@mapa.es](mailto:jsierra@mapa.es)  
Chaoyang Qu.Sanlitun Lu, 9.-100600 Pekín (Beijing).  
Teléfonos: 6532 3629, 6532 3728 y 6532 1445.

### **06. Cámara Oficial de Comercio en Pekín**

Secretario General: Gabriel Moyano Vázquez: [gabriel@spanishchamber-ch.com](mailto:gabriel@spanishchamber-ch.com)  
Room 304B, Grand Rock Plaza, No. 13 Xinzhong Xi Li

Dongcheng District, Beijing 100027  
Teléfono: 008610 6416 9774 / 6416 7323  
Fax: 008610 6416 1534  
E-mail: [info@spanishchamber-ch.com](mailto:info@spanishchamber-ch.com)  
Página web: <http://www.spanishchamber-ch.com/>

#### **07. Consulado General en Shanghái**

Cónsul General: D. Antonio Segura Morís: [antonio.segura@maec.es](mailto:antonio.segura@maec.es)  
Dirección: Room n.º 301/303/305 n.º 12 Zhong Shan Dong Yi Lu, Huangpu Qu.  
Shanghai 200002  
Teléfono desde España: 00 86-21- 6321 35 43  
Teléfono: 86-21- 6321 35 43  
Emergencia Consular: 86-1391 654 7726  
Fax: 86-21- 6321 13 96 86-21- 6321 17 26  
E-mails: [cog.shanghai@mae.es](mailto:cog.shanghai@mae.es)  
Página web: <http://www.mae.es/consulados/shanghai>

#### **08. Oficina Económica y Comercial en Shanghái**

Consejero: Carlos Pascual Pons: [cpascual@comercio.mityc.es](mailto:cpascual@comercio.mityc.es)  
1038, West Nanjing Rd – Westgate Mall, Floor 25 (SH200047)  
Teléfono: (+021) 6217 2620 6217 2610  
Fax: (+021) 6267 7750  
E-mail: [shanghai@mcx.es](mailto:shanghai@mcx.es)  
Página web: <http://china.oficinascomerciales.es>

#### **09. Cámara Oficial de Comercio en Shanghai**

Directora Ejecutiva: Lei Ren (Sra.)  
885, Renmin Road -- Huaihai Zhonghua Tower #140  
(Huangpu District 200010)  
Teléfono: (+021) 6326 4177  
Fax: (+021) 6326 4082  
E-mail: [shanghai@spanishchamber-ch.com](mailto:shanghai@spanishchamber-ch.com)  
Página web: <http://www.spanishchamber-ch.com/>

#### **10. Consulado General en Cantón**

Cónsul General: Carlos Morales: [carlos.morales@maec.es](mailto:carlos.morales@maec.es)  
5ª planta, R&F Center  
Hua Xia Lu, 10  
Zhu Jiang Xin Cheng  
Guangzhou 510623, PRC  
Tel.: (+86 20) 3892 7185  
Fax: (+86 20) 3892 8909  
Emergencia: (0)13600007916  
Correo electrónico: [cog.canton@maec.es](mailto:cog.canton@maec.es)  
Correo electrónico de citas para visados: [cog.canton.vis@maec.es](mailto:cog.canton.vis@maec.es)

#### **11. Oficina Económica y Comercial en Cantón**

Consejero Jefe: Juan Manuel Ortega Díaz Hambrona: [jmortega@comercio.mityc.es](mailto:jmortega@comercio.mityc.es)  
UNIT 503&504, 5/F, R&F CENTER, NO.10 HUAXIA ROAD, ZHUJIANG NEW  
TOWN, TIANHE DISTRICT, 510623

Tel.s:+862038927687  
Fax:+862038927685  
Página web: <http://china.oficinascomerciales.es>

#### **12. Consejería de Turismo en Cantón:**

Consejero: David George Ferrán  
Dirección: Unit 506, Floor 5th, R&F Center  
Nº 10 Huaxia Road  
Zhujiang New Town,  
Tianhe District, 510623  
Guangzhou  
Teléfono de información turística: +86.20.3892 8986 Fax: +86.20.3892 8985  
Email: [www.spain.info/cn/tourspain](http://www.spain.info/cn/tourspain)

#### **13. Cámara Oficial de Comercio en Cantón**

Unit 3406, North Tower, World Trade Centre  
371-375 Huanshi Dong Lu (Yuexiu District 510095)  
Teléfono: (+020) 2237 1689  
Fax: (+020) 2237 1690  
E-mail: [guangdong@spanishchamber-ch.com](mailto:guangdong@spanishchamber-ch.com)  
Página web: <http://www.spanishchamber-ch.com/>

#### **14. Consulado General en Hong Kong**

Cónsul General: pendiente de cobertura.  
Dirección: Suite 2017, Two Pacific Place, 88 Queensway, Admiralty, . Hong Kong.  
Teléfono desde España: 00 852 2525 3041/2  
Teléfono: 2525 3041/2  
Fax: (00 852) 2877 2407.  
Emergencia Consular: 852 90317246  
E-mail: [cog.hongkong@mae.es](mailto:cog.hongkong@mae.es)  
Página web: <http://www.mae.es/consulados/hongkong>

#### **15. Oficina Económica y Comercial de Hong Kong**

Consejero Económico y Comercial Jefe: Javier Sanz Muñoz: [jsanz@comercio.mityc.es](mailto:jsanz@comercio.mityc.es)  
2004 Tower One, Lippo Centre  
89 Queensway (Admiralty)  
Teléfono: (+852) 2521 7433  
Fax: (+852) 2845 3448 2524 9791  
E-mail: [hongkong@mcx.es](mailto:hongkong@mcx.es)  
Página web: <http://china.oficinascomerciales.es>

#### **16. Cámara Oficial de Comercio en Hong Kong**

Secretario General: Borja Sánchez  
11/F, Unit A2 – One Capital Place  
18 Luard Road (Wanchai)  
Teléfono: (+852) 2763 6236  
Fax: (+852) 2763 6279  
E-mail: [info@spanish-chamber.com.hk](mailto:info@spanish-chamber.com.hk)

También conviene tener en cuenta que China es el país que cuenta con más Oficinas de las Comunidades Autónomas de contenido comercial, la mayor parte de ellas concentradas en Pekín y Sanghai que también pueden prestar apoyo a las actividades de las empresas españolas en aquel país.

Madrid 09 de Junio de 2011