

Inversiones españolas en China

Según las previsiones del Fondo Monetario Internacional, China será la quinta potencia mundial dentro de cinco años y la primera en 2025, y está considerada por los organismos económicos internacionales como la oportunidad de crecimiento más importante de la economía global.

El crecimiento económico experimentado en China en las últimas décadas se ha visto potenciado por su reciente entrada en la Organización Mundial del Comercio (OMC), y los procesos de apertura y liberalización favorecerán la entrada de capital extranjero y salida de capital chino, suprimiéndose paulatinamente las restricciones impuestas a la inversión extranjera hasta la fecha.

De este modo, se prevé una reducción progresiva de tarifas arancelarias desde una media del 17% y 15% en los primeros años, hasta una media del 7,8% en 2005. La Secretaría de Estado de Comercio y Turismo estima que las empresas españolas exportadoras a China se ahorrarán un total de once mil millones de pesetas anuales en aranceles.

País en alza

El ministro de Comercio Exterior y Cooperación Económica chino, Shi Guangsheng, estima que las inversiones extranjeras en el ejercicio 2002 aumentarán considerablemente alcanzando los 50 billones de dólares, siendo China, por tanto, el segundo país receptor de inversiones extranjeras después de Estados Unidos. Los sectores más favorables para invertir en China son la banca, los seguros y el sector de las nuevas tecnologías.

La inversión española goza de una participación activa en China desde hace años; no obstante, existe una gran diferencia con otros países occidentales. Las empresas españolas en China no representan ni el tres por ciento de las empresas europeas presentes en este país. Por otro lado, las exportaciones españolas a China suponen un uno por ciento del total de nuestras ventas exteriores, teniendo en cuenta que la inversión neta española en el exterior cayó un 34% el año pasado. España también experimen-

tó una importante caída en la inversión extranjera del 14%, situándose las importaciones procedentes de China en un tres por ciento del total de nuestras importaciones.

De todos modos cabe destacar que, en los últimos diez años, el número de empresas españolas en China ha pasado de la media docena a un total de 148. A ello ha contribuido, entre otros factores, el plan marco Asia-Pacífico, lanzado por el Gobierno en el año 2000, en el que China es por excelencia la protagonista. Asimismo, las recientes ferias Expotecnia y Expohabitat, celebradas en Shanghai y Beijing, propiciarán un aumento de compañías españolas en este país. En cualquier caso, el inversor español ha de tener claro que en China no se trata de especular a corto plazo, sino todo lo contrario, debe esperarse una rentabilidad a largo ya que es un mercado que tiene unas características y peculiaridades especiales.

Varios expertos en el mercado chino han sido consultados y coinciden en que toda empresa española de un cierto tamaño que cuente con un buen producto, *know how*, tecnología propia y cierta experiencia internacional, tiene la obligación de plantearse estar en el mercado chino, ya que de no hacerlo así puede que en un futuro no muy lejano se encuentre con el problema de llegar demasiado tarde a dicho mercado, teniendo muchas más dificultades que las empresas competidoras que se le hayan adelantado.

Asesoramiento

A pesar de esto, la entrada en China no es nada fácil, existiendo muchas posibilidades de fracaso si las empresas que quieren entrar en este mercado no van bien asesoradas y no disponen de buenos directivos que quieran trabajar y vivir en China, siendo éste uno de los principales problemas pa-

ra las empresas españolas. Los motivos de los fracasos de las empresas occidentales en China han sido, entre otros: su falta de presencia y permanencia física en dicho mercado; los problemas de adaptación a un sistema económico y una cultura empresarial diferentes, tratando en ocasiones de implementar directamente el sistema occidental en un país diferente, y no asumir que la entrada en el mercado chino requiere un proceso largo y que implica perseverancia. No obstante, por muchas dificultades que presente la entrada en China, existen claros ejemplos de compañías españolas que lo han conseguido y en condiciones mucho más complejas.

Nuevas tecnologías

El sector de las nuevas tecnologías es uno de los que cuenta con más participación de compañías españolas. La empresa española Panda Software goza de una presencia activa en China, estando entre las tres primeras compañías extranjeras de soluciones de antivirus corporativos. Recientemente ha firmado una *joint venture* con el Grupo Founder, la segunda compañía tecnológica del país asiático. En el mismo sector, concretamente en la telefonía móvil, destaca la empresa española Afinsa, socio de IAtoz, el principal distribuidor de telefonía móvil en China.

Paralelamente a este proceso, en el área de los servicios se aprecia un incremento en la presencia de empresas españolas en China. Entre éstas, el despacho de abogados Mariscal & Asociados, que aportó su experiencia y colaboración en el cierre de las dos operaciones antes mencionadas y es el primer despacho español que está tramitando la licencia de apertura de una sucursal en China.

Mariscal & Asociados es un despacho español pionero en el mercado chino

que desde su departamento internacional ha apostado, desde hace varios años, por esta línea de negocio. Esta apuesta abarca tanto el asesoramiento a las empresas españolas que han invertido en China como la asistencia a compañías chinas con intereses comerciales en Europa. Esta segunda línea de inversión es un proyecto más arriesgado, puesto que hasta la fecha son pocas las empresas chinas que están preparadas para invertir en el exterior. No obstante, las previsiones apuntan a que el crecimiento económico de China implicará un aumento de la salida de capitales y búsqueda de inversión en otros países.

Prácticas internacionales

Como consecuencia de la entrada de China en la OMC, el Gobierno ha comenzado a modificar su normativa con objeto de hacerla compatible con la práctica internacional y con el fin de favorecer la inversión extranjera. Las distintas regiones de China con la idea de atraer las inversiones extranjeras compiten entre ellas generando un ambiente más propicio y ofreciendo incentivos fiscales, sobre todo las regiones del Oeste, que actualmente se encuentran mucho más deprimidas.

Los sectores económicos de mayor importancia para las empresas españolas son el agroalimentario, bienes de equipo, material de construcción, medio ambiente y turismo. En contraposición, la entrada de China en la OMC afecta negativamente a otros sectores de la economía española como es el agrario, concretamente en los productos como el ajo, los espárragos y los cítricos. En cualquier caso, las empresas que quieran entrar en China deberán contar con productos de buena calidad, ya que el mercado chino ofrece un enorme potencial; no obstante, es altamente competitivo.