

## Opinión

## EUROPA TIENE UNA GRAN OPORTUNIDAD EN CHINA



**Alejandro  
Martínez Borrell**

Presidente de Grant Thornton España

Es cada vez más evidente que la economía mundial atraviesa un cambio crítico y transcendental. Hasta hace poco, estábamos acostumbrados a un mundo liderado por una gran potencia, que era Estados Unidos. Ahora, sin embargo, observamos que unos pocos países emergentes, los denominados Brics, se han transformado y están contribuyendo ampliamente al crecimiento global. Entre esos países se encuentra China, que ha conseguido posicionarse como la segunda economía más importante del planeta y que aspira a jugar un papel importantísimo en el comercio mundial gracias a su plan estratégico de la Nueva Ruta de la Seda.

En este nuevo escenario, China ya no es el mero continente fabricante. Su potencia innovadora, especialmente en el despliegue efectivo del 5G, ha provocado que los americanos cierren filas, con una Administración Trump en plena guerra fría comercial. Las razones oficiales de la deriva proteccionista radican, según los estadounidenses, en las asimétricas condiciones que China impone a las empresas extranjeras que quieren operar allí. Sin embargo, si se indaga en las verdaderas motivaciones de esta guerra, uno se topa con una competen-

cia entre dos potencias mundiales ávidas por controlar las comunicaciones y los datos.

Es innegable que las consecuencias de este enfrascamiento y guerra comercial, junto con una visión proteccionista local, hacen peligrar al resto del mundo y tienen serias implicaciones en la economía global. ¿Cuánto durará esta contienda? ¿Qué rol debe jugar Europa en ella? Y lo más importante: ¿podrán las empresas europeas alcanzar mejores resultados en los próximos años en medio de estas tensiones comerciales? Estas son preguntas que cualquier CEO al mando de una empresa europea se plantea en estos momentos.

**La nueva estrategia china ofrece más incentivos fiscales a la inversión de capital extranjero**

De hecho, en los últimos meses son muchas las dudas y preocupaciones que nos llegan de altos directivos con intereses en China. Muchos de ellos son ejecutivos de empresas españolas que sienten miedo a entrar en el mercado chino. Unas inquietudes que no han hecho más que aumentar en los últimos días ante el recrui-

decimiento de la tensión comercial entre las dos superpotencias.

Sin embargo, en mi firma estamos convencidos de que esos miedos son el resultado directo de una falta de comunicación y entendimiento de la cultura de China, con la que aspiramos a tejer relaciones económicas y comerciales útiles y duraderas. Además, estamos convencidos de que la economía china atraviesa una coyuntura que puede beneficiar enormemente el crecimiento de las compañías europeas. Solo hay que repasar rápi-

damente los datos. A su posición de segunda economía más grande del mundo hay que añadir una tasa de crecimiento del PIB chino constante de casi el 7 por ciento en los últimos años. China es en la actualidad un enorme mercado, con una población de casi 1.400 millones de habitantes que ofrece enormes oportunidades de negocio. En los últimos años, cientos de millones de sus habitantes han salido de la extrema pobreza y han visto mejorar su calidad de vida por diez, con un aumento continuado de las clases medias que han incrementado constantemente una demanda de consumo de alta calidad. Mientras que en el último año la inversión extranjera directa siguió disminuyendo en todos los países, la absorción de capital extranjero por parte de China ha seguido la tendencia contraria. En 2018, la inyección de inversión extranjera en el país fue de 117.548 millones euros, lo que supone un aumento interanual del 0,9 por ciento. Pero hay más factores que deben dis-

par los posibles miedos a expandirse internacionalmente en China: la existencia de una red de 15 ciudades secundarias, de diez millones de habitantes cada una, que no son las que habitualmente conocemos, y que albergan un potencial de desarrollo enorme. En un entorno en el que las ciudades chinas de primer nivel están saturadas comercialmente, las secundarias ofrecen ventajas de inversión únicas y constituyen las zonas de mayor crecimiento del país. La estrategia china

detrás de su nueva Ruta de la Seda está dinamizando el entorno empresarial de estas ciudades, mejorando claramente su internacionalización. Incluso sus gobiernos locales están ofreciendo más incentivos fiscales y subvenciones a la inversión de capital extranjero, haciendo posible que los inversores entren en el mercado chino con un coste inferior.

Lo anteriormente expuesto se aleja del plano teórico, ya que lo hemos constatado recientemente. El pasado marzo en nuestra organización, junto con la ayuda del Banco Chino de Comercio e Industria (ICBC), tuvimos el enorme privilegio de acompañar a

**El país asiático tiene un enorme mercado que demanda cada vez más consumo de alta calidad**

empresas españolas a explorar las ciudades chinas de Chengdu y Chongqing. Lo que allí nos encontramos fue una calorosa bienvenida por parte de autoridades y medios. Las empresas visitantes interactuaron con empresas locales y volvieron a España con varios acuerdos iniciales de colaboración. Fue una experiencia

de *networking*, intercambio cultural y promoción de proyectos bilaterales fantástica, que marca un camino de cooperación comercial entre empresas chinas y españolas.

La tensión de la guerra comercial, por tanto, durará y seguirá asustando a muchas compañías españolas y europeas. En este contexto, lo que China espera es que se alejen las ideas preconcebidas sobre ella. A que Europa fomente un entendimiento razonable que, sin duda, desembocará en oportunidades para las empresas que apuesten por ella.