

01/2019

22 de enero de 2019

Carlos Martín González

La Estrategia Nacional del Reino
de España con la República
Popular China vista desde China

[Visitar la WEB](#)

[Recibir BOLETÍN ELECTRÓNICO](#)

La Estrategia Nacional del Reino de España con la República Popular China vista desde China

Resumen:

La política española con China, vista desde China, no es la de un socio estratégico. De hecho, dista mucho de serlo. Más allá de los maravillosos productos españoles, las palabras de entendimiento mutuo y los buenos deseos, no existe una apuesta decidida de España, y esto en China se sabe. Para no desaprovechar las oportunidades que están frente a nosotros, y que son enormes, es necesario contar con todos los datos disponibles que nos permitan tomar decisiones lo más acertadas que sea posible en beneficio de España y de sus intereses. Al fin y al cabo, este es el fin último de una Estrategia Nacional.

Palabras clave:

China, Estrategia Nacional, Unión Europea, inversión, Latinoamérica.

National Strategy of Spanish Kingdom with the People's Republic of China from the point of view of China

Abstract:

The Spanish policy towards China, from the point of view of China, is not the policy of a strategic partner. In fact, it is far from it. Beyond the wonderful Spanish products, the words of mutual understanding and good wishes, there is not a firm commitment from Spain, and this is known in China. To seize the opportunities that are in front of us, and those are enormous, it is necessary to have all data available that allow us to take better decisions as possible for Spain and its interest. After all, this is the ultimate goal of a National Strategy.

Keywords:

China, National Strategy, European Union, investment, Latin America

Cómo citar este documento:

MARTÍN GONZÁLEZ, Carlos. *La Estrategia Nacional del Reino de España con la República Popular China vista desde China*. Documento Marco IEEE 01/2019. [enlace web IEEE](#) y/o [enlace bie³](#) (consultado día/mes/año)

Introducción

Las relaciones político-económicas entre la República Popular China (RPCh) y el Reino de España son fuente de discusión recurrente en los últimos años. Más cuando China empieza, desde no hace más de una década, a estar de moda entre los españoles.

Desde el punto de vista de la educación básica, los españoles hemos tenido escaso o nulo contacto con China, lo cual contrasta con la realidad de nuestra historia. Durante siglos hubo relación entre chinos y españoles, fundamentalmente a raíz de la presencia en Filipinas y, en menor medida, en el actual Taiwán o Macao (durante el periodo en el que se encontró bajo el reinado de Felipe II) y ya a finales del siglo XVIII con la factoría que la Real Compañía de Filipinas operaba en Cantón¹ así como las tiendas de la Compañía de los Cinco Gremios Mayores de Madrid o la firma de Ustáriz, San Ginés y Ca².

El desconocimiento general acerca de esta relación eminentemente comercial, con esporádicos contactos a nivel institucional, ha derivado en un casi total desinterés por parte de la sociedad, que naturalmente afecta en última instancia a la fijación de las prioridades nacionales. En este sentido, en las últimas décadas, los trabajos de distintos historiadores han aportado aún más luz acerca de una relación que duró siglos, que lo fue de manera continua, y que constituye un nexo importante para poder definir nuestro futuro.

El objetivo fundamental del presente artículo es aportar una visión distinta de lo que puede ser la relación entre la RPCh y España poniendo en cuestión la política llevada hasta la fecha en contraste con las políticas de algunos de nuestros vecinos y compañeros en la Unión Europea (UE).

España, hasta el día de hoy y desde la entrada en la UE, ha incidido en supeditar la relación con China a la estrategia comunitaria. Esta supeditación ha obviado lo que cada Estado miembro ha practicado de manera individual, esto es: existiendo una opinión

¹ Cuyo primer factor fue el guipuzcoano de Getaria Manuel Facundo de Agote y Bonechea.

² Excelente trabajo realizado por Ander Permanyer Ugartemendia *Los diarios de Manuel de Agote, factor de la Real Compañía de Filipinas en China y Filipinas y el Pacífico. Nuevas miradas, nuevas reflexiones*, Editorial Universidad de Sevilla, Sevilla 2016, p. 217.

conjunta, el interés individual sigue primando, poniendo así como ejemplos a Alemania, Reino Unido, Italia y Países Bajos.

Los citados países, históricamente, han tenido relación política y comercial con China. De una u otra manera parecen haber entendido mejor qué es China y cómo «colaborar». Disponen sobre el terreno de suficiente Inteligencia que les permite entender mejor qué está sucediendo y creen en China, afirmación basada en los cientos de millones de euros que anualmente llegan a China desde estos países en forma de inversiones³.

Derivado de lo anterior quiero apuntar a un segundo objetivo, esto es, la progresiva incorporación de una Inteligencia real sobre el terreno o, dicho de otra manera, conseguir un uso efectivo de las herramientas que el Estado dispone en su acción exterior para los intereses del país. Y, me atrevo a decir, la Administración China en todos sus niveles agradecerá este empeño.

La información que aquí se contiene relativa a los miembros de las Cámaras de Comercio de Alemania, Reino Unido, Países Bajos (Benelux) e Italia sirve para demostrar la presencia en la región, el optimismo de la mayoría y la voluntad general por seguir presentes, así como una evidente voluntad nacional que no puede sino formar parte de una Estrategia Nacional; hecho que es valorado por el Gobierno de Pekín.

El cambio de Estrategia Nacional necesita que los españoles tomen conciencia sobre lo que es China en el siglo XXI, esto es que se conozcan las oportunidades⁴ que serán claves durante las próximas décadas y así poder decidir, con elementos suficientes, cuál queremos que sea nuestra posición.

Tomar conciencia nos permitirá actuar y tomar medidas en una dirección donde tener una mejor posición estratégica en cuanto a las relaciones chinas con Europa y Latinoamérica. Y, sobre todo y ante todo, beneficiarnos como corresponde de las oportunidades para España, lo que incluye a sus empresas y profesionales.

La información contenida en el artículo es de carácter público y accesible para todos con alguna excepción el capítulo titulado *España en la República Popular China* gracias a la información facilitada por SPRI.

³ Lo que significa en generación de empleo y aportación directa al PIB chino.

⁴ Considerando las amenazas como oportunidades de mejora.

¿Qué es China hoy en día?

A pesar de lo que se citaba en algunos periódicos españoles durante la visita del presidente Xi a España⁵, la población china en base a las estimaciones de Naciones Unidas es de 1 417 570 130. Esto supone el 18,41 % de la población mundial y el primer país del mundo en cuanto a población.

El PIB chino cerró en 2017 confirmando la tendencia hacia una economía de consumo (62,19 % del mismo)⁶. Es patente que los hogares chinos se suman día a día sin cesar a la clase media y que los consumidores reclaman más y mejores productos. Esto sin duda es una oportunidad para las empresas extranjeras y hay países que lo están aprovechando.

Para las empresas europeas sobre el terrero, se comienza a percibir que las empresas chinas, ya sea en lo concerniente a productos como a servicios, son tanto o más innovadoras que las empresas del viejo continente tanto respecto a sus modelos de negocio como en la manera de aproximarse al mercado⁷. Esta capacidad innovadora supone una amenaza y un aliciente y podría interpretarse como una de las razones por las que más y más empresas extranjeras trasladan sus centros de I+D+I a China⁸.

El número de profesionales dedicados a la innovación es cada vez mayor y, cada vez más estudiantes estudian fuera de China, lo que les permite incorporar nuevos conocimientos y técnicas cuando retornan⁹.

A esto se añade la exposición de sus empresas a los mercados internacionales: durante 2017 el sector privado chino se estima que dedicó más de 280 000 millones de dólares estadounidenses a I+D+i¹⁰.

⁵ Diario *El Mundo*, 28 de noviembre de 2018. Disponible en: <https://www.elmundo.es/economia/empresas/2018/11/28/5bfdaa55fc6c83384f8b4653.html>

⁶ *Trade (% of GDP)*, World Bank, 2016, visto el 2 de enero de 2019. Disponible en: <https://data.worldbank.org/indicator/NE.TRD.GNFS.ZS?locations=CN>

⁷ *European Business In China*. Business Confidence Survey 2018, pp. 10-11.

⁸ *Pharma attracts overseas investment*, 26 de diciembre de 2018, visto el 2 de enero de 2019. Disponible en: <https://usa.chinadaily.com.cn/a/201812/26/WS5c22de93a310d91214050e33.html>

⁹ *China sees biggest wave of overseas returnees*, Center for China and Globalization, 17 de agosto de 2017, visto el 2 de enero de 2019. Disponible en: <http://en.ccg.org.cn/china-sees-biggest-wave-of-overseas-returnees/>

¹⁰ *China's R&D spending up 11.6% in 2017*, 13 de febrero de 2018, visto el 2 de enero de 2019. Disponible

Para el bienio 2017-2018, las 438 empresas chinas que se incluyeron en el 2018 *EU Industrial R&D Investment Scoreboard* dedicaron 71 200 millones de euros a I+D+I¹¹.

Por su parte, desde Pekín también se está haciendo el esfuerzo necesario para equiparar el porcentaje del PIB dedicado a I+D+I, situado en el 2,07 % en 2016, al de naciones como EE. UU. con un 2,79 %, o Alemania con un 2,94 %. Recordemos que España en las mismas fechas situaba su esfuerzo en el 1,19 % del PIB¹².

Origen de la inversión	Cantidad en miles de millones de dólares estadounidenses		
	2016 ¹³	2017 ¹⁴	2018 ene-nov ¹⁵
Total	126,00	131,04	121,26
Hong Kong	87,18	98,92	85,4
Singapur			4,88
Taiwán	3,62	4,73	4,69
Corea del Sur	4,75	3,69	4,43
Reino Unido	2,21	1,50	3,82
Japón	3,11	3,27	3,66
EE. UU.	3,83	3,13	3,17
Alemania	2,71	1,54	2,83
Macao	-	-	1,27
Países Bajos	-	2,17	1,12

en: <http://www.chinadaily.com.cn/a/201802/13/WS5a827ffea3106e7dcc13c829.html>

¹¹ *China's investment in R&D ahead of international average*, 2 de enero de 2019, visto el 2 de enero de 2019. Disponible en: <https://www.chinadaily.com.cn/a/201901/02/WS5c2c2fc5a310d91214052117.html>

¹² *R&D expenditure in the EU remained stable in 2016 at just over 2% of GDP*, Eurostat News Release, 1 de diciembre de 2017, visto el 2 de enero de 2019. Disponible en: <http://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/8493770/9-01122017-AP-EN.pdf/>

¹³ Disponible en: http://www.fdi.gov.cn/1800000121_49_4474_0_7.html

¹⁴ Disponible en: http://www.fdi.gov.cn/1800000121_49_4690_0_7.html

¹⁵ News Release of National Assimilation of FDI From January to November 2018, MOFCOM, 25 de diciembre de 2018, visto el 3 de enero de 2019. Disponible en: http://www.fdi.gov.cn/1800000121_49_4855_0_7.html

Junto con lo anterior, es importante prestar atención a la inversión extranjera recibida, que se situó de enero a noviembre de 2018 en 121 260 millones de dólares estadounidenses con un total de 54 703 proyectos de empresas extranjeras aprobados.

Evidentemente, la inversión recibida desde Hong Kong debería desglosarse para saber el origen último de los fondos. Pero, como se puede observar, los principales actores occidentales participan activamente de la inversión en sectores productivos en China.

La política sobre el terreno de los Estados miembros de la UE

La política europea en China discurre entre el discurso oficial recibido dentro de Europa y lo que finalmente cada Estado miembro y sus empresas hacen en dicho país, lo cual evidencia la confianza que cada país de manera individual tiene en China y el nivel real del interés en ser socios estratégicos.

Los mensajes lanzados desde Europa a los europeos difieren de lo percibido desde aquí en tanto en cuanto desde China se ven las «dos caras de la moneda». Por un lado recibimos constantemente las advertencias sobre las inversiones chinas en Europa, pero también estamos al corriente del trabajo que la Administración comunitaria realiza para facilitar el acceso de las inversiones europeas en China. Lo cual muestra una realidad desconocida, al menos en España.

Tomando como base el *European Business In China. Business Confidence Survey 2018* de la Cámara de Comercio de la Unión Europea, la percepción de las empresas europeas es que muchas de ellas siguen siendo líderes en todo aquello relacionado con productos y servicios de alta calidad. Incluso se da el caso de que durante 2017, las empresas europeas encuestadas han obtenido sus mejores resultados antes de intereses e impuestos desde 2005¹⁶.

Para muchos de ellos, China sigue siendo un importante destino para sus inversiones, si bien esta importancia se ha visto reducida del 20 % en 2017 al 17 % en 2018. Y el 55 % de los mismos confirman que seguirán buscando incrementar su presencia en el mercado.

¹⁶ *European Business In China. Business Confidence Survey 2018*, pp. 13 y 15.

Otros importantes resultados de la encuesta se podrían resumir en:

- ✓ La protección de los Derechos de Propiedad Intelectual mejora gradualmente, pero todavía queda mucho trabajo.
- ✓ El entorno del I+D+I en China es cada vez más atractivo.
- ✓ El 44 % de los encuestados, sin incluir aquellos que no es aplicable, tienen un centro de I+D+I en China.
- ✓ La regulación en materia medioambiental es cada vez mayor, si bien parece existir diferente trato con las empresas públicas.
- ✓ La percepción del 53 % de los encuestados es que habrá mayores dificultades en el mercado en los próximos años derivadas sobre todo del marco regulatorio.
- ✓ El 51 % de los encuestados observan diferencias de trato de la Administración con respecto a sus homólogos chinos.
- ✓ Destacan especialmente los sectores farmacéutico y de equipamientos médicos donde, respectivamente, el 75 % y el 67 % de los encuestados, consideran que existe trato desigual para empresas extranjeras y una perspectiva pesimista en cuanto a la rentabilidad, a pesar del elevado rendimiento financiero y el optimismo sobre el crecimiento.
- ✓ El 62 % de los encuestados observan mejor trato en la UE a sus homólogos chinos que el que reciben en China.
- ✓ Esta diferencia de trato es percibida fundamentalmente en lo relativo a las gestiones con la Administración y el acceso al mercado.
- ✓ Un 64 % considera que las restricciones en Internet afectan negativamente a sus negocios.

De los países europeos con mejor imagen en China se distinguen por la percepción de calidad y fiabilidad Alemania, Francia, Reino Unido e Italia. Y donde España tiene más una posición de país exótico que de socio potencial.

Alemania

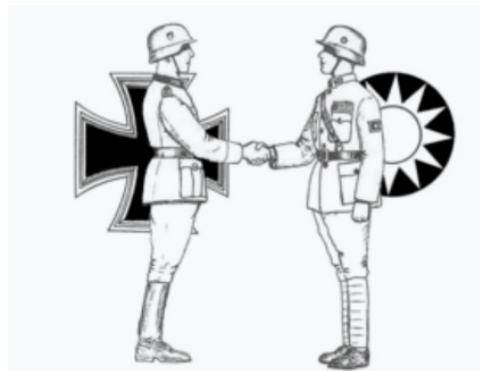
De todos los países occidentales es el que más y mejores relaciones tiene con la RPCh en todos los aspectos.

La industria alemana ha estado presente en China desde principios del siglo XX y «políticamente» ha resultado muy activa su ayuda en tiempos de la República y en la formación de la identidad nacional, gracias a su transferencia de conocimiento militar. Y quizás haya sido objeto de mención en la última reunión de la ministra de Defensa alemana, Ursula Von Der Leyen, con el vicepresidente de la Comisión Central Militar, el general Xu Qiliang, en Pekín el pasado 22 de octubre de 2018¹⁷.

Las relaciones diplomáticas entre la RPCh y la entonces República Federal de Alemania (RFA) comenzaron en 1972 teniendo un momento álgido durante la visita del presidente Xi a Alemania en marzo de 2014 cuando ambos gobiernos formalizaron un amplio acuerdo de colaboración.

Con este acuerdo, las relaciones entre diferentes estructuras del Gobierno federal y el Gobierno de Pekín quedaban totalmente abiertas incluyendo 70 mecanismos de diálogo y cooperación en distintos niveles.

Alemania, con el tiempo, se ha convertido en el mayor socio comercial y exportador de tecnología de China en Europa, y China es el segundo socio comercial fuera de la UE después de los EE. UU.



Propaganda china de la década de 1930 celebrando la cooperación militar con la República de Weimar.

¹⁷ *Sino-German military ties, joint work to be bolstered*, Chinadaily, 23 de octubre de 2018, visto el 2 de enero de 2019. Disponible en:

<http://www.chinadaily.com.cn/a/201810/23/WS5bce5c5ea310eff303283e20.html>

Grandes cifras e hitos recientes:

CIFRAS¹⁸
Hasta 2017 Alemania había invertido en China 29 720 millones de dólares estadounidenses en 9 781 proyectos.
Las industrias del automóvil, química, equipamiento de generación de energía, transportes, acero y comunicaciones son las principales áreas de inversión.
Las compañías alemanas emplean más de 1 millón de personas en China.
El comercio bilateral entre ambos países durante 2017 llegó a los 230 000 millones de dólares estadounidenses.
Hasta 2017, China había firmado con Alemania un total de 78 940 millones de dólares estadounidenses en 23 714 acuerdos de transferencia tecnológica
HITOS
En marzo de 2014, se firmó el MoU para establecer un mecanismo de liquidación de RMB en Frankfurt.
En octubre de 2014, se firmó un acuerdo de innovación que profundiza en la cooperación mutua en los campos de la industria, urbanismo, agricultura, etc. <i>Program of Action for China-Germany Cooperation</i> en 2014.
En octubre de 2015, ambas partes declararon necesario conectar el <i>Made In China 2025</i> con el plan alemán denominado <i>Industry 4.0</i> de cara a promocionar el emprendimiento y la innovación.
En junio de 2016, ambos gobiernos acordaron promover la cooperación de cara a terceros mercados en la alta velocidad ferroviaria, construcción de infraestructuras, energía, agricultura y otros campos bajo la iniciativa <i>One Belt & One Road</i> .

¹⁸ Disponible en: <http://www.myzaker.com/article/5b062b3c77ac64493b4345d4>

Disponible en: http://english.gov.cn/policies/infographics/2017/05/30/content_281475671517874.htm

Los parques industriales chino-alemanes son una muestra de esta colaboración conducente a facilitar el desarrollo tecnológico. Sin tener en cuenta el área de Taicang donde operan más de 300 fábricas y talleres alemanes, los siguientes tres parques prometen grandes resultados para la conexión de la *Industrial 4.0* alemana y la *Made in China 2025* china: Sino-German (Shenyang) Intelligent Equipment Manufacturing Park; Kunshan German Industrial Park; Sino-German Small and Medium Enterprises Cooperation Park en la provincia de Sichuan.

El 26 de noviembre de 2018 una encuesta publicada por el *Pew Research Center* mostraba que el 67 % de los ciudadanos alemanes apuestan por una mayor cooperación de su país con China, mientras que descendía al 41 % si esta colaboración se refería a los EE. UU.¹⁹.

Si a las percepciones empresariales y personales les sumamos la realidad de las constantes inversiones de las empresas alemanas, fundamentalmente en la zona del delta del río Yangtzé, e incluso la última gran noticia tras la autorización del regulador chino del sector asegurador (CBIRC) a Allianz para que se constituya como empresa holding con capital 100 % extranjero²⁰, parece evidente que Alemania está ejecutando una Estrategia Nacional bien definida y bien ejecutada que le sitúa en un lugar ideal beneficiando, en definitiva, a sus ciudadanos.

La Cámara de Comercio Alemana en China cuenta con cerca de 2 400 miembros que representan aproximadamente la mitad de las empresas alemanas que operan en China. En su encuesta anual para el periodo 2018/2019 los resultados fueron:

¹⁹ «Americans and Germans are worlds apart in views of their countries' relationship», 26 de noviembre de 2018, visto el 11 de enero de 2019. Disponible en: <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2018/11/26/americans-and-germans-are-worlds-apart-in-views-of-their-countries-relationship/>

²⁰ *China Daily*, "Opening up insurance sector", 27 de noviembre de 2018, visto el 28 de diciembre de 2018. Disponible en: http://www.chinadaily.com.cn/cndy/2018-11/27/content_37318412.htm

RESUMEN CLIMA EMPRESARIAL

El 65,9 % de las empresas planean realizar más inversiones dentro de los dos próximos años.

Las que no tienen planes o no están seguras responden principalmente a los incrementos en los costes laborales y derivados de expectativas de menores crecimientos.

En general, relativamente pocas empresas alemanas en China dependen de las exportaciones. La mayoría produce para el mercado local chino y muy pocas exportan considerablemente a EE. UU.

Siguen existiendo desafíos a pesar de las enormes oportunidades del mercado: exceso de burocracia, condiciones regulatorias inciertas y creciente competencia.

Las restricciones en Internet y la velocidad de la red siguen estando presentes.

La mayoría de las empresas alemanas en China no tienen relación con socios chinos dentro de la *One Belt & One Road*.

El 51,4 % piensa que el Gobierno chino está comprometido con una mayor apertura del mercado a los inversores extranjeros.

Ante la nueva revisión del catálogo de actividades prohibidas en 2018, el 17,8 % esperan tener más oportunidades de negocios, mientras que el 37,8 % no están seguros.

Solo el 1,1 % de las empresas encuestadas planean retirarse del mercado en los próximos dos años.

Italia

Siendo la relación comercial de ambos países posiblemente menos relevante, históricamente y en términos brutos, que la que ha tenido España hasta la desaparición de la Nao de China, no descubro nada afirmando que existe un antes y un después en la memoria colectiva europea ligado a los viajes de Marco Polo.

Italia, en la actualidad, tiene una fuerte cooperación con China con una importante base de nacionales colaborando con las instituciones públicas y privadas locales.

Centrándome en los datos extraídos de la encuesta anual de la Cámara de Comercio de Italia en China de 2018, sus miembros muestran un conocimiento del terreno que les sitúa en una posición muy preferente²¹. El 45,9 % llevan operando en China entre 10 y 20 años.

Casi el 60 % de los encuestados son optimistas respecto al futuro económico en China y consideran efectos positivos derivados del BRI en un 40 %. Cabe destacar que los ingresos del 30 % de las empresas manufactureras radicadas en China que han respondido a la encuesta, se han visto incrementados en más de un 20 % entre 2016 y 2017.

Del total de empresas que han respondido, el 62 % prestan servicios o producen solo para el mercado chino y el 66,7 % de las empresas manufactureras consideran muy positivo el impacto del programa *Made in China 2025* (中国制造2025) del primer ministro Li Keqiang. Solo el 11 % se han sentido discriminadas por ser extranjeras.

El sentimiento discriminatorio en cuanto a las oportunidades e incentivos relacionados al BRI se ha situado en el 17 %.

La relación política, comercial e industrial de Italia con la RPCh merece un estudio aparte de donde se pueden extraer conclusiones de gran utilidad.

²¹ La Cámara cuenta con 480 miembros de los que 265 han respondido a la encuesta. De estos el 51,4 % pertenecen al sector de las manufacturas y el 32,7 % al sector servicios y el 45,90 % llevan operando en China entre 10 y 20 años. El 51,1 % son WFOE italianas y solo el 8,6 % Joint Ventures sino-italianas.

Países Bajos

La presencia holandesa en las aguas del mar de China también viene de lejos. A diferencia de los españoles, la Compañía de las Indias Orientales de los Países Bajos (*Vereenigde Oostindische Compagnie*) constituida en 1602 sí buscó entrar en conflicto armado con China (dinastía Ming) durante las década de los años veinte y treinta del siglo XVII y en 1662^{22/23}.

Las relaciones políticas con la RPCh se establecieron definitivamente a partir de 1984, una vez que los neerlandeses aceptaron no vender armamento a Taiwán.

Las últimas noticias sobre las relaciones entre ambas naciones nos llegaron el pasado octubre de 2018 durante la visita de Li Keqiang a la Haya y donde quedó patente la buena sintonía, resaltando la voluntad china por crear un mejor entorno para la innovación y nuevas medidas para la protección de los derechos de propiedad intelectual²⁴.

PRINCIPALES DATOS

Los Países Bajos son el segundo socio comercial de China dentro de la UE.

China es el segundo socio comercial para los Países Bajos excluyendo los miembros de la UE.

900 empresas neerlandesas operan dentro de China²⁵.

650 empresas chinas operan dentro de los Países Bajos.

Quiero destacar las palabras del comisario para la agencia de inversores extranjeros en los Países Bajos (NFIA), Jeroen Nijland: «All current Chinese investors have their specific

²² Básicamente el objetivo era obligar a China a acceder a sus demandas comerciales entre lo que se incluía expulsar a los portugueses de Macao o permitirles el uso del puerto de Fujian. Pero los holandeses terminaron siendo derrotados hasta ser expulsados de la actual Taiwán por Zheng Chenggong (Koxinga) el cual murió el mismo año para suerte de la presencia española en Filipinas

²³ Tonio Andrade considera muy factible que Zheng Chenggong, de no haber muerto, habría derrotado a los españoles en Filipinas. Disponible en: <http://www.gutenberg-e.org/andrade/conclusion.html>

Domingo Abella, "Koxinga Nearly Ended Spanish Rule in the Philippines in 1662," *Philippine Historical Review* 2, no. 1 (1969) , pp. 295–334.

²⁴ *Chinese, Dutch businesses upbeat on ties*, The State Council The People's Republic of China, 17 de octubre de 2018, visto el 8 de enero de 2019. Disponible en: http://english.gov.cn/news/international_exchanges/2018/10/17/content_281476349859332.htm

²⁵ Shanghai 463, Guangdong 161, Beijing 113, Jiangsu 110.

reasons to choose to invest in the Netherlands. Yet a common denominator is that they enjoy the benefits of a truly welcoming 'eco-system', in which their European strategy takes firm roots, and their business grows fortuitously».

Esto parece una clara invitación a recibir nuevas inversiones chinas, no siendo impedimento para que las inversiones neerlandesas en China se encuentren dentro de las diez primeras a nivel mundial y de manera continuada para 2017 y 2018^{26 27 28 29}.

Pocos meses antes de la visita de Li Keqiang, en junio de 2018, durante la presentación de la última encuesta a empresas del Benelux realizada por BenCham y presentada en la embajada del Reino de los Países Bajos en Pekín, el jefe adjunto de la embajada aseguró: «It is great to see that Benelux businesses are performing very well and are expecting to profit even further from the current business climate. Many are actually performing the local market»³⁰.

Del mismo modo que el caso italiano, el modelo de cooperación neerlandés con China es un ejemplo de lo que una potencia regional puede llegar a desarrollar con el fin de generar una estructura de beneficio mutuo y sostenible en el tiempo.

²⁶ *News Release of National Assimilation of FDI From January to November 2018*, MOFCOM, 25 de diciembre de 2018, visto el 3 de enero de 2019. Disponible en: http://www.fdi.gov.cn/1800000121_49_4855_0_7.html

²⁷ Es también durante la visita de Li Keqiang cuando se comunicó públicamente la intención de la compañía neerlandesa Lithium Werks BV, fundada por el empresario Kees Koolen, de construir una planta de baterías de almacenamiento. El acuerdo firmado por 1 850 millones de dólares sitúa la planta en el delta del río Yangtzé ocupando unas 60 hectáreas y contará con inversores chinos y financiación bancaria de la región. El capital invertido en el proyecto por Kees Kolen no superará el 35 % del coste del mismo. *Dutch battery Company to build 1.6 billion euro plant in China*, 16 de octubre de 2018, visto el 5 de enero de 2019. Disponible en: <https://www.cnn.com/2018/10/16/reuters-america-dutch-battery-company-to-build-1-point-6-billion-euro-plant-in-china.html>

²⁸ De acuerdo con las fuentes, durante la visita se firmaron acuerdos por importe de 8 000 millones de euros *Dutch firm agrees 1.6 bn euro battery plant in China during premier's visit*, 17 de octubre de 2018, visto el 5 de enero de 2019. Disponible en: <https://www.dutchnews.nl/news/2018/10/dutch-firm-agrees-e1-6bn-battery-plant-in-china-during-premiers-visit/>

²⁹ No es difícil encontrar proyectos de colaboración conjunta tan variados como pueda ser el centro para el Sino-Dutch Dairy Development Center que nos dan una idea del nivel de interacción de ambas naciones. Disponible en: <https://www.wur.nl/en/Research-Results/kennisonline/Sino-Dutch-Dairy-Development-Center.htm>

³⁰ *Dutch entrepreneurs increasingly optimistic about Chinese business climate*, 15 de junio de 2018, visto el 4 de enero de 2019. Disponible en: <https://www.netherlandsandyou.nl/latest-news/news/2018/06/14/dutch-entrepreneurs-increasingly-optimistic-about-chinese-business-climate>

RESUMEN CLIMA EMPRESARIAL

El 66 % son optimistas sobre la evolución del mercado.

El 76 % considera que la calidad de sus productos y servicios les confiere competitividad en China.

En el caso de las empresas de IT, telecomunicaciones y cuidado de la salud, indicaron la notable importancia de la habilidad de sus equipos directivos como una ventaja competitiva.

Para el 62 % la principal motivación de estar en China proviene del potencial crecimiento del mercado seguido del tamaño del mercado chino y de la demanda de los clientes chinos por que se opere desde China.

El 65 % alcanzaron un margen de beneficio superior al 5 % durante 2017.

El 69 % experimentaron un crecimiento en sus ventas superior al 5 % en 2017.

El 50 % de las compañías de IT y servicios de consumo vieron incrementados sus ingresos por encima del 20 %

El 80 % de las grandes compañías respondieron que su actividad en China contribuyó de manera notable a la rentabilidad global.

Lo más positivo para la mayoría es la posibilidad de economías de escala y lo más negativo el alza de los costes laborales.

La dificultad para encontrar y retener profesionales parece ser un hecho reconocido por el 70 %.

El 57 % consideran que los procedimientos de importación y exportación, así como las tarifas, son restrictivas para sus negocios.

Reino Unido

La imagen del Reino Unido en China se enraíza en el conflicto histórico del siglo XIX, que desembocó en el fin del Imperio —modelo obsoleto que quedó en evidencia ante la nación dominante de la época—. Al igual que puede suceder con japoneses y estadounidenses, en China la percepción es de amor-odio, ya que a pesar de haber sido humillados por estos, existe un elevado reconocimiento de todo lo proveniente del Reino Unido.

Desde diciembre de 2018, y posiblemente influenciado por su situación respecto al *brexit*, los miembros del *Department for International Trade* (DIT) se encuentran negociando con sus homólogos del *Ministry of Commerce of the People's Republic of China* (MOFCOM) la renovación del acuerdo de comercio entre ambos países.

La Cámara de Comercio Británica en China, en su encuesta anual de 2018 a sus miembros, destaca que el 65 % son optimistas sobre el futuro del mercado aunque el 31 % considera que hacer negocios en China, de una parte a ahora, se ha tornado más complicado.

Sin lugar a dudas, la percepción de las autoridades y las empresas británicas en el país apunta a una negociación *vis-à-vis* que favorezca el desarrollo de sus inversiones. Hay que destacar que la Cámara representa a 212 empresas y organizaciones profesionales que totalizadas suponen 3 800 millones de dólares estadounidenses en ingresos anuales generados en China.

El sector servicios en la economía británica suponía en 2016 un 79,6 % y esa situación se traduce a su actividad en China, donde son el 69,1 % de los encuestados. El segundo grupo con mayor peso es el de las ventas y exportaciones, con un 25,6 %, y la fabricación quedaría relegada a un cuarto puesto con un 15,4 %.

Otros datos de interés son la antigüedad de las empresas británicas en China, evidente en cuanto a su profunda e histórica relación, donde el 54 % de ellas llevan más de 11 años relacionadas con China; y la tipología de empresa, donde el 41,4 % son grandes multinacionales y el 25 %, pequeñas empresas con ganancias inferiores a los 2,5 millones de dólares estadounidenses.

El optimismo descrito anteriormente respecto a la evolución del mercado se encuentra en parte sustentado en el crecimiento del mercado chino y, en parte, en las referencias

a futuras privatizaciones e internacionalización de los mercados desde altas instancias del Gobierno.

Este optimismo destaca en los servicios educativos, donde la percepción es que cada vez es más fácil relacionarse y establecer acuerdos de asociación con compañías locales, facilitando el negocio y permitiendo prestar servicios de alta calidad.

El Reino Unido es un ejemplo de país con visos de estar completamente fuera de la esfera de la Unión Europea, y así actúa, y mantiene excelentes relaciones políticas y comerciales con la RPCCh. Su presencia en Hong Kong le ha permitido mantener un excelente conocimiento de la región y personal altamente cualificado en número suficiente.

España y la memoria individual: de la década de los 80 al «Bienvenido Míster Marshall 2.0»

El recuerdo de muchos españoles relacionado con los primeros contactos con ciudadanos chinos nos lleva a la década de los ochenta y la aparición en algunas grandes ciudades de España de restaurantes con exóticos nombres sin mucho sentido aparente para las lenguas de uso común en el Reino. Ya en los noventa, se produjo la aparición de las pequeñas tiendas de «todo a cien» que ocupaban pequeños espacios en zonas bien localizadas de las ciudades y satisfacían pequeñas necesidades.

El recuerdo reciente, ya a partir del año 2000, es la aparición de grandes centros de venta de productos de conveniencia y «ciudades chinas» donde era difícil distinguir si estabas en España o en China, como lo fue Cobo Calleja.

Unido a esto comenzaron las visitas institucionales de oficiales y empresarios chinos a España y se empezó a hablar del interés de grupos inversores por realizar grandes adquisiciones que «inundarían» de capital regiones enteras «haciendo ricos» a todos aquellos que les tocara en suerte. Una mezcla entre «El Dorado» y el «Plan Marshall».

La gestión del interés de estos grupos inversores chinos por parte de los políticos regionales y nacionales del Reino de España nos ha recordado a muchos ciudadanos de a pie a un calco actualizado de la obra maestra del cine español *Bienvenido Míster Marshall*.

No a pocos nos han surgido las siguientes preguntas sobre el tipo de negociaciones llevadas a cabo por nuestros políticos: «¿Saben con quién negocian?»; «¿Saben si realmente su interlocutor es el interesado final?»; «¿Saben cuál es el interés último de la inversión por parte del inversor?»; «¿Saben si es un interés individual o responde a un interés nacional?»; si se trata de una inversión estratégica en España, el interés local o regional, «¿saben si está en línea con el interés nacional?»; «¿Saben cuál es el interés nacional del inversor final?»; «¿Pueden saber si interés individual justifica el interés nacional?»; «¿Pueden saber si, al menos, es equilibrado el beneficio de las partes?».

Y es en el interés nacional donde profundizaré para proponer un nuevo punto de vista. Punto de vista que no es nuevo para otras muchas naciones, pero que parece obviarse en nuestro caso y que comienza en nuestra Historia común.

La historia de España en el Pacífico y la relación con China

«Los chinos son los más industriosos, hábiles, sagaces, y políticos de toda Asia, son cortesanos, y obsequiosos, y cuando necesitan, aduladores: no se empeñan, ni se detienen en etiquetas o ceremonias, miran en sus negocios al fin, y ponen los medios conducentes a su logro, sin escrupulizar mucho en las circunstancias de los medios. Si en sus intentos experimentan alguna dificultad, la vencen con eficacia; si les hacen un 'desayre', aunque lo sientan, se ríen, y pasan adelante; si les hacen alguna injuria, no se empeñan en la satisfacción, sino que disimulan como si no la conociesen y van continuando con el negocio hasta llevarlo al cabo; y conseguido su intento, se dan por satisfechos, y se ríen de todo; de suerte que se pueden llamar los Italianos de Asia. Regalan a todos aquellos que les pueden hacer bien, o mal, a los que quieren, y a los que temen, y a todo género de superiores, y de este modo negocian con todos, y aunque no se entienda su lengua se explican con las manos elegantemente. A los que mandan en los pueblos les dan un regalito, con lo que tienen licencia general para su comercio; a los indios regalan lo que vale un real, y les sacan lo que vale un peso. Son eminentes mercaderes y marchantes, tiran a ganar mucho, pero si no les sale bien el lance, porque encuentran con quien los entiende, se contentan con cualquiera ganancia, aunque sea corta, pues juzgan que la mayor ganancia está en el 'prompto' despacho de los géneros: no tienen mucho escrúpulo, aun los 'christianos', de engañar, pues dicen, que si no tiene ojos el que compra, creyendo que el engaño mas es culpa del que se 'dexa' engañar, que del que engaña; y así juzgo, que se 'dixo' por ironía, que lo engañaron

como a un chino. Y están ellos tan lejos de creer que nadie los engaña, que suelen decir, que el Sangley tiene dos ojos, el español uno y los indios ninguno: para entender que engañan a los españoles y indios, aunque al doble a los indios, que a los españoles». Texto extraído del libro escrito por Pedro Murillo Velarde en el año 1752 en base a su experiencia con los chinos (sangleyeses³¹) en Filipinas y recogido por Carlos Villoria Prieto en su trabajo *El almeriense Pedro Murillo Velarde y su visión de los otros: indígenas filipinos y los chinos*³².

Quiero enmarcar la mención a Pedro Murillo en su documentada relación con chinos mercaderes en Filipinas (shangleyeses) y delimitarla dentro de su evidente poco aprecio por estos. La intención es provocar e intentar poner la atención en los españoles y no en los chinos. Las relaciones políticas y comerciales de los chinos con otras naciones europeas no parecen haber sido las mismas que con los españoles, y no parecen seguir siéndolo en la actualidad, por lo que quiero poner el acento en el término «un ojo» y concederle el benévolo sentido de «ausencia de suficiente atención a las relaciones con los chinos».

Como todos conocemos, la búsqueda de una ruta comercial alternativa a la que existía por tierra atravesando Asia o a la ruta marítima que operaban los portugueses que llegaba a conectar con las riquezas de las Indias Orientales condujo a financiar la expedición de Colón. Aunque en esta búsqueda se toparon con un continente no conocido hasta entonces.

Por ello, no es hasta 1521 que Magallanes llega a la actual Filipinas cuando realmente el objetivo está casi por cumplirse. Si bien quedarían unas décadas hasta la fundación de Manila en 1571, momento en el que se dispone de una base de operaciones estable y de envergadura.

³¹ Pedro Murillo Velarde 1752, *Geografía Histórica*, Tomo VII. pp. 146-147. Las dos interpretaciones de la etimología china más comunes de la forma «sangley», aplicada a los miembros de la comunidad china de Manila son «changlai» los que vienen con frecuencia y «shanglai» los que vienen a comerciar. Términos recogidos en las páginas 244 y 263 de la obra de Manel Ollé *La empresa de China. De la Armada Invencible al Galeón de Manila*, Editorial Acantilado, 2002.

³² Quiero agradecer a Salvador Bernabéu Albert, Carmen Mena García y Emilio José Luque Azcona por la coordinación y edición de la obra *Filipinas y el Pacífico. Nuevas miradas, nuevas reflexiones*, Editorial Universidad de Sevilla, Sevilla 2016, y a los historiadores e investigadores que participaron en ella aportando datos concretos y muy valiosos sobre esta relación. También a Manel Ollé y su obra *La empresa de China* y a Peter Gordon y Juan José Morales por *The Silver Way*.

La relación española con ciudadanos chinos fue una constante en este lado del planeta durante siglos. Tanto fue así que las tripulaciones chinas incluso estaban autorizadas a comerciar en los barcos del rey de España durante el reinado de Felipe II³³.

La población china residente superó en muchas ocasiones a la población española en Manila e incluso se desplazó a México siguiendo la ruta comercial del Galeón de Manila o la Nao de China.

Esta presencia y participación en el comercio generó beneficios, fundamentalmente para los comerciantes chinos, y fricciones que tuvieron sus puntos álgidos en las matanzas de cientos de ellos acaecidas en Manila³⁴.

Los enfrentamientos con los holandeses por el control comercial en esta región fueron constantes e incluso, por cerca de 20 años, se compartió el control de la actual Taiwán que igualmente benefició el tráfico comercial con la China continental.

Por lo que se refiere a las relaciones políticas, se encuentra documentado el interés del rey Felipe II por tener buenas relaciones con el emperador hasta el punto de plantear enviar una delegación con suficientes presentes de enorme valor con la intención también de evitar el desprecio que el rey de Portugal tuvo que soportar años antes.

Esta buena relación tenía una doble voluntad: comercial y de conversión al cristianismo³⁵.

Al fin y al cabo, el Imperio chino ha sido a lo largo de la historia el más poderoso hasta hace relativamente poco y este hecho no pasó inadvertido para el rey Felipe II.

El conocimiento del Imperio chino por parte de los españoles de la época era muy vago y limitado a sus contactos costeros y escasas incursiones en el interior realizadas fundamentalmente por religiosos —y siempre contando con permanente vigilancia de los oficiales chinos—. Aunque, gracias a los textos de la época, en general se podría afirmar

³³ Alicia Castellanos Escudier lo documenta muy bien en su trabajo *Expediciones españolas a Borneo en el siglo XVI* incluido en el libro "Filipinas y el Pacífico. Nuevas miradas, nuevas reflexiones", Editorial Universidad de Sevilla, Sevilla 2016.

³⁴ Pedro Damián Cano Borrego en su trabajo *Sangleyeses: los residentes chinos en las islas filipinas españolas* publicado en la Revista de la Inquisición. Intolerancia y Derechos Humanos, Volumen 20, pp. 213-242

³⁵ La conversión al cristianismo sin el uso de la fuerza es esgrimida por algunos historiadores como la razón por la que se descartó el plan de conquista de China. Si bien cabría añadir el resultado de la invasión de Inglaterra y el desconocimiento casi total del Imperio chino.

que existía respeto por una civilización milenaria y por sus gentes —aun careciendo del espíritu belicoso del que alardeaban los europeos³⁶—.

El tráfico comercial transoceánico que supuso el Galeón de Manila provocó durante los siglos que estuvo en funcionamiento un enriquecimiento que benefició a la población de Manila y Nueva España principalmente. Este tráfico comercial fue financiado gracias a las explotaciones mineras de plata del Potosí.

La plata era el único bien valorado por los mercaderes chinos, ya que en China se disponía de todo lo que se necesitaba y poco de lo que se producía en Europa era valorado en China. Esta entrada de plata finalmente parece que produjo una fuerte devaluación que tuvo sus repercusiones a nivel mundial^{37/38}.

Es ya en el siglo XVIII cuando, gracias a la constituida Real Compañía de Filipinas, se establece la primera factoría española en China (Cantón) que además, a diferencia de épocas anteriores, sumaba la conexión directa con España.

Por todo lo descrito, la relación histórica con China mayormente se produjo con la mediación de chinos de ultramar y quizás sea por ello el desconocimiento general que arrastramos hasta la actualidad.

España en la República Popular China

La información sobre la actividad de las empresas españolas asentadas en China invita a reflexionar. Por un lado, la información que la Secretaría de Estado de Comercio del Gobierno de España actualmente proporciona desde su portal³⁹ es la siguiente:

- ✓ El Documento de Incentivos a la Implantación fue actualizado por última vez en el año 2015.

³⁶ Manel Ollé, *La empresa de China. De la Armada Invencible al Galeón de Manila*, Editorial Acantilado, 2002.

³⁷ José L. Gash-Tomás, *La contribución de los galeones de Manila a las alteraciones de precios del maíz en Nueva España, C. 1550-1650*, incluido en “Filipinas y el Pacífico. Nuevas miradas, nuevas reflexiones”, Editorial Universidad de Sevilla, Sevilla 2016, pp. 143-161.

³⁸ *The silver Way. China, Spanish America and the birth of globalization, 1565-1815*, Peter Gordon y Juan José Morales, Editorial Penguin Specials, 2017.

³⁹ Disponible en: <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/invertir-en/empresas-espanolas-establecidas/index.html?idPais=CN>

- ✓ El Directorio de empresas españolas establecidas en China fue actualizado el pasado 12 de junio de 2018 y contiene datos de 158 empresas.
- ✓ El Directorio de empresas españolas establecidas en China (Cantón) fue actualizado el pasado 21 de septiembre de 2018 y contiene datos de 76 empresas.
- ✓ El Directorio de empresas españolas establecidas en China (Shanghái) fue actualizado el pasado 20 de diciembre de 2018 y contiene datos de más de 300 empresas.

Es muy posible que todas las empresas de Cantón y Shanghái incluidas en el Directorio general de 158 presentes en China estén en los directorios parciales, pero no parece posible que en el Directorio General de China estén incluidas todas las empresas de Shanghái y Cantón (en torno a 380).

La información relativa a los incentivos a la inversión de empresas extranjeras y el marco regulatorio se encuentra desactualizada, no incluyendo importantes modificaciones acaecidas los últimos años y que pueden ser de interés para potenciales inversores españoles —cabe la posibilidad de que se hayan perdido oportunidades de negocio por este hecho—.

La última gran modificación realizada por la Administración china sucedió el pasado 28 julio de 2018, momento en el que fue de aplicación *The Special Administrative Measures for Foreign Investment Access (2018)*⁴⁰. A esto hay que añadir los novedosos incentivos de los principales focos de atención de los inversores extranjeros en las regiones Beijing-Tianjin-Hebei (Jing-Jin-Ji), delta del río Yangtzé (YRD) y gran bahía del delta del río Perla que tampoco están incluidos.

Por otro lado, a la finalización del presente documento no he recibido información solicitada a la Cámara de Comercio de España en su oficina de Shanghái. Espero poder incluirla en el próximo documento.

De acuerdo con los datos publicados en *La Vanguardia* el pasado 28 de noviembre de 2018 por Pilar Blázquez⁴¹, en un trabajo de documentación digno de mención por ser el

⁴⁰ Disponible en: http://www.ndrc.gov.cn/zcfb/zcfbl/201806/t20180628_890730.html

⁴¹ “Así es la relación económica entre China y España”, *La Vanguardia*, 28 de noviembre de 2018, visto el 09 de enero de 2019. Disponible en: <https://www.lavanguardia.com/economia/20181128/453213932755/visita-presidente-china-espana-xi-jinping.html>

más completo de los publicados durante la semana de la visita del presidente Xi, se destaca la inversión china en España durante 2016, que llegó a los 1 600 millones de euros y que contrasta con el pico de inversión española en China que ocurrió seis años antes en 2010 de 1 303 millones de euros. Aunque esta información no coincide con la publicada por el MOFCOM, ya que España no aparece siquiera listada⁴².

Hubiese sido deseable incluir más información sobre la actividad de la inversión española en China y confío en que pueda incorporarse en el futuro con la ayuda de las instituciones responsables. Esta información si se ha proporcionado a nivel regional para el caso del País Vasco, objeto de capítulo destacado.

El ejemplo vasco

De acuerdo con la información proporcionada por la Agencia Vasca de Internacionalización (SPRI) en 2018, el número de empresas vascas en China es de 146 con un total de 219 implantaciones; cifra relativamente estable durante los últimos seis años.

Las implantaciones productivas totalizan 80 y, en gran medida, se trata de empresas vinculadas al grupo Mondragón. El grupo lleva operando más de una década el Parque Empresarial que lleva su nombre en la localidad de Kunshan, a pocos kilómetros de Shanghái, con un negocio que supera los 260 millones de euros anuales con 19 implantaciones productivas y empleando a 1 500 personas⁴³.

El pasado 22 de noviembre, Fagor Arrasate China Plant, Fagor Metalforming Machine Tool (Kunshan) Co.,Ltd., celebró su décimo aniversario⁴⁴. A dicho evento no asistió



⁴² La información, facilitada según la autora por el Real Instituto Elcano, no corresponde con la información ofrecida por el Gobierno chino, salvo que la inversión se dirigiese a través de Hong Kong u otros países, *News Release of National Assimilation of FDI From January to December 2010*, MOFCOM, visto el 02 de enero de 2019. Disponible en: http://www.fdi.gov.cn/1800000121_49_2567_0_7.html

⁴³ ATEGI, *Internacionalización más competitiva – Kunshan*. Disponible en: <https://www.ategi.com/index.php/2018/05/02/internacionalizacion-mas-competitiva-kunshan/?lang=en>

⁴⁴ Disponible en: <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1618252234071990597&wfr=spider&for=pc>

ningún responsable del Gobierno de España, ni del Gobierno Vasco, perdiendo una buena oportunidad para resaltar institucionalmente la «apuesta por China».

La apuesta vasca por China, si bien no exenta de dificultades, es un ejemplo de constancia con una estrategia de vinculación con el mercado chino en el largo plazo, que va en la línea de los países europeos que más invierten en el país, esto es, Alemania y Países Bajos.

La Estrategia Nacional con China y la visita del presidente Xi en noviembre de 2018: ¿Ha sido beneficioso el enfoque?

Son numerosos los casos en los que, desde China, se detecta una vaga idea de lo que España quiere en sus relaciones con la segunda potencia económica del mundo. El pasado mes de noviembre de 2018 tuve la oportunidad de asistir a la feria *China International Import Expo* celebrada en Shanghái donde estuvieron presentes 172 países, regiones y organizaciones internacionales y participaron más de 3 600 empresas.

En esta feria pude observar en primera persona cómo en muchas ocasiones las empresas de Alemania, Reino Unido o Italia, unían la marca país junto a su marca de empresa mientras era muy difícil ver lo mismo en lo relativo a las marcas españolas. Siendo el caso más extremo el «Día de Galicia» organizado por la Xunta, donde en un cartel de considerable tamaño difícilmente se distinguía siquiera la palabra «Spain» — se incluía en inglés, pero no en chino—.

Es necesario señalar en este punto que, a efectos de marcas, los chinos conocen países, no regiones —del mismo modo les pasa a los españoles con China, por lo que no es difícil de entender esta afirmación—, y si el país no se presenta como debe el efecto comercial se diluye dejando en manos de los chinos la creación y desarrollo de la marca dentro del país. En cualquier caso, al tratarse de dos temas complejos que requieren de la aportación de expertos en la materia, no es objeto de este artículo hablar de la «marca país», ni de las políticas de distribución de productos dentro de China.

Respecto a la visita del presidente Xi a España (27-29 de noviembre de 2018), el conjunto de la misma ha sido mejorable tanto si se pretende tener buenas relaciones con la RPCh, como si se considera que no es importante. En ambos casos, por razones geopolíticas obvias.

Los, por todos conocidos, errores protocolarios en cuanto al nombre del presidente Xi que incluso afectaron al discurso de Felipe VI, la escasa o errónea información proporcionada por los medios de comunicación —citando a China como un mercado de 1 980 millones de habitantes— y, finalmente el resumen del logro de la visita plasmado



en el titular «El jamón y la uva entran en el mercado de China» no parecen propios de la cuarta economía de la eurozona, ni de un país que pretenda liderar nada⁴⁵.

No creo que haya ayudado la política de desinformación que incidió, e incide, en lo que no se puede hacer en China,

mientras que no se contó ni se cuenta lo que otros países vecinos y miembros de la UE sí están haciendo y consiguiendo aquí. Sirva de pequeño ejemplo la reciente liberalización del sector asegurador.

Existe mucha diferencia entre estos ejemplos de titulares de prensa durante 2018 y que obviamente afectan a la manera en la que los ciudadanos ven las relaciones entre sus respectivas naciones:

⁴⁵ "España estrecha lazos con China: exportará más uvas y carne de cerdo en plena guerra comercial con Trump", 28 de noviembre de 2018, visto el 29 de noviembre de 2018. Disponible en: <https://www.elmundo.es/economia/empresas/2018/11/28/5bfdaa55fc6c83384f8b4653.html>

España	<p><i>Diario ABC</i></p> <p>«El rodillo inversor chino toca la puerta de España»⁴⁶</p> <p><i>El Mundo</i></p> <p>«España estrecha lazos con China: exportará más uvas y carne de cerdo en plena guerra comercial con Trump»⁴⁷</p>
Países Bajos	<p><i>The Netherlands and you</i></p> <p>«Dutch entrepreneurs increasingly optimistic about Chinese business climate»⁴⁸</p>
Alemania	<p><i>Xinhua</i></p> <p>«China, Germany pledge to jointly protect free trade, world order»⁴⁹</p> <p><i>The Straits Times</i></p> <p>«Allianz Real Estate aims to increase China investment»⁵⁰</p>
China	<p><i>Xinhua</i></p> <p>«European firms embrace more open China by expanding investment»⁵¹</p>

⁴⁶ Disponible en: https://www.abc.es/economia/abci-rodillo-inversor-chino-toca-puerta-espana-201811301749_noticia.html

⁴⁷ Disponible en: <https://www.elmundo.es/economia/empresas/2018/11/28/5bfd55fc6c83384f8b4653.html>

⁴⁸ Disponible en: <https://www.netherlandsandyou.nl/latest-news/news/2018/06/14/dutch-entrepreneurs-increasingly-optimistic-about-chinese-business-climate>

⁴⁹ Disponible en: https://www.fmprc.gov.cn/mfa_eng/zxxx_662805/t1620694.shtml

⁵⁰ Disponible en: <https://www.straitstimes.com/business/companies-markets/allianz-real-estate-aims-to-increase-china-investment>

⁵¹ Disponible en: http://www.xinhuanet.com/english/2018-12/06/c_137655277.htm

Volviendo a la Estrategia Nacional, quiero recoger aquí el Documento Marco elaborado por Javier de Carlos Izquierdo, sobre *Las relaciones bilaterales de España con China*⁵², donde propone que «la Acción Exterior España debe tener en cuenta los siguientes aspectos»:

Primero. España es un buen aliado para la defensa de los intereses chinos dentro de la UE. Y no hay mejor aliado que China para la defensa de los intereses españoles en China.

Segundo. España debe colaborar activamente en las negociaciones para alcanzar un acuerdo Ampliado de Asociación y Cooperación entre la Unión Europea y China. España puede jugar un papel capital entre las instituciones europeas (Consejo, Grupo de Trabajo Asia-Pacífico y SEAE) y China, que facilite alcanzar un acuerdo satisfactorio para China y la Unión Europea.

Tercero. China no ha conseguido obtener el reconocimiento de economía de mercado en el seno de la OMC, y España no ha conseguido actuar de puente para realizar la triangulación China-España-Iberoamérica. Esta situación ofrece una oportunidad recíproca de colaboración para las políticas, instituciones y empresas en ambos países.

Cuarto. China y España deben continuar apoyándose mutuamente en el escenario internacional, en los ámbitos de la gobernanza, la seguridad regional y el desarrollo sostenible.

Quinto. Conseguir más inversión china en España es posible, porque China está interesada en las empresas que crean productos y servicios de valor añadido. Entre estos productos cabe destacar los productos de lujo, las marcas de bienes de consumo, el reciclaje y la gestión de residuos, la hotelería, el turismo, el ocio y la educación.

Sexto. España debe acoger con satisfacción las inversiones productivas de China en España, siempre que estas se basen en las reglas de la

⁵² Disponible en: http://www.ieeee.es/Galerias/fichero/docs_marco/2018/DIEEEM13-2018_Relaciones_bilaterales_Espana-China_JdeCarlosIzquierdo.pdf

economía de mercado y que sean respetuosas con la legislación española y de la UE.

Séptimo. Es posible desarrollar las inversiones españolas en China a través de empresas mixtas, pero China debería favorecer algunas iniciativas de éxito empresarial españolas en sectores ahora restringidos para avanzar en el reconocimiento por la OMC de economía de mercado a China.

Octavo. El déficit comercial que sufre España en las relaciones bilaterales no va a equilibrarse. España, para evitar que aumente el desequilibrio debería contener o reducir las importaciones de confección femenina, equipos de telecomunicaciones, informática, química orgánica, y calzado. Y debería tratar de aumentar sus exportaciones de carne de cerdo, componentes de vehículos, coches, medicamentos, semielaborados de plástico y cobre, entre otros productos.

Noveno. Las empresas españolas deben aprovechar la oportunidad de construir infraestructuras en China. Si fuera necesario a través de la constitución de empresas mixtas. Además, las empresas españolas deben tratar de participar en proyectos conjuntos co-liderados, para la creación de infraestructuras logísticas entre China y la UE.

Décimo. España y China deben desarrollar proyectos mixtos en materia de investigación e innovación, que permitan la explotación comercial conjunta.

Undécimo. España, en el seno de la UE, debe apoyar a China para que esta alcance un modelo económico y social más integrador y sostenible. El apoyo a la aplicación de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible en China ofrece una oportunidad para avanzar en la reducción de la pobreza, la gobernanza y el desarrollo sostenible.

Duodécimo. España y China deben continuar apoyándose para conseguir una mayor presencia y conocimiento cultural recíprocos.

Los once puntos descritos se encuentran en línea con la idea generalmente aceptada en España por organismos y por particulares y, en grandes líneas, es la estrategia seguida hasta ahora en cuanto a las relaciones de España con China. Esta estrategia creo que cualquier ciudadano chino la suscribiría sin reparos. Pero propongo repensarla como español.

Pongo sobre la mesa las siguientes cuestiones que deberían ser objeto de debate abierto y público:

1. ¿Por qué España es un buen aliado para la defensa de los intereses chinos dentro de la UE? ¿Qué gana España siéndolo? ¿China no tiene otros aliados dentro de la UE? Al fin y al cabo las inversiones alemana, francesa, italiana u holandesa en China superan con creces la española y, a ojos de los oficiales chinos, estos países apuestan decididamente por China, creando empleos, tejido industrial, incluso trasladando sus centros de I+D+I a China. Esto último parece ser tabú en España.
2. ¿Cuál es la Inteligencia que España tiene sobre el terreno que le sitúa en ventaja comparativa con sus socios europeos a la hora de entender lo que sucede en China? ¿Cuál es la imbricación de nuestras administraciones en la vida diaria de los organismos públicos y privados chinos en China? Nuestros funcionarios, entendidos como personas físicas, ¿participan activamente? ¿Existen suficientes funcionarios con el necesario conocimiento de chino mandarín como para no necesitar traductores o intermediarios no españoles? ¿No es arriesgado servir de ayuda a alguien al que realmente no conocemos?
3. ¿Por qué, desde hace años, China negocia activamente con los países latinoamericanos sin contar con España? ¿Conoce España los proyectos chinos en Latinoamérica? ¿Es posible que el tren haya pasado y que las autoridades chinas ya sepan que no necesitan a España tal y como se les presenta ahora mismo?
4. El ámbito de la seguridad regional es el que parece más claro en tanto que existe un «enemigo común» representado como «fundamentalismo islámico»; cómo se está desarrollando esta colaboración es una cuestión que trasciende al presente documento.

5. Promover la recepción de inversión que revitalice nuestro sector productivo siempre es positivo, si bien España debería tener más capacidad para entender quién, cómo y por qué. Volvemos al punto 2.
6. Dado el desarrollo de las reglas del juego dentro de China, ¿no es más conveniente «jugar» dentro del tablero chino y directamente estar protegido bajo las leyes chinas? Sumado esto al apoyo permanente del Gobierno de España y sus instituciones sobre el terreno. Volvemos al punto 1.
7. El déficit comercial puede reducirse comprando menos, pero también vendiendo más. ¿Considera España el apostar fuerte por tener una imagen país en China que ayude a nuestras empresas a vender más en el mercado del siglo XXI?
8. Con la idea puesta en la construcción de infraestructuras en China: ¿Todos los agentes españoles están plenamente convencidos de poder llevarlo a cabo si la Administración china y española consiguen un acuerdo? Esto es, ¿la estrategia común es apoyada por la mayoría o es solo retórica?
9. La mayor parte de actividades en China pueden ser desarrolladas por empresas cuyo capital social es 100 % extranjero no necesitando socios locales. La implantación en China es notablemente sencilla comparada con décadas atrás. Esta situación, ¿es conocida por los empresarios españoles? ¿Es necesario seguir «asustando» con las empresas mixtas? *Joint Ventures*.
10. China, tanto a nivel nacional, como regional o local, está muy interesada en recibir inversiones de todo tipo y especialmente en la creación de centros de I+D+I y pone a disposición de los inversores extranjeros diferentes políticas activas que benefician a estos. Todas estas circunstancias ¿las conocen los empresarios españoles?

Esta forma de ver y ejecutar nuestras relaciones con China, que responden más bien a un «dejarse llevar», resulta ser, salvando las distancias, la política seguida por España los últimos casi 500 años y que no ha dado mayores resultados que el de dar por bueno el «un ojo» de Pedro Murillo.

Como ya hemos visto, si nos fijamos en las relaciones de nuestros vecinos europeos con China, no parece que estemos haciendo los deberes. Pero ¿qué pasa con nuestros hermanos latinoamericanos?

La cuestión latinoamericana

Las relaciones entre los países latinoamericanos y China resultan ser un punto especial y se podrían resumir en que China no considera necesario coordinarse con España para hacer negocios en Latinoamérica.

Esta afirmación es el resultado de la observación, que no parece haberse hecho en España pero que es evidente desde China, de las relaciones entre ambos bloques durante los últimos años. Es muy posible que el último tren España lo perdiese en la cumbre del G-20 de 2014 y ese puesto lo haya ocupado en cierto modo Alemania.

Las razones son varias: España no tiene ningún tipo de softpower, ni Inteligencia extra en China que pueda hacer valer ante los países latinoamericanos. El fundamental valor sería el de ser un agente conector. Pero la Administración pública china y los responsables latinoamericanos han sabido aprovechar este tiempo de «ausencia prolongada española»⁵³ para conectar directamente entre sí.

Recientemente, la Administración china ha conseguido poner de su lado a los últimos países que, como bloque, seguían reconociendo a Taiwán en América Central y el Caribe.

A las excelentes relaciones con Chile, que detallo más adelante, y que les sitúa como socio preferente de China en el continente americano⁵⁴, se han unido recientemente Panamá y México.

2018年12月25日 特别报道 · 11 ·

“一带一路”拉美延伸带大有可为

——中企在拉美扎根的见闻与思考

□本报记者 徐江波



中企在拉美扎根的见闻与思考

“一带一路”倡议提出以来，拉美地区成为中国企业投资的热土。随着“一带一路”倡议的深入推进，越来越多的中国企业开始在拉美地区扎根，开展投资合作。这不仅为拉美地区带来了资金和技术，也为中国企业开拓了新的市场。然而，在投资合作的过程中，也面临着一些挑战，如文化差异、法律环境等。因此，中国企业需要深入了解拉美地区的实际情况，制定合理的投资策略，才能实现互利共赢。

“一带一路”倡议提出以来，拉美地区成为中国企业投资的热土。随着“一带一路”倡议的深入推进，越来越多的中国企业开始在拉美地区扎根，开展投资合作。这不仅为拉美地区带来了资金和技术，也为中国企业开拓了新的市场。然而，在投资合作的过程中，也面临着一些挑战，如文化差异、法律环境等。因此，中国企业需要深入了解拉美地区的实际情况，制定合理的投资策略，才能实现互利共赢。

“一带一路”重新定义中国与世界的关系

——专访中国问题专家胡利奥·里奥斯和吉斯培·拉多

□本报记者 王亚波



胡利奥·里奥斯和吉斯培·拉多

“一带一路”倡议的提出，不仅重新定义了中国与世界的关系，也深刻影响了全球格局。这一倡议通过促进基础设施建设和贸易往来，加强了沿线国家之间的联系。对于拉美地区而言，“一带一路”提供了新的发展机遇，吸引了大量中国投资。然而，这一过程中也伴随着一些争议和误解。通过专访中国问题专家胡利奥·里奥斯和吉斯培·拉多，我们可以更深入地了解“一带一路”倡议的实质及其对全球关系的影响。

“一带一路”倡议的提出，不仅重新定义了中国与世界的关系，也深刻影响了全球格局。这一倡议通过促进基础设施建设和贸易往来，加强了沿线国家之间的联系。对于拉美地区而言，“一带一路”提供了新的发展机遇，吸引了大量中国投资。然而，这一过程中也伴随着一些争议和误解。通过专访中国问题专家胡利奥·里奥斯和吉斯培·拉多，我们可以更深入地了解“一带一路”倡议的实质及其对全球关系的影响。

要开就开 别搞拉踩文化较量

□本报记者 王亚波

在“一带一路”倡议深入推进的背景下，国际间的文化交流和碰撞日益频繁。然而，一些国家在文化较量中采取了拉踩的方式，这不仅不利于国际关系的和谐发展，也不符合“一带一路”倡议的初衷。我们主张，在文化交流中应秉持平等、互鉴、包容的原则，通过对话和沟通增进相互理解，共同推动人类文明的进步。

在“一带一路”倡议深入推进的背景下，国际间的文化交流和碰撞日益频繁。然而，一些国家在文化较量中采取了拉踩的方式，这不仅不利于国际关系的和谐发展，也不符合“一带一路”倡议的初衷。我们主张，在文化交流中应秉持平等、互鉴、包容的原则，通过对话和沟通增进相互理解，共同推动人类文明的进步。

⁵³ «Ausencia prolongada española» que cabría aplicar a la habitual y general acción exterior del Reino de España.

⁵⁴ Chile, China to jointly promote free trade, 16 de noviembre de 2018, visto el 10 de enero de 2019.

En el caso panameño, durante 2018 se presentó la inversión china en el puerto a la entrada al canal desde el Caribe por importe de 1 100 millones de dólares estadounidense⁵⁵.



Como ya menciono con anterioridad, Chile es un caso adelantado en las relaciones con China. Fue el primer país de la región en firmar un acuerdo de libre comercio con China a los que siguieron Perú y Costa Rica.

Ya en 2015, durante la visita de Li Keqiang, se firmaron importantes acuerdos como el DTA para evitar la doble imposición, actualización del acuerdo de libre comercio y la puesta en marcha del centro para la liquidación de yuanes en Chile en la sucursal del China Construction Bank en el país.

Chile exporta a China el 30 % del cobre que esta necesita y que ha sido esencial para el crecimiento de la construcción durante estos años⁵⁶. Pero las relaciones entre ambas naciones van más allá incluyendo las energías renovables, infraestructuras, automoción o pesca⁵⁷.

Resulta llamativo el acuerdo para la unión de ambos países a través de una línea de fibra óptica subacuática que saldría de Valparaíso pasando por Nueva Zelanda, Australia, Polinesia Francesa y terminaría en Shanghái⁵⁸.

Disponible en: http://www.chinadaily.com.cn/cndy/2018-11/16/content_37268328.htm

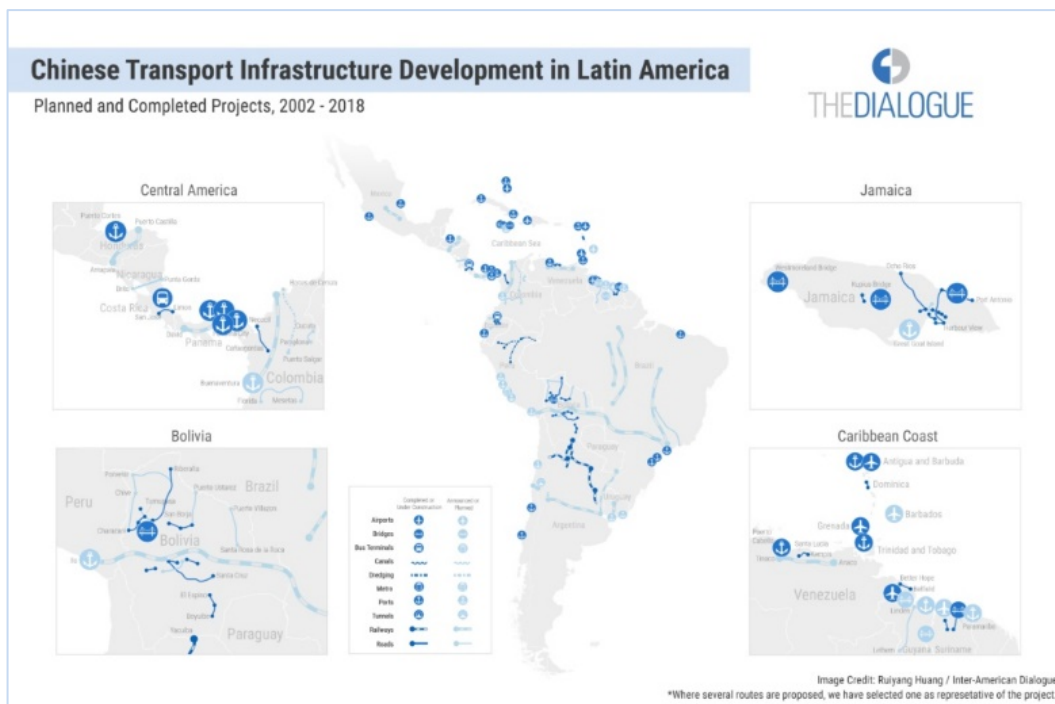
⁵⁵ *Inversión realizada por la firma china Landbridge Group*, visto el 26 de diciembre de 2018. Disponible en: <http://www.landbridge.com.cn/ctnshow.php/aid/546>

⁵⁶ *Chile projects higher copper prices on China's economic uptick*, 29 de julio de 2017, visto el 28 de diciembre de 2018. Disponible en: http://www.xinhuanet.com/english/2017-07/29/c_136481644.htm

⁵⁷ *Chile's president-elect wants to boost ties with China*, 19 de diciembre de 2017, visto el 10 de enero de 2019. Disponible en: http://www.xinhuanet.com/english/2017-12/19/c_136836739.htm

⁵⁸ *Chile, China moving ahead with underwater fiber optic cable connection*, 8 de junio de 2017, visto el 10 de enero de 2019. Disponible en: http://www.xinhuanet.com/english/2017-06/08/c_136349897.htm

Por lo que se refiere a México, para el periodo 2016-2017, las inversiones chinas en el país alcanzaron los 900 millones de dólares estadounidenses⁵⁹ y el déficit comercial mejicano fue de 67 432 millones de dólares estadounidenses⁶⁰ —lo que sitúa a España en una posición no tan mala con un déficit de 19 400 millones de dólares estadounidenses—. Tienen, por tanto, un gran trabajo por delante para compensar el déficit y para que una economía del peso de la mexicana se abra paso en China.



En su publicación del 13 de noviembre de 2018, el *think tank* *The Dialogue* incluyó un interesante cuadro mostrando la inversión china en infraestructuras de transporte en Latinoamérica de 2002 a 2018 (se trata de unos 150 proyectos en marcha y terminados):

De los 150 proyectos de infraestructuras de transporte en los que China ha mostrado interés, cerca de la mitad se encuentran en alguna de las fases de construcción. El principal interés chino se ha dirigido a la adquisición y construcción de instalaciones portuarias. Y fundamentalmente en Bolivia, Brasil y Jamaica.

⁵⁹ *La inversión extranjera directa de China a México fue de casi 900 millones de dólares en el bienio 2016-2017*, TV Azteca Noticias, 29 de octubre de 2018, visto el 11 de enero de 2019. Disponible en: <http://www.aztecanoticias.com.mx/relacion-mexico--china-esta-fortalecida-promexico/3302377>

⁶⁰ *8 puntos que debes conocer de la relación México-China*, Expansión, 3 de agosto de 2018, visto el 11 de enero de 2019. Disponible en: <https://expansion.mx/economia/2018/08/03/8-puntos-que-debes-conocer-de-la-relacion-mexico-china>

Quedarían por listar las relaciones con Brasil, Argentina, Ecuador, Perú, Colombia, Venezuela, Cuba, y otros países con posiciones geográficas adecuadas para los intereses de China.

Según ha declarado el presidente Xi, la previsión en los próximos años es invertir en Latinoamérica y Caribe cerca de 250 000 millones de dólares estadounidenses⁶¹. Si bien es cierto que la Administración estadounidense está advirtiendo la forma en la que estas inversiones se ejecutan en los países de destino y los colaterales estratégicos vinculados a estas operaciones, esta relación está yendo a mayores.

Conclusiones

A lo largo del documento he aportado datos públicos y accesibles para cualquier ciudadano sobre la actividad de algunos de nuestros socios europeos en China, su apuesta decidida por ser socios estratégicos y su vinculación económica y comercial.

Desde hace años, China está pidiendo socios comprometidos con los que crecer: socios que crean en el país y a los que da preferencia en sus relaciones comerciales dentro del sus fronteras. En el oeste, Alemania es el país mejor situado liderando las relaciones UE-RPCh y absolutamente vinculados con la evolución industrial y tecnológica china del siglo XXI.

Igualmente he querido poner de manifiesto la no dependencia latinoamericana en cuanto a la presencia española en sus relaciones con China.

Con todo esto, las preguntas planteadas en el documento acerca de la Estrategia Nacional son preguntas que merecen un diálogo público y transparente en tanto a que significan un cambio radical de paradigma.

El cambio de paradigma implica trabajar el respeto nacional mutuo. Ser respetados es vital para poder negociar entre iguales, y es necesario tener elementos para poder negociar en el largo plazo.

⁶¹ *China Lures Taiwan's Latin American Allies*, visto el 3 de enero de 2019. Disponible en: <https://www.npr.org/2018/10/13/654179099/china-lures-taiwans-latin-american-allies>

Quiero mencionar en este momento la importancia de la propuesta de José A. Zorrilla en «Una estrategia para España. De país homologado a potencia regional. Giro al Sur», la cual suscribo y que incluye valor real a una posición institucional hasta ahora insustancial si la comparamos con el resto de nuestros vecinos de la UE.

La política con China, dada su importancia económica y política mundial, debería ser tratada a nivel nacional y supervisada con las herramientas dispuestas por el Estado. La atención y dedicación a las empresas instaladas y con interés en instalarse es vital con independencia de la actividad del sector privado. Al fin y al cabo se trata de extensiones de la identidad nacional.

Asimismo, es fundamental, como sucede con otras naciones, disponer de medios humanos adecuados con conocimientos suficientes de mandarín a fin de no necesitar siempre de terceros para entender y desenvolverse por el país. Así como es necesaria una actitud de servicio en el largo plazo que permita a la Administración china conceder certeza a las relaciones. No hay que olvidar que en China no gustan los «cambios de estrategia» cada pocos meses y tienen en gran estima el largo plazo de las relaciones.

Confío en que el debate pueda comenzar en el presente 2019 y no se sigan perdiendo oportunidades en este gran país lleno de desafíos y esperanzas que es la República Popular China.

*Carlos Martín González**

Gestor de Inversión Extranjera Directa en la R.P.China