

*Gabriel Moyano Vázquez**

PRESENCIA EMPRESARIAL ESPAÑOLA EN CHINA

El presente artículo recoge datos relativos a la presencia empresarial española en China obtenidos a partir del análisis de la información de la Cámara Oficial de Comercio de España en China. Principalmente, se analiza la evolución de la presencia empresarial española en la República Popular de China desde la constitución de la Cámara Oficial de Comercio de España en China en el año 2000, las zonas de China donde se han implantado principalmente las empresas españolas, los sectores de inversión más representativos, las formas de establecimiento o de entrada elegida, así como otros datos relevantes para tratar de medir la presencia de nuestras empresas en la RP China. Finalmente, también se compara la presencia empresarial española con la presencia empresarial de países europeos y de otros países desarrollados en China.

Palabras clave: empresas españolas radicadas en China, establecimiento de empresas, plantas productivas, localización, globalización, socios de la Cámara, inversión, pequeña y mediana empresa.

Clasificación JEL: F20, F21.

1. Introducción

Hacer un análisis exhaustivo de la presencia empresarial española en la RP China no es una tarea del todo fácil, debido a que la información existente no es completa. Por un lado, no existe una obligación de registro de las empresas españolas ante las autoridades españolas en China, ni la filiación a la Cámara Oficial de Comercio de España en China (en adelante, la Cámara) es voluntaria. Por otro lado, los datos de empresas españolas registradas ante el Ministerio de Comercio chino tampoco son fiables, al incluirse en su listado, proyectos de participación española que no implican necesariamente implantaciones efectivas en territorio chino.

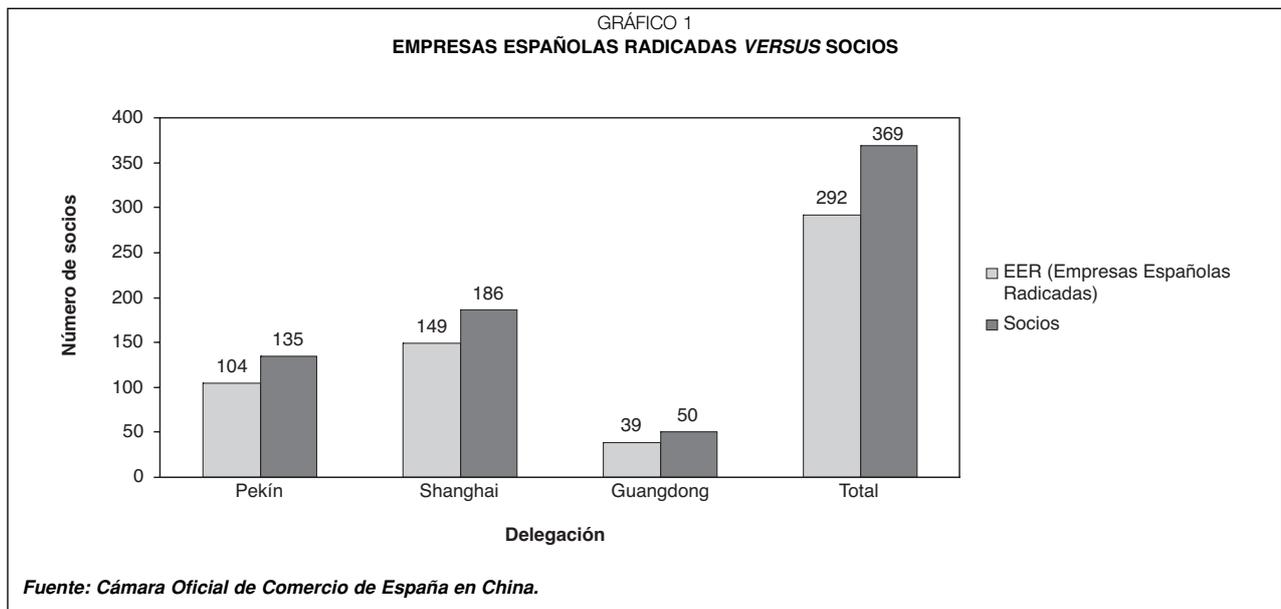
Por ello, partiendo de esta base, el análisis de la presencia empresarial española que se va a realizar es parcial, a partir de la información que se despren-

de de la base de datos de socios de la Cámara. La Cámara mantiene una base de datos actualizada de socios y de potenciales socios, empresas españolas radicadas en China, lo que permite obtener una aproximación a la presencia empresarial española real en la RP China. Si bien la información será parcial, es muy probable que sea la más actualizada sobre presencia empresarial española en China.

Y por tanto, permítanme empezar el análisis de presencia empresarial española en China presentado a la institución que agrupa a la mayor parte de las empresas españolas establecidas en la RP China.

La Cámara Oficial de Comercio de España en China es oficialmente una sola entidad constituida en la RP China, que cuenta con tres oficinas o divisiones, Pekín, Shanghai y Sur de China y que tiene como objetivo fundamental fomentar los intereses de sus asociados así como las relaciones comerciales entre España y China. Fue reconocida oficialmente por las autoridades chinas el 26 de junio del año 2000 ▷

* Secretario General. Cámara Oficial de Comercio de España en China.



en Pekín y por las españolas el 26 de febrero del año 2001.

La Cámara juega un papel importante en las relaciones institucionales, desarrolla la comunicación entre la creciente comunidad empresarial española establecida en China, así como establece un diálogo constructivo con las autoridades locales y españolas. Al mismo tiempo, la Cámara tiene por finalidad promover y reforzar la imagen de España en China. Además, es un *órgano consultivo y colaborador de la Administración Pública Española* y en todas sus actividades actúa en estrecho contacto con las Oficinas Comerciales de España en China.

Desde el año 2001, se integra en la Red de Cámaras Oficiales de Comercio de España en el Exterior (Red CAMACOES). Cabe destacar que a diferencia de las Cámaras en España, la asociación a la Cámara es voluntaria.

A diferencia del resto de Cámaras españolas en el exterior, la Cámara tiene una importante limitación, ya que la ley de nuestro país anfitrión prohíbe la libre asociación de las empresas chinas a las Cámaras extranjeras. Aproximadamente el 80 por 100 de los socios de la Cámara son empresas españolas radicadas en China. Por ello, se configura actualmente como una Cámara unilateral, de marcado tinte español.

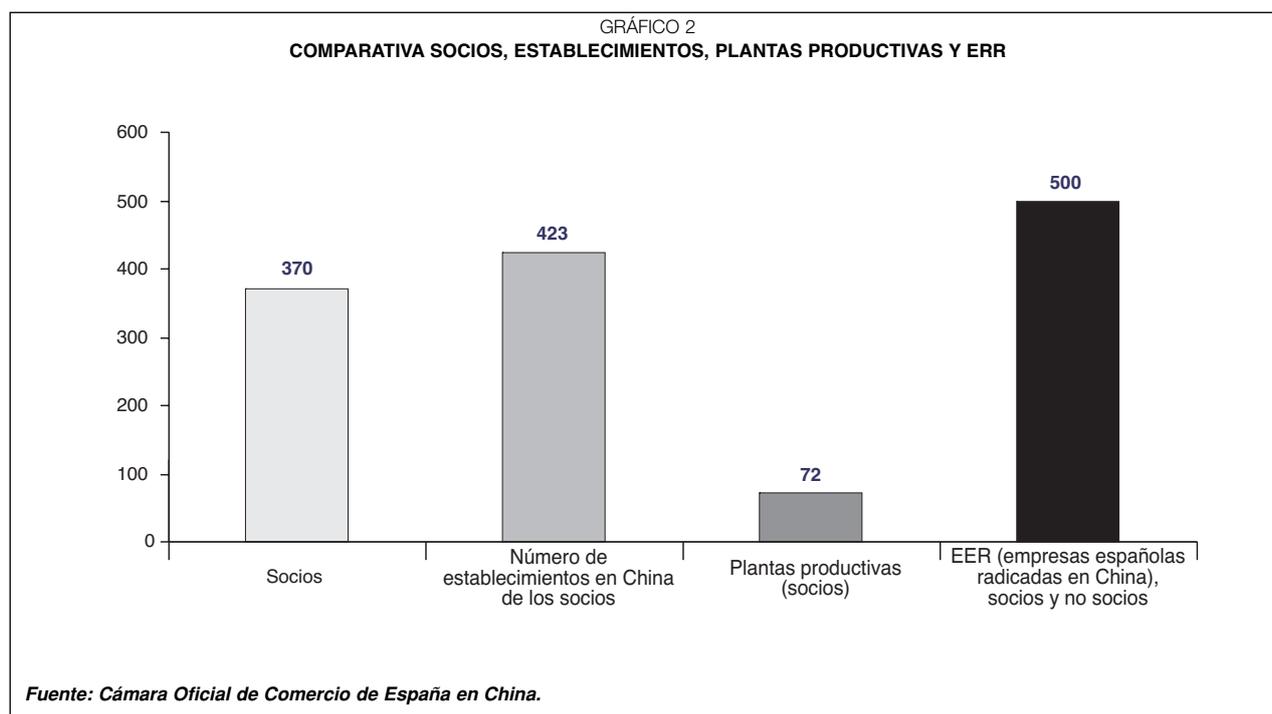
Además, la Cámara lleva un registro de socios

y de empresas españolas establecidas en China. Sin olvidar las limitaciones de información que hay sobre este tema, se puede abordar un análisis bastante amplio de la presencia empresarial española en china a partir de los datos de los asociados de la Cámara.

2. Las empresas españolas radicadas en China

Trascurridos cerca de nueve años desde su reconocimiento oficial, la Cámara cuenta a mediados de 2009 con 370 socios, en su mayor parte *empresas españolas establecidas en China*. Según datos de la Oficina Económica y Comercial de España en China, actualmente se estima que hay establecidas en China alrededor de 500 empresas españolas. La Cámara agrupa actualmente a más del 70 por 100 de las empresas españolas establecidas en China, a las que presta servicios con carácter prioritario.

Tal y como indica el Gráfico 1, la Cámara cuenta con 370 socios y de él se desprende claramente que cerca del 80 por 100 de los socios de la Cámara son *empresas españolas radicadas en China*. El resto de socios son socios individuales, multinacionales, o empresas españolas con intereses en China, pero sin establecimiento legal. ▷



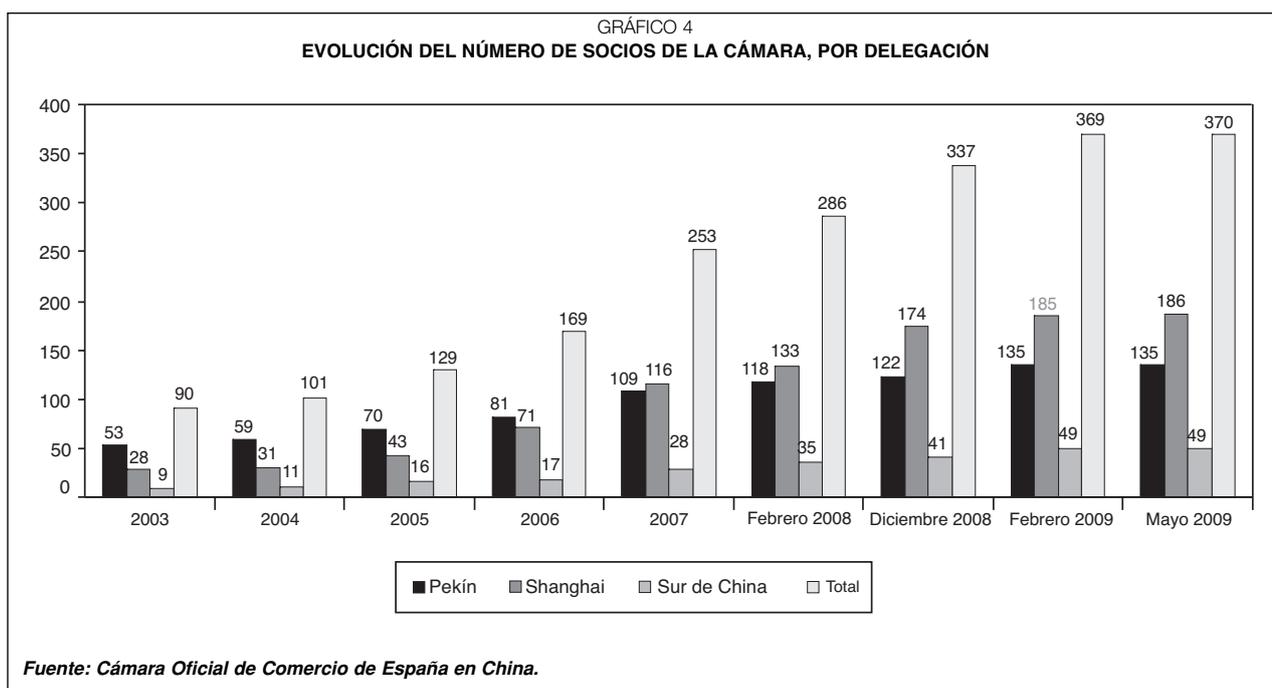
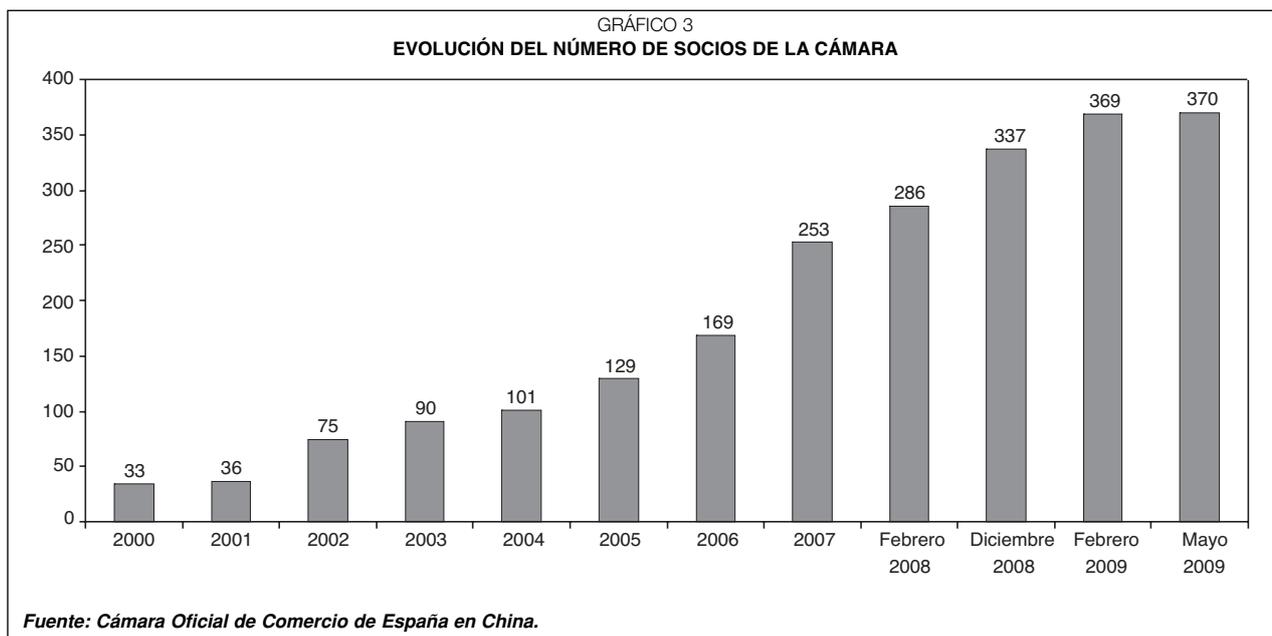
Como se explicó anteriormente, la filiación a la Cámara no es obligatoria, por lo que esas cifras que se infieren del Gráfico 1, no reflejan totalmente la presencia empresarial española en China. En el Gráfico 2, se refleja otra relevante información de la que la Cámara tiene constancia, a partir de la información facilitada por los socios en el anuario de la empresa española en China de 2008; sólo los socios (no se incluye a multinacionales) de la Cámara tienen 423 establecimientos legales en China, entendiendo bien que no todos los socios de la Cámara registran en la Cámara como socios a todas sus empresas o establecimientos legales. Normalmente, las empresas asocian a uno o dos de los establecimientos legales, pero no a todos.

Por otra parte, también se desprende de la información contenida en el anuario, que los socios cuentan con 72 plantas productivas en China, lo cual puede de alguna forma poner de manifiesto un grado de localización bajo de la empresa española en China. No obstante, estas cifras se refieren a plantas productivas establecidas en China mediante inversión 100 por 100 de capital español o mediante inversión mixta, pero no recoge datos de subcontratación industrial por parte de empresas españolas a

empresas chinas, que seguro que supera con creces las cifras aquí reflejadas.

Además, el Gráfico 1 recoge en último lugar la estimación de empresas españolas en China de la Oficina Económica y Comercial de España en Pekín, que se aproxima bastante a la cifra de establecimientos legales de los que la Cámara tiene constancia. Muy probablemente, no sea desacertado considerar que la cifra esté por encima de las 500 empresas españolas.

Hay que destacar que no se están incluyendo en estas cifras los establecimientos comerciales de tiendas o comercios minoristas. Desde 2008 se está experimentando una oleada de inversión española en el sector de distribución y comercio en China, con la entrada de grandes marcas españolas del sector de la moda y del calzado, que están abriendo por toda China tiendas en centros comerciales. Sólo por poner un ejemplo, INDITEX cuenta ya con más de 20 establecimientos en China y alcanzará muy pronto el medio centenar con el desembarco no sólo de Zara, sino también de sus otras marcas. En algunos casos, la apertura de estas tiendas requiere establecimiento legal propio, en otros se trata sólo de meros contratos de ▷



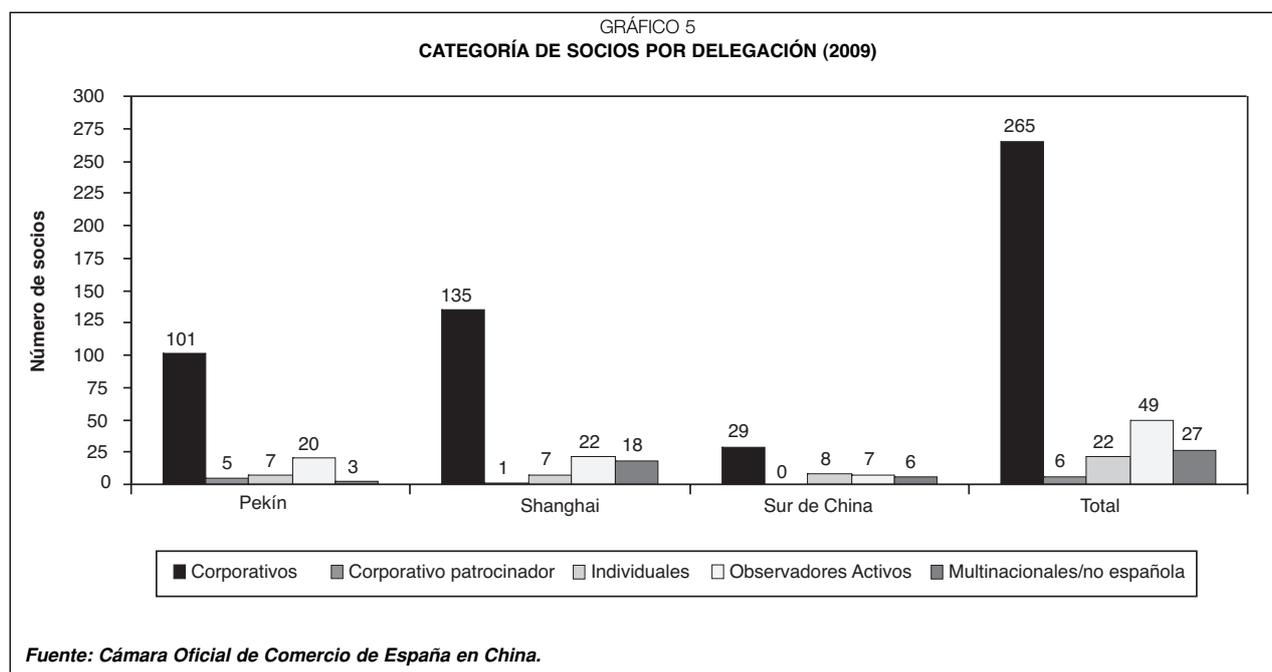
suministro a los centros comerciales donde ubican sus *corners*.

3. Análisis de los socios de la Cámara

3.1. Evolución

La llegada de las empresas españolas a la RP China queda bien plasmada en el Gráfico 3, que

recoge la evolución del número de socios de la Cámara. Se puede apreciar como los desembarcos mas intensos de empresas españolas en China se producen en dos fases, la primera, de 2002 a 2004, donde el número de empresas establecidas superó las 100, y en una segunda fase, de 2006 a 2008, donde se superan las 300 empresas. Muy significativo ha sido, para la segunda fase, la entrada en China de los despachos jurídicos más renom- ▷



brados de España y del sector financiero español que han facilitado la entrada de nuevas empresas.

3.2. Socios, por delegación

A continuación, se va a analizar los datos de los socios de la Cámara, que son las empresas de las que existe una información más actualizada. Se hará este análisis a partir de los datos de las tres delegaciones de la Cámara.

En el Gráfico 4, se puede comprobar que en mayo de 2008, la Cámara cuenta con 370 socios, 135 adscritos a la delegación de Pekín, 186 a la delegación de Shanghai y 49 a la delegación del Sur de China, con base en la ciudad de Guangzhou.

3.3. Categorías de socios

En cuanto al tipo de socios, en el Gráfico 5 destaca la categoría de socio corporativo, que se trata de empresas españolas radicadas en China, y la de observador activo, que son empresas españolas con intereses en China, pero que no cuentan con un establecimiento legal.

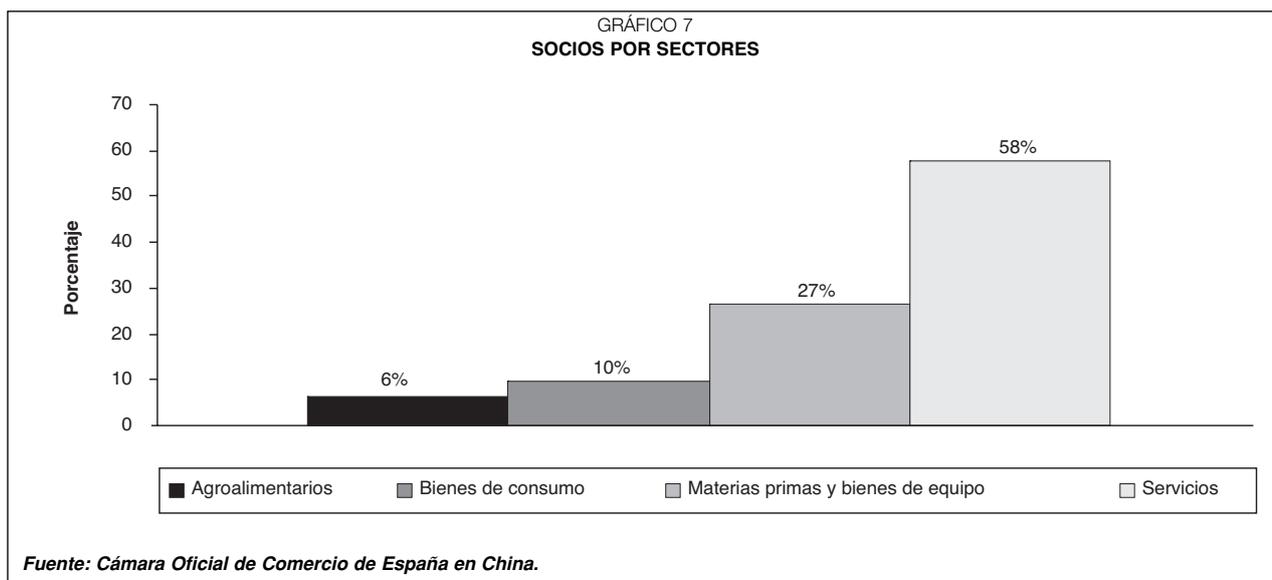
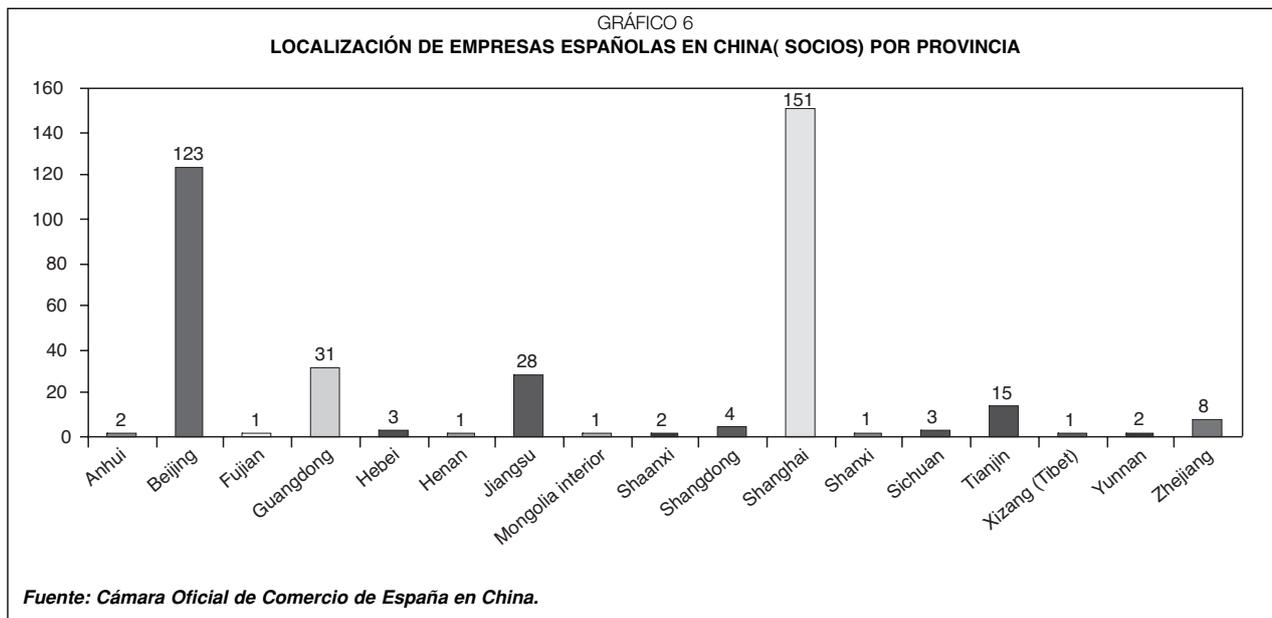
3.4. Localización de las empresas españolas en China por provincias

Las empresas españolas radicadas en China se concentran fundamentalmente en las ciudades de Pekín, Shanghai, Tianjin, y en las provincias de Guangdong, Jiangsu, Zhejiang y Shangdong, tal y como se recoge en el Gráfico 6.

Desde el punto de vista de localización de la matriz de las empresas españolas radicadas en China, las regiones españolas con más representación empresarial en China son Madrid, Cataluña y País Vasco, seguidas de la Comunidad Valenciana y Andalucía.

3.5. Empresas españolas, por sectores de actividad

Los sectores de actividad representados son muy heterogéneos, siendo destacable el sector servicios, que agrupa al 58 por 100 de las empresas españolas establecidas en China. Es destacable también el sector de materias primas, productos industriales y bienes de equipo, que representa el 27 por 100 de los socios, y el de bienes de consumo, que representa ▷



tan sólo el 10 por 100. El sector agroalimentario solamente representa el 6 por 100 del total de socios.

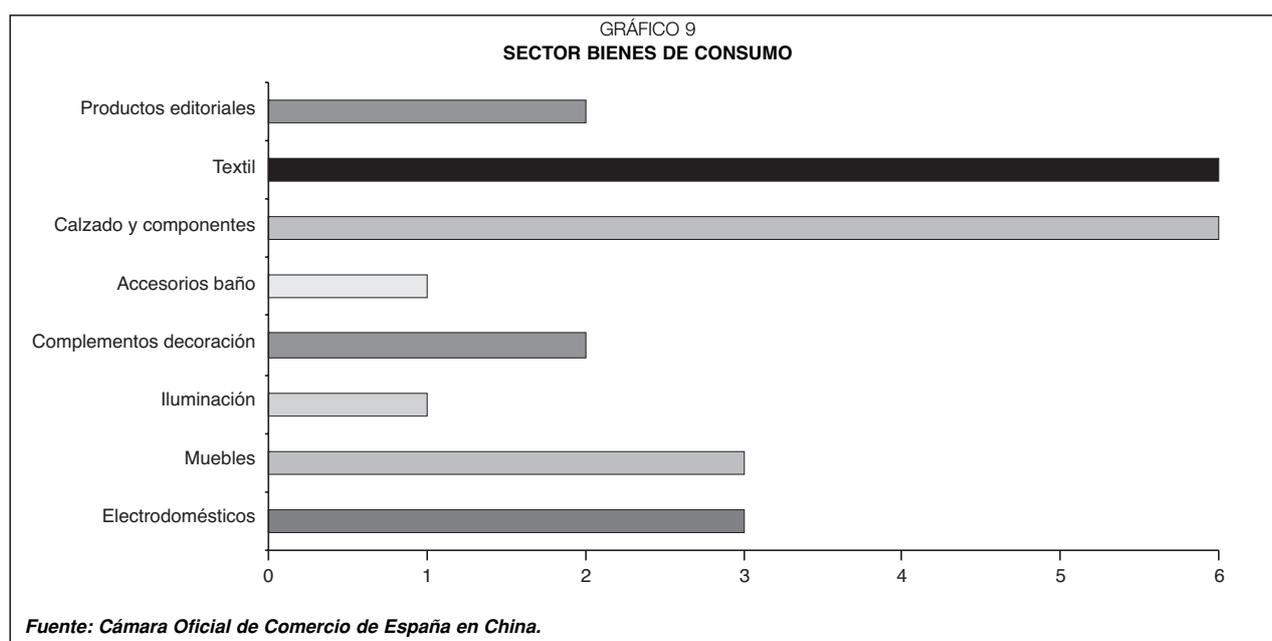
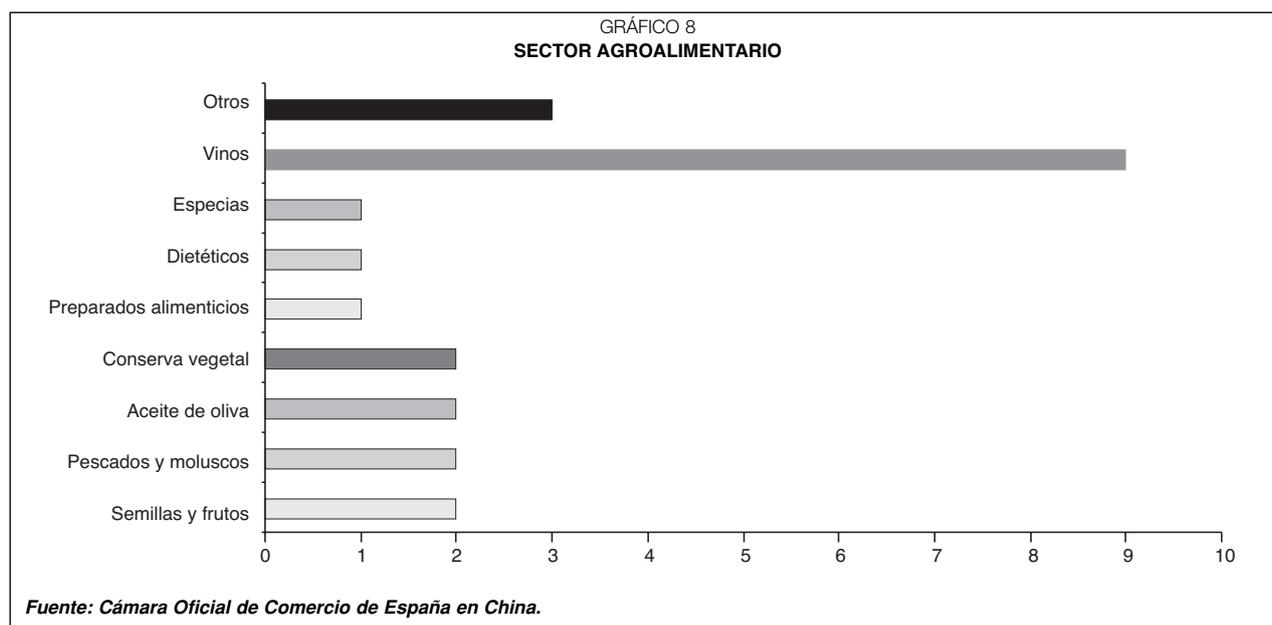
A continuación, se analiza con más detalle los sectores de actividad de las empresas españolas establecidas en China.

3.5.1. Agroalimentario

El sector agroalimentario cuenta con 23 empresas, destacando principalmente las empresas del sector del vino.

Por otro lado, cabe destacar que los productos

agroalimentarios españoles están presentes en China normalmente por la vía de los agentes, distribuidores o importadores chinos. Hay muchas marcas españolas de productos agroalimentarios que están presentes en el mercado chino, si bien ello no implica necesariamente que se hayan establecido legalmente empresas en China. Sirva como ejemplo, el caso del aceite de oliva que tiene una importante penetración de mercado, pero apenas hay empresas españolas establecidas en China en este sector. Fundamentalmente, su vía de entrada en el mercado es la exportación desde España. ▷



3.5.2. Bienes de consumo

En el sector de bienes de consumo destacan grupos de empresas españolas establecidas en China en sector textil, calzado, muebles y electrodomésticos.

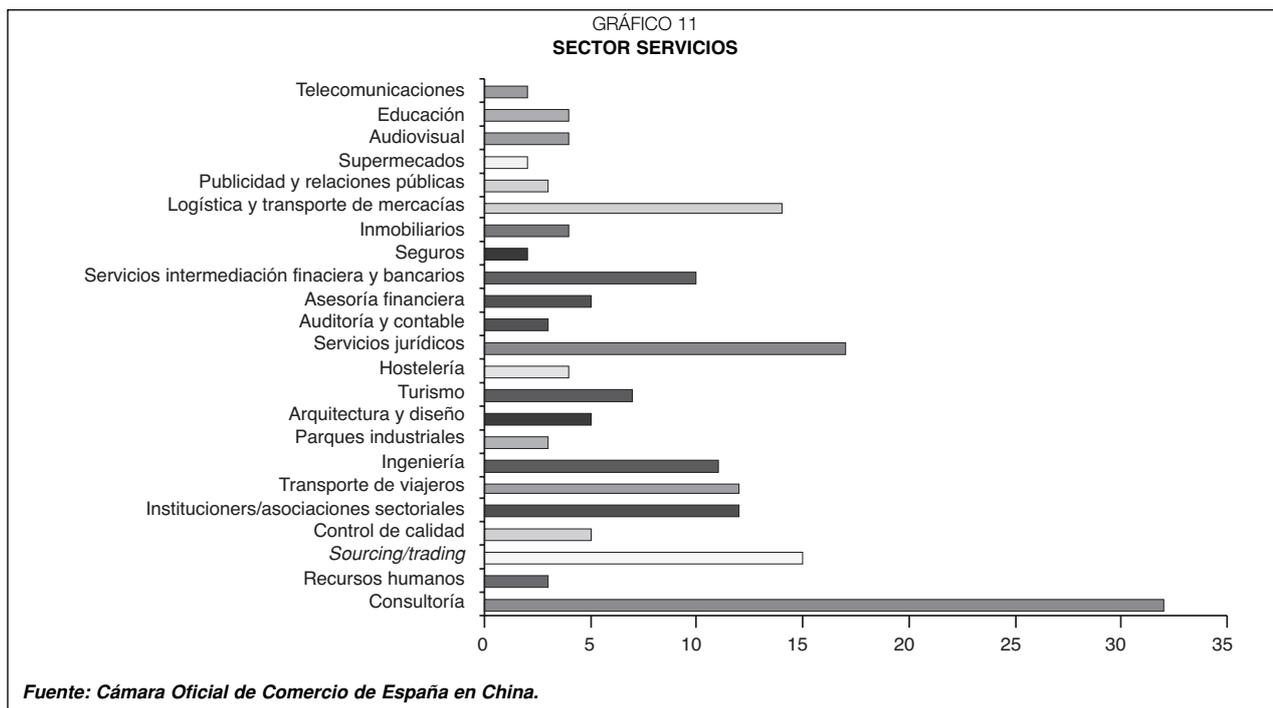
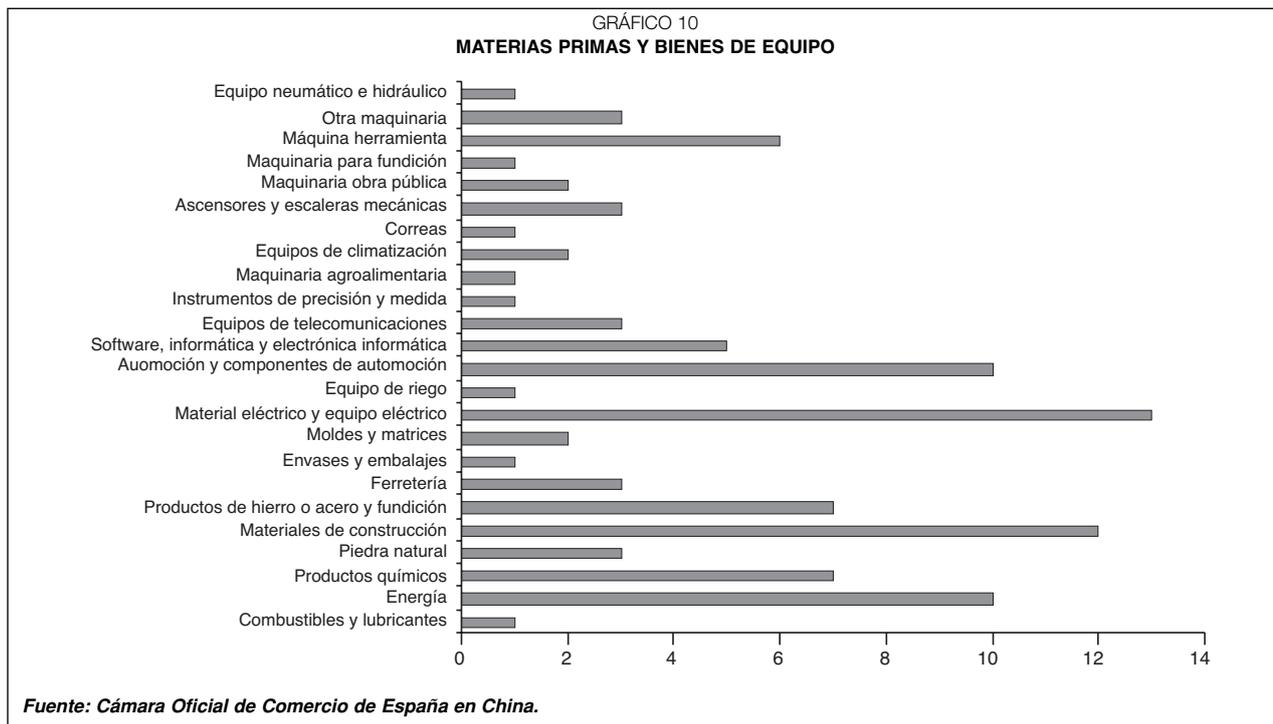
3.5.3. Materias primas, bienes industriales y de equipo

En el sector de materias primas, productos industriales y bienes de equipo destacan concentraciones

de empresas españolas del sector de material y equipo eléctrico, automoción y componentes de automoción, materiales de construcción, energía, maquinaria herramienta, productos de fundición, etcétera.

3.5.4. Servicios

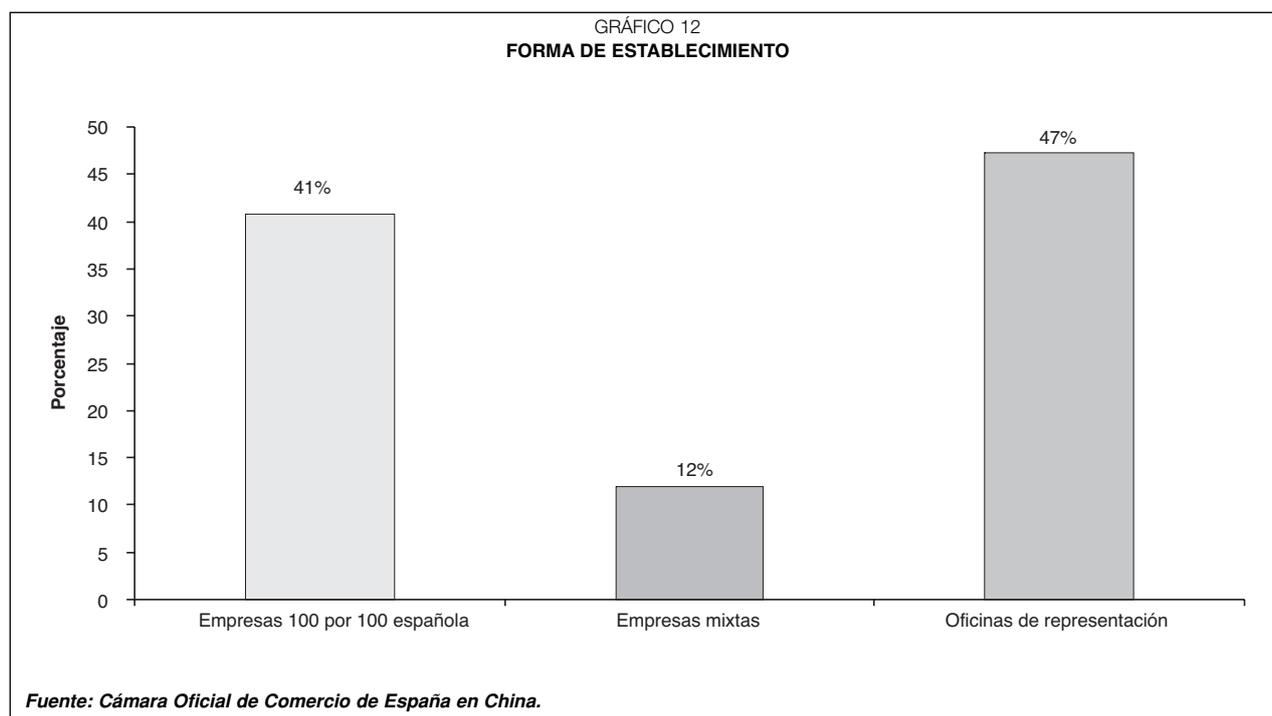
En el sector servicios, destaca el elevado número de empresas que ofrece servicios de consultoría. Además, existe también una considerable pre- ▷



sencia española en servicios jurídicos, financieros, logística, *trading*, e ingeniería.

Precisamente, el sector servicios es uno de los sectores mas regulados, lo que limita la entrada de las grandes empresas españolas. Algunas empresas españolas han elegido la entrada en los sectores

financieros y de telecomunicaciones por la vía de la adquisición de acciones de empresas chinas. Sin duda, la *vía de las fusiones y adquisiciones de empresas chinas* por parte de empresas españolas será una de las formas de entrada que más desarrollo tendrá en los próximos años. Esta estrate- ▷



gia de entrada ya se constata como la tendencia de los últimos años por parte de empresas americanas y europeas que desean entrar en el mercado chino de forma rápida mediante adquisición o fusión con empresas chinas.

3.6. Formas de establecimiento

El 41 por 100 de las empresas asociadas de la Cámara se ha establecido en China mediante la constitución de empresas de capital 100 por 100 español, frente al 12 por 100 que adopta la forma de sociedades mixtas o *joint ventures*. El 47 por 100 restante son oficinas de representación como se indica en el Gráfico 12.

Excluidas del análisis las empresas multinacionales asociadas, las empresas de capital 100 por 100 español emplean a más de tres mil personas, las empresas de capital mixto en torno a las mil cuatrocientas y las oficinas de representación cerca de las novecientas, según datos de finales de 2007.

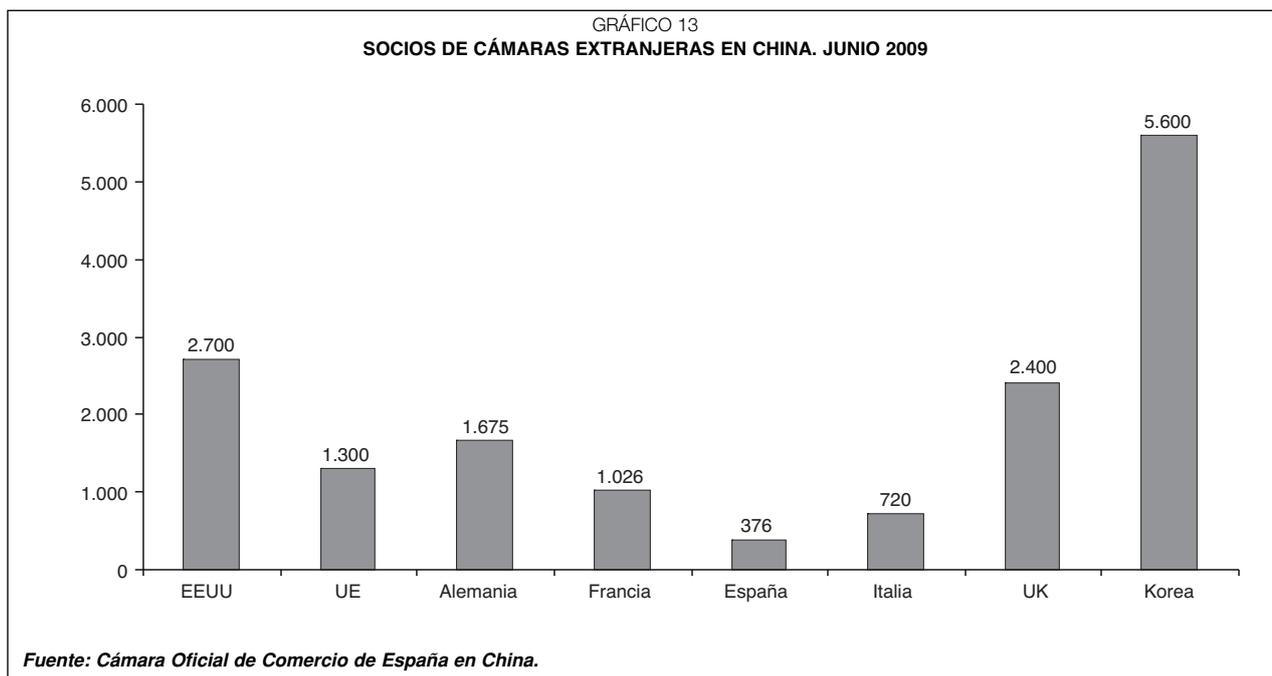
Por otra parte, aproximadamente el 60 por 100 de los directivos empleados por las empresas espa-

ñolas establecidas en China socios de la Cámara son de nacionalidad española.

4. Reflexiones desde un análisis de la presencia empresarial española en China comparado con la presencia de otros países desarrollados

Es interesante realizar un análisis de la presencia empresarial española en China comparado con la presencia empresarial de otros países desarrollados de nuestro entorno de la Unión Europea o de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE).

En el Gráfico 13 se compara la presencia empresarial extranjera en China a partir de los datos de socios de las Cámaras extranjeras en China, según datos de junio de 2009. Se puede comprobar como estamos muy lejos de las cifras de países de la Unión Europea, tales como Francia, Alemania o Reino Unido, si bien nos vamos acercando a la posición de Italia, que cuenta con 720 socios. Este gráfico recoge los datos de socios de las Cámaras extranjeras en China, que cuentan con idénticas ▷



limitaciones que la Cámara española, es decir, no incluyen a socios chinos. Además, ser socio de las mismas no es obligatorio, por lo que la presencia empresarial de estos países debe de ser muy superior a la que recoge este Gráfico.

Muchas de las empresas extranjeras enfocaron su entrada en el mercado chino como una forma de deslocalizar que les permitiera competir en sus propios mercados con unos costes muy inferiores. Otras empresas entendieron China como un mercado en sí mismo con un enorme potencial.

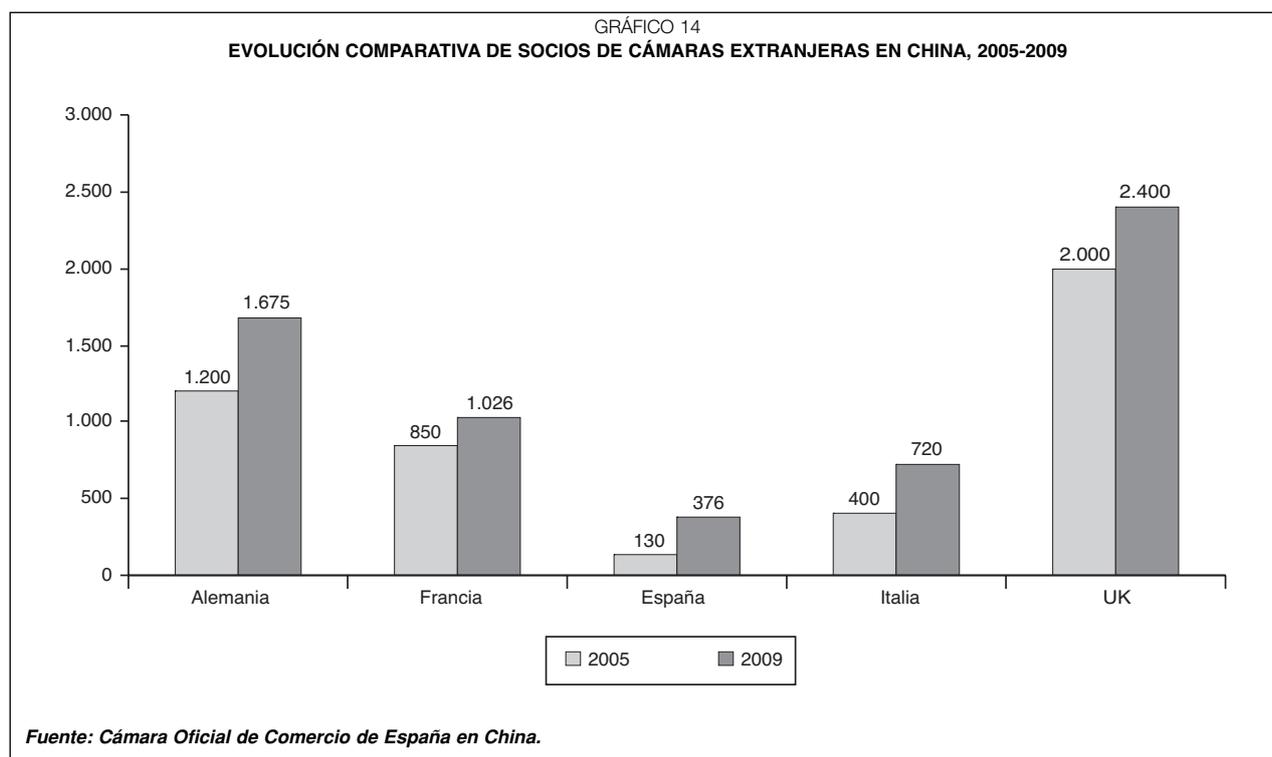
Cualquiera que sea la estrategia, lo cierto es que en un mundo cada vez más interrelacionado y globalizado, hoy en día las empresas no pueden dar la espalda al mercado chino. Si nuestros competidores están establecidos o tienen posiciones tomadas en China desde hace años, están muy posiblemente en una *situación global de ventaja competitiva*.

Se suele escuchar o leer con frecuencia el argumento de que nuestra presencia empresarial en China es inferior a la de otros países porque en las últimas décadas las empresas españolas han estado muy volcadas en sus inversiones en Latinoamérica, Norteamérica y Centro Europa, «descuidándose» de alguna manera el mercado asiático. Ese argumento puede ser más o menos válido, pero no nos

olvidemos de que nuestros principales competidores en Europa, franceses, alemanes, etcétera, así como otros países que compiten en el seno de la Unión Europea, tienen una presencia muy destacada en China, lo que les permite competir en su propio mercado con unos costes muy inferiores.

La apertura de centros productivos en China no tiene por qué implicar el cierre de fábricas en el país matriz, sino su evolución hacia unidades centradas en procesos más avanzados tecnológicamente y menos intensivos en mano de obra. Este modelo seguido por todos los países desarrollados tiene dos efectos positivos en el mercado nacional: las ventajas competitivas basadas en el valor añadido son más duraderas en tiempo y menos imitables, y los productos resultantes de la combinación de su producción en un país de bajo coste y la integración de la tecnología en sus últimas fases de producción son muchos más competitivos en todos los mercados.

Este proceso no tiene por qué ser traumático si se acompaña de unas adecuadas políticas de inversión en I+D+i, y una planificación suficientemente anticipada que permita readecuar el capital humano a un modelo productivo centrado en la cualificación y la prestación de servicios especializados. ▷



Esa desigual presencia de la empresa española en China, respecto a la de sus principales competidores, queda claramente patente en el número de empresas asociadas a sus respectivas cámaras en China.

En el Gráfico 14 se actualizan y comparan los datos de socios de Cámaras extranjeras en China de 2005 con los de 2009. Podemos comprobar que, de alguna manera, España ha sido el país europeo que en los últimos años ha tenido un incremento porcentual más elevado del número de socios de la Cámara respecto a 2005, si bien es cierto que teníamos una presencia muy modesta entonces.

Seguimos teniendo una presencia empresarial bastante modesta en China, pero cada vez más consolidada y de más peso, con proyectos de mayor envergadura.

5. El reto de la mediana empresa española en China

Las pequeñas y medianas empresas (pymes) españolas tienen una cita en septiembre en la Feria

CISMEF de PYMES de Guangdong, en la que España es país invitado, y que reunirá a cerca de 200 participantes españoles. Se trata de una oportunidad excepcional para mostrar las oportunidades de negocio que hay en China para el grueso de empresas españolas, la pequeña y mediana empresa, pero, sobre todo, oportunidades para la *mediana empresa*, ya que este mercado exige una importante dedicación de recursos humanos y económicos para penetrar en él de forma adecuada.

Deseamos que esta cita en Guangdong sea un éxito y que dentro de unos pocos años podamos volver a analizar en un nuevo artículo sobre presencia empresarial española en China, una nueva etapa de exitosos desembarcos de pymes españolas en China.

Bibliografía

- [1] CÁMARA OFICIAL DE COMERCIO DE ESPAÑA EN CHINA (2008): Directorio de la empresa española en China, Pekín.

