

La Comunitat alcanza en plena crisis el techo de inversión en China, con 13 millones de euros

Un informe del IVEX señala las mejores oportunidades de negocio en el sector sanitario y del lujo

■ E. PÉREZ

VALENCIA. China es un gigante que mostrará todo su potencial consumidor en los próximos años. Se calcula que en 2015 el país asiático comprará el 29% de los bienes de lujo del mundo. El incremento de

la renta, nivel de vida y la mejora del entorno empresarial están potenciando la demanda interna, según recoge un informe específico del Instituto Valenciano de la Exportación sobre este mercado.

El documento también subraya el espectacular crecimiento de la clase media en el país, que sobrepasará los 400-500 millones en 2015. Esta, indica el IVEX, es ya una de las mayores fuerzas en la economía china y será un factor de influencia en crecimiento, al adquirir sus miembros poder de compra en los siguientes años.

Ahora las oportunidades que detecta el instituto valenciano están relacionadas con áreas como la salud, factores demográficos, crecimiento ecológico y sostenible, artículos de lujo y ocio, y servicios.

Muchas empresas valencianas han apostado por dar el salto y establecer sus negocios en la segunda economía mundial, que prevé crecer este año un 7,5%. El directorio de la Cámara de Comercio de España en China incluye referencias de 4.000 empresas, algunas de nacionalidad china puesto que una fórmula de establecerse es asociarse con una firma local. Al margen, hay muchos negocios que exportan o importan mercancía de Asia o que inician relaciones comerciales con el país sin necesidad de establecerse físicamente.

La inversión valenciana en China experimentó un considerable aumento en 2010, cuando alcanzó su techo con 13,19 millones de euros, según datos del IVEX y del Consejo de Cámaras de España. El capital se destinó principalmente al sector textil (77%) y a la fabricación de caucho y plástico. Los datos del año pasado hasta septiembre reflejan una reducción drástica de la inversión, solo 100.000 euros.

Entre los negocios que se asientan en China, hay muchos relacionadas con sectores tradicionales en la Comunitat como el calzado, el mueble, el azulejo o el textil, pero también de otros vinculados al lujo como el que desarrolla Bronces

Mestre. Esta empresa familiar mantiene en Torrent su producción, pero ha deslocalizado la comercialización de sus productos, grifería y herrajes exclusivos para puertas.

También dentro del mercado más selecto, la firma de porcelanas Lladró está asentada en el país a través de su filial Disvasa Pacific, con sede en Hong Kong.

Dentro de la industria textil, Tutto Piccolo abrió fábrica en Cantón, una de las principales ciudades del Sur del país, que cuenta con uno de los puertos más relevantes. En la provincia de Jiangsu, el grupo de hilaturas Mataix, fundado en Banyeres de Mariola en 1952, invirtió 125 millones de yuanes -unos 15 millones de euros- en la compra de un terreno con oficinas y taller de 12.500 metros cuadrados.

El calzado también ha puesto pie en esta vasta región. La ilicitana Pikolinos tiene varias tiendas en China, y ese es el plan para un futuro próximo de Hispanitas, que abrió el año pasado sus primeros dos puntos de venta en el país.

El mayor comprador

En la distancia, China también es un buen negocio para las empresas. Es uno de los principales compradores de producto valenciano. Ocupa el décimo puesto, detrás de los destinos tradicionales (mercados europeos como Francia, Alemania, Italia, Reino Unido) y otros menos consolidados, como Rusia o Turquía. El año pasado, según el informe de Comercio Exterior, los chinos compraron a la Comunitat mercancía por 443,5 millones, un 47,7% más que el ejercicio anterior. Es el país con cierto volumen de compra que más las ha aumentado.

Muchas firmas que dan el salto a este u otro país buscan el asesoramiento de abogados y especialistas en diferentes mercados. Desde la consultora internacional SedeenChina explican que el interés ha ido al alza en los últimos años, algo que relacionan con la crisis, aunque no exclusivamente. Adrián Díaz, socio fundador y gerente de

la consultora, apunta también al potencial comprador del país frente al parón de demanda nacional.

SedeenChina tiene alrededor de 70 clientes, principalmente de España y Chile. China es el principal mercado del mundo «y se mueve mucho por contactos», explica Díaz, por lo que conocer a la persona adecuada puede abrir muchas puertas. Esa experiencia es la que ofrece esta consultora, además de adaptarse a lo que pide el cliente: desde crear redes comerciales en el país, showrooms en mercados que se adaptan al tipo de producto, campañas de publicidad... «Hoy en día las empresas ya no necesitan tener empresa propia en China», señala.

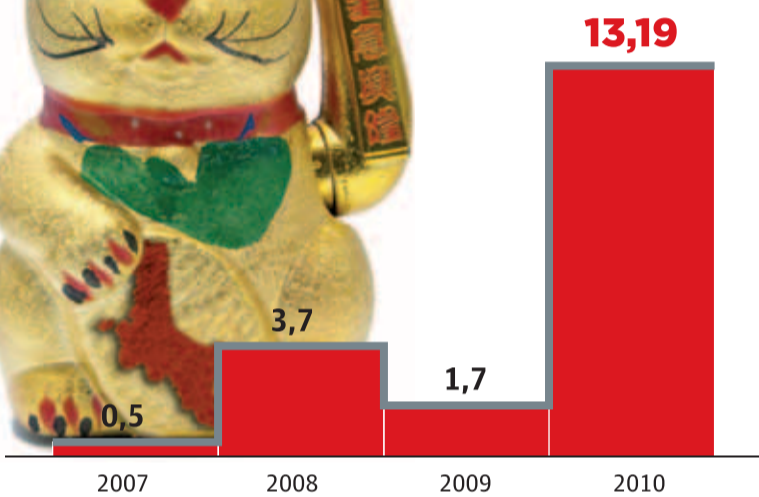
La consultora cuenta con un enlace en Valencia, el despacho Marín & Mateo Abogados. Llevan varios meses asesorando a empresas que quieren diversificar. José Mateo Ruescas, uno de los socios, asegura que hay inversores que quieren encontrar oportunidades de negocio en China dada las bajas rentabilidades que para grandes capitales ofrece el sistema financiero español. De hecho está asesorando al respecto a un inversor valenciano. Entre sus clientes también figura un despacho de arquitectos de Valencia, interesado en establecer algún acuerdo comercial con colegas chinos o con empresas constructoras. El letrado explica que los chinos valoran el diseño en las edificaciones (de hecho, los arquitectos españoles gozan de gran reputación) pero no dan importancia a la calidad en la construcción.

El socio de Marín & Mateo Abogados explica que los productos españoles más demandados son los alimentarios, y entre ellos el vino está cobrando especial relevancia. Y ello pese a la diferente cultura de consumo que tiene el país, donde no se toma vino acompañando a las comidas sino en las discotecas. Entre las 125 productoras españolas de vino con negocio en China hay bodegas valencianas como Mas de Bazán, de Requena, o El Angosto, de Ontinyent.



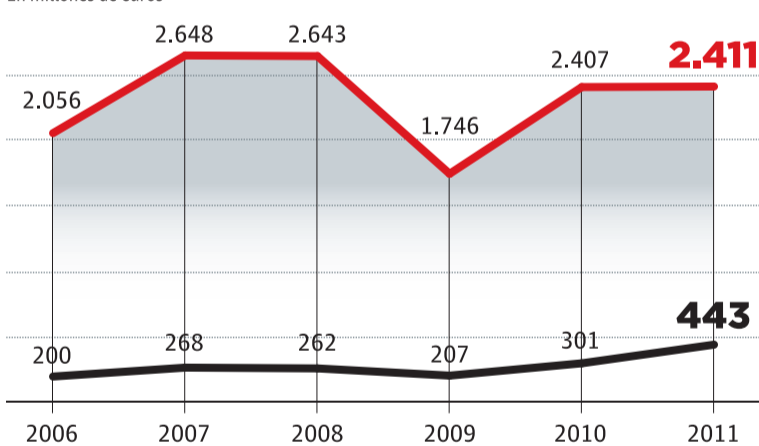
Presencia obligada

Inversiones de la CV en China
En millones de euros



Comercio con china

En millones de euros



Principales mercados de la CV

Año 2011. En millones de euros

Exportaciones

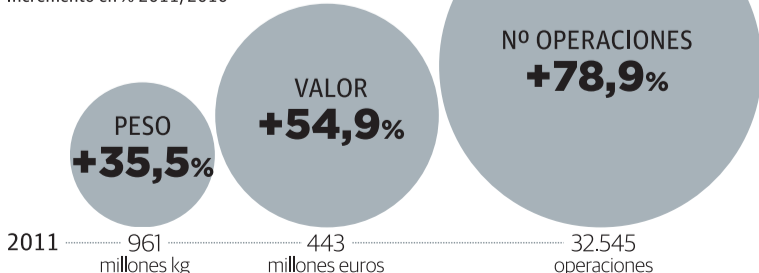
1.º	Francia	3.000,5
2.º	Alemania	2.184,6
3.º	Italia	1.854,1
4.º	Reino Unido	1.419,6
5.º	Portugal	993,6
10.º	China	443,5

Importaciones

1.º	China	2.411,5
2.º	Alemania	2.013,0
3.º	Italia	1.669,4
4.º	Francia	1.568,6
5.º	Reino Unido	963,2

Crecimiento de las exportaciones

Origen CV con destino China
Incremento en % 2011/2010



Fuente: IVEX

GRÁFICO LAS PROVINCIAS

BRONCES MESTRE



La empresa familiar lleva años trabajando con China, aunque fue a finales de 2009 cuando abrió oficinas en el país asiático.

Desde allí comercializan su producto, grifería y herrajes de alto valor añadido, en el continente. Hoy por hoy, explica su gerente adjunto, Ignacio Planell, China es el principal mercado de Bronces Mestre, en el concentra el 40% de las ventas.

HISPANITAS



La firma de calzado y bolsos de Petrer tiene dos tiendas propias. Una ubicada en los grandes almacenes Lotte de Tian Jin, ciudad que cuenta con cerca de 13 millones.

El segundo espacio se sitúa en el Central Department Store de Hangzhou, capital de la provincia de Zhejiang, con 6 millones de habitantes. El objetivo es cerrar este año con una decena de puntos de venta.

HILATURAS MATAIX



La planta que tiene el grupo Mataix en una ciudad próxima a Shangai dispone de una capacidad de producción

de 1.300 toneladas anuales de hilados de fibras celulósicas en color, según un documento de la Secretaría de Estado de Comercio Exterior. En 2010, el grupo facturó 40 millones de euros y produjo en torno a 11.000 toneladas anuales.