

El futuro de la economía china y de la enseñanza del español para sinohablantes

AMADEO JENSANA
Casa Asia (Barcelona)

1. Reflexiones sobre las relaciones entre España y China

1.1. Asia como centro del desarrollo económico mundial

El papel de Asia como uno de los principales motores de la economía mundial ya no es ninguna novedad, y en este sentido las cifras corroboran el desplazamiento progresivo de la economía mundial hacia esta zona: el crecimiento medio de los países asiáticos en el año 2012 fue del 6,1%, y varios servicios de análisis como Euromonitor indican que en el año 2020 tres de las cuatro mayores economías mundiales estarán en Asia (China, India y Japón).

El conjunto de la región se encuentra, por tanto, en una situación inmejorable para afrontar los desafíos que se presentan en los próximos años: las cuentas públicas están en general saneadas, las empresas generan beneficios y el nivel educativo y tecnológico de los países aumenta año tras año. Es cierto que las perspectivas de crecimiento para el año 2014 no son tan buenas, en especial por la disminución de la demanda mundial.

En este contexto, la relación de España con estos países resulta de fundamental para nuestro futuro, por lo que es importante potenciar algunos elementos clave todos estos países de la región de Asia Pacífico. Me gustaría mencionar unos cuantos:

- Las exportaciones hacia Asia han aumentado de una forma considerable durante los últimos años. Por poner dos ejemplos, las exportaciones hacia China crecieron un 23% y hacia India un 10% en el año 2011 con respecto al 2010. Asia, por otra parte, representa un 8% del total de las exportaciones españolas, mientras hace algunos años representaba tan solo un 5% del total. Por tanto, estamos mejorando en sectores como los productos agroalimentarios, materiales de construcción, productos químicos, maquinaria, etc. Aún existe un importante déficit comercial con toda la región, pero nuestras empresas están empezando a entender la importancia de estos mercados.

- La presencia vía inversión de empresas en la región Asia-Pacífico es también cada vez más importante. En este sentido, me gustaría destacar la importante actividad de empresas españolas de infraestructuras en países como Australia o India, las adquisiciones que la banca está haciendo en China, o el desembarco de muchas empresas de moda en el conjunto de países de la región. Si en el año 2003 había unas 200 empresas españolas en China, en estos momentos el número ha ascendido a casi 600, y además de las PYMES cabe destacar que la gran empresa española también ha desembarcado en éste y otros países.

- Un tercer aspecto a destacar son las inversiones asiáticas en España, puesto que tenemos que trabajar más activamente en incentivar la actividad inversora. Tengo conocimiento de la



destacada presencia que las compañías japonesas tienen en Cataluña, y sin duda tenemos que convencer a los chinos e indios de las posibilidades que ofrece el país. Iniciativas como la de Hutchinson en el Puerto de Barcelona o la de la apertura de las oficinas del Industrial and Commercial Bank of China en Madrid y ahora en Barcelona van en la dirección correcta, pero existen muchas posibilidades que aún no hemos acabado de explotar.

- Adicionalmente, cabe destacar algunas otras oportunidades que tenemos en relación con el continente asiático. La primera de ellas hace referencia al sector turístico, puesto que según las previsiones China será ya este año en mayor emisor de turistas del mundo, superando a Estados Unidos. No debemos de olvidar tampoco a países como Japón, que tradicionalmente ha sido el mayor emisor de turistas en la región hacia España, o nuevos mercados emisores como la India o los países de la ASEAN.

- Por último, también hay que prestar atención no tan solo a las grandes potencias asiáticas, sino también a países menos conocidos pero igualmente importantes: por ejemplo, tal y como les mencionaba anteriormente, estamos exportando y consiguiendo grandes contratos en Australia, pero también se ha firmado recientemente un tratado de libre comercio con Corea del Sur, que hará mucho más competitivos nuestros productos con respecto a competidores de terceros países fuera de la UE por las rebajas arancelarias. Por último no hay que olvidar a los países de la ASEAN, en especial a Indonesia, Singapur, Vietnam, Malasia, Tailandia o Filipinas.

1.2. El futuro económico de China



Fig. 1: Crecimiento económico de China. Fuente: National Bureau Statistics of China

Tal y como podemos observar en el anterior cuadro los últimos tres años se han caracterizado por una ralentización del crecimiento en China, que ha llevado a muchos expertos a

preguntarse sobre la salud del gigante asiático.

Claramente nos encontramos ante un periodo de inflexión tras tres décadas de continua expansión que han acabado consolidando a China como la segunda potencia mundial y la primera potencia exportadora. En efecto, tras la entrada del país en la organización mundial del Comercio a finales del año 2011, el volumen de comercio exterior del país (importaciones y exportaciones) se ha multiplicado por siete.

- Por un lado, se redujeron considerablemente los aranceles y el sistema de cuotas para determinados sectores (como el textil) vigentes hasta la fecha, por lo que los productos chinos y de multinacionales extranjeras que empezaron a producir en china se multiplicaron, convirtiendo al país en un gran centro mundial de producción.
- También se produjo una liberalización considerable en el ámbito de los servicios, que permitió el acceso al mercado chino de una gran cantidad de empresas extranjeras en sectores como el industrial, la banca, las telecomunicaciones, la distribución comercial, etc. Si bien aún existen determinadas barreras en ámbitos estratégicos para el gobierno chino, en la actualidad el acceso al mercado en la mayoría de casos es prácticamente el mismo que podría tener una empresa local.
- Si bien se trata de un aspecto enormemente cuestionado, China se comprometió a respetar los derechos de propiedad intelectual adaptando su normativa a los estándares de la OMC. Tras más de una década desde la firma del acuerdo, la normativa está completamente adaptada, pero el cumplimiento de dicha normativa deja todavía mucho que desear.
- Por último, China se sometió a los tribunales de la OMC, de forma que podía interponer demandas y ser demandado por incumplimiento de las condiciones de acceso. En la práctica han habido numerosos contenciosos con China, tanto por temas relacionados con la propiedad intelectual como por dificultades de acceso al mercado o subvención de industrias locales por parte del Gobierno.

Sin embargo, este proceso de expansión que como vemos ha estado basado en dos ejes (las exportaciones y la inversión extranjera) está empezando a agotarse por diversas circunstancias.

En primer lugar, la crisis económica mundial está demostrando que un modelo económico no puede tan solo basarse en las exportaciones, ya que un exceso de especialización y de concentración en determinados productos puede conllevar la desaparición de numerosas fábricas y puestos de trabajo en un corto espacio de tiempo.

Por otra parte, se trata de un modelo intensivo en el consumo de recursos energéticos y materias primas, además de resultar altamente contaminante. En efecto, los problemas de contaminación del agua, desertificación y polución en las grandes ciudades son cada vez más notorios, hasta el punto de que la Organización Mundial de la Salud ha indicado que 16 de las 20 ciudades más contaminadas en el mundo se encuentran en China¹, con todo el coste sanitario que esto implica.

Por último, el alza de los costes salariales y las necesidades de dotar a la población de mayores beneficios sociales (pensiones, desempleo, seguro médico, etc.) aconsejan cambiar el

¹ <http://www.bloomberg.com/news/2013-01-12/beijingers-told-to-stay-indoors-as-pollution-hits-record.html>

modelo económico chino a fin de poder obtener más recursos con el que dotar de mejores condiciones de vida a los habitantes del país.

En este sentido, cabe recordar que muchos países de ingresos medio-bajos pero de rápido desarrollo han fallado en la transición a la hora de convertirse en países desarrollados, por lo que es previsible que el gobierno chino esté intentando realizar esta transición de forma gradual y segura, como ha estado haciendo en anteriores ocasiones.

La transformación que se está produciendo en China tiene, según se anuncia en el 12 plan quinquenal, tres importantes ejes:

El primero de ellos es la transformación de una economía netamente exportadora y receptora de inversión extranjera en una economía cada vez más dependiente del consumo interno, de forma que se acerque más a los patrones de los países desarrollados. En Estados Unidos o Europa el porcentaje del PIB dependiente del consumo suele fluctuar entre el 60-70%, mientras en China apenas alcanza el 40%. Por tanto, hay un largo camino a recorrer en este aspecto, pero en todo caso se está realizando de una forma progresiva y poco traumática.

El segundo consiste en cambiar la política industrial basada en la expansión cualitativa por otra de tipo cuantitativo, en la que prime el nivel tecnológico de los productos a la consecución de economías de escala para rebajar costes. El argumento es claro en este sentido, ya que el beneficio por cada unidad de producto que se obtiene de la subcontratación es bajo, mientras que la inversión en investigación y desarrollo debería de permitir mayores beneficios con un menor desgaste medioambiental y en materias primas. Ya estamos observando algunos aspectos de esta política en el hecho de la aparición de nuevas multinacionales chinas en sectores punteros como es el hardware para las telecomunicaciones (Huawei o ZTE), la biotecnología u otros. Por otra parte, en el año 2012 la State Intellectual Property Office del gobierno chino anunció que había recibido más de 600.000 solicitudes para patentes en China, un record histórico que supera las cifras de grandes potencias tecnológicas como Estados Unidos o Japón.

Año	Número de patentes
2008	203,481
2010	391,177
2011	435,608
2012	652,777

Tabla 1: Número de aplicaciones para patentes en China.

Fuente: WIPO (World Intellectual Property Organisation)

El tercer eje es el desarrollo del sector servicios, en detrimento de la expansión industrial. En estos momentos, aproximadamente el 50% del PIB dicho depende de la industria. Esto ha sido una ventaja para el desarrollo económico de China, hecho que ha proporcionado una gran oportunidad a millones de trabajadores del sector primario para poder abandonar las tareas agrícolas y aumentar sus ingresos. Sin embargo, la industrialización, tal y como ya hemos mencionado, ha originado también numerosos problemas, entre los que se encuentra la polución medioambiental y la necesidad de más recursos energéticos y materias primas que no siempre se han podido conseguir.

Por estos motivos, China está desarrollando una mayor actividad en el sector servicios (banca, turismo, seguros, servicios profesionales, etc.) a fin de tener una estructura más parecida a la de los países desarrollados.

1.3. Las relaciones económicas entre España y China

China ha sido, durante la pasada década, uno de los principales países receptores de inversión extranjera directa a nivel mundial. Las empresas españolas no han permanecido ajenas a este hecho, y desde mediados de los 80 han intentado, con mayor o menor fortuna establecerse en este mercado, ya sea para la venta de sus productos, ofreciendo determinados servicios o subcontratando actividad industrial.

Las primeras aventuras destacables en este mercado vinieron de la mano de empresas como Chupa Chups, Panrico o Nutrexpa, que a través de socios locales intentaron introducirse en el mercado de productos de consumo chino con desigual fortuna. También destacan casos como el de Als, empresa de transportes por autocar que ha acabado teniendo una importante presencia en el mercado chino.

Los años posteriores vinieron marcados por la presencia de empresas industriales, muchas de ellas de mediano tamaño, que o bien subcontrataban su producción en China o bien producían para el mercado local. Así, grupos como Mondragón, Ficosa o Técnicas Reunidas iniciaron un proceso de expansión en el mercado chino que, en muchos casos, ha resultado tener mucho éxito. El acceso al sector servicios estaba todavía muy restringido, por lo que los grandes bancos españoles se limitaban a operar a través de oficinas de representación.

Todo esto cambió con la entrada de China en la OMC, de forma que la mayoría de sectores han quedado liberalizados. Desde entonces, grandes grupos de distribución minorista como Inditex, Mango, Día han iniciado un importante proceso de expansión por toda china, y compañías como Telefónica o bancos como la Caixa, BBVA o recientemente el Santander han adquirido participaciones en compañías locales como forma para tener un mayor acceso al mercado. También destaca la presencia de empresas de energías renovables (como es el caso de Gamesa) o de grupos de alimentación como Torres o Freixenet.

En la actualidad, unas 500 empresas españolas tienen presencia en el mercado chino a través de implantaciones industriales, empresas comerciales u oficinas de representación. No se trata de un grupo numeroso, teniendo en cuenta la amplia presencia internacional en este mercado.

Las cifras de inversión varían mucho de un año a otro, en función de los proyectos de las grandes empresas españolas en el país. En el año 2011 fue de 556 millones de euros, si bien podemos encontrar años en los que no supera los 100 millones y años en los que es superior a los 1.000 millones.

Por lo que respecta a los flujos comerciales, en el año 2012 las exportaciones españolas a China alcanzaron los 3.700 millones de euros, mientras las importaciones fueron de unos 17.000 millones. España exporta maquinaria, productos químicos y farmacéuticos, componentes de automoción y productos agroalimentarios, importando equipos de hardware, electrónica y ropa.

Como podemos observar, el desequilibrio es importante, aun teniendo en cuenta el



aumento de las exportaciones al gigante asiático. Este déficit crónico es difícil de solventar debido al tejido industrial de los dos países, pero cabría esperar una mejora de la balanza comercial teniendo en cuenta el aumento de la competitividad de las empresas españolas en mercados exteriores. En especial, una mejora de la imagen de marca contribuiría de forma notable al aumento de las exportaciones en sectores como el agroalimentario, la moda o los productos de lujo.

2. El futuro de la enseñanza del español para sinohablantes

2.1. Situación actual

Según datos publicados por el Instituto Cervantes, había en el año 2012 unos 4.500 chinos estudiando en España, la mayoría de los cuales opta por estudios relacionados con la economía y la administración y dirección de empresas. Entre otras razones, esto es debido a que tres escuelas de negocios españolas (IESE, ESADE y el Instituto de Empresa) se encuentran en las primeras posiciones en los rankings mundiales según prestigiosas publicaciones como el *Financial Times*, lo cual ha motivado que un importante número de estudiantes chinos se desplace a España a cursar MBAs. Por lo que respecta al aprendizaje del español, del total de estudiantes chinos abarca tan solo el 13% aproximadamente. Se trata, por tanto, de una cifra relativamente baja si tenemos en cuenta el alza del interés en el aprendizaje del idioma y la oferta existente tanto por parte de universidades como de escuelas privadas de idiomas. Por lo que respecta al número de estudiantes de español en China, la cifra estaría en torno a los 25.000, según el propio Instituto.

2.2. Análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades) en el futuro de la enseñanza de español para sinohablantes

Debilidades:

- **Rankings:** En el sistema educativo chino los rankings de las universidades son un factor crucial, de forma que los alumnos desean ir a universidades con el mejor ranking posible independientemente de otros aspectos como pueden ser la calidad educativa o el entorno. Por esta razón, no es fácil obtener alumnos de las mejores universidades chinas si las universidades españolas no mejoran en los rankings internacionales.
- **Escasa relación comercial:** Tal y como hemos podido observar, los volúmenes de inversión y de intercambio comercial entre España y China son aún bastante escasos, por lo que dado el talante práctico de los estudiantes chinos tiene una cierta lógica que prioricen otros idiomas de países como Alemania o Francia, con los que existe una relación comercial más fluida y abundante, de forma que el aprendizaje del idioma pueda constituir una oportunidad laboral de mayor peso.
- **Gestión de visados, vuelos directos:** Si bien se ha avanzado de forma considerable en los últimos dos años, aún existen importantes trabas para la consecución de visados y para el desplazamiento a España en comparación con otros destinos, lo cual desincentiva a los alumnos a venir a nuestro país.



- **Oferta fragmentada:** En un país tan extenso como China es difícil conseguir resultados globales si la oferta está muy fragmentada y no existe un plan de promoción conjunto de las diversas universidades y centros de enseñanzas de lenguas. Si bien esto se está paliando en parte con la participación en ferias y a través de fundaciones como universidad.es, aún queda mucho por hacer en este sentido.
- **Carencia de profesores cualificados:** Según el último informe del Instituto Cervantes sobre la enseñanza del español en China, la carencia de profesores cualificados constituye una de las principales barreras para una mayor proliferación de los estudios del español en China. Por tanto, tan solo una parte de los estudiantes que lo solicitan pueden estudiar español.

Amenazas:

- **La importante relación entre China y América Latina:** Tras el viaje que Hu Jintao realizó a varios países de América Latina en el año 2004, los vínculos entre ambas zonas se han estrechado de forma considerable. Así, América Latina proporciona recursos naturales y energéticos a China, mientras China se ha comprometido a realizar fuertes inversiones en la zona, que poco a poco se están materializando. Dado el carácter práctico de los estudiantes chinos, preferirán estudiar en países con un fuerte vínculo comercial a China que en aquellos países donde dicho vínculo es más débil, como es el caso de España.
- **Exceso de demanda y falta de oferta cualificada (en China):** Tal y como anunciábamos con anterioridad, la falta de profesores y el plazo de espera que algunos alumnos tienen que soportar para conseguir una plaza podría derivar en que éstos escojan un idioma u otra disciplina con mejor oferta.
- **Escasos recursos para la promoción:** Tras la crisis económica del año 2007, han disminuido de forma drástica los recursos que se pueden dedicar a promocionar la oferta de enseñanza del español, lo cual puede incidir negativamente en el número de alumnos.

Fortalezas:

- **La sintonía entre España y China a nivel político:** Hasta la fecha no ha habido grandes conflictos bilaterales entre ambos países, y España es uno de los pocos países con status de “partner estratégico” para China dentro de Europa. Esto hace que el desarrollo de programas bilaterales o el apoyo del gobierno chino a las iniciativas que provengan de España será más fácil que con respecto a otros países.
- **El Instituto Cervantes:** El hecho de que el Instituto Cervantes se estableciera en Pekín en el año 2006 fue una excelente noticia para la promoción del español y de la cultura en este país. Si bien queda un largo camino por recorrer lo cierto es que sus más de 5.000 alumnos son una prueba de la importancia que el centro tiene para la promoción de las relaciones en el ámbito cultural y de la enseñanza del español.
- **La creciente importancia del español en el mundo:** El español ya es la segunda lengua del mundo, y su importancia será creciente en el futuro. La enseñanza de este idioma, por tanto, es una apuesta necesaria en un país que quiere establecer relaciones a nivel



internacional como parte de su estrategia futura.

- **La oferta española:** España dispone de una buena oferta para la enseñanza del español tanto a través de sus universidades como de centros privados. Si bien esta oferta aún no es muy conocida y existen diversos factores restrictivos que ya hemos mencionado, si se adoptan las estrategias adecuadas es posible aumentar de forma considerable el número de alumnos chinos que se desplacen a España con motivo del estudio del idioma.

Oportunidades:

- **El atractivo cultural de España:** España resulta un país de un tremendo atractivo cultural para los asiáticos en general, tanto por su riqueza cultural como por su gastronomía, arquitectura, o por la calidad de vida. Si bien China tiene en estos momentos la economía como interés primordial, lo cierto es que la proliferación de clases medias y altas con un ávido interés por la cultura podría atraer a numerosos estudiantes con otros intereses además del puramente económico.
- **La puerta de entrada hacia América Latina:** Si bien se ha mostrado antes como una amenaza, lo cierto es que la privilegiada posición española en América Latina en sectores como la banca, las telecomunicaciones o la distribución puede también resultar de interés para los alumnos chinos que tengan una visión más amplia del espacio iberoamericano y de la importancia de España en él.
- **El crecimiento de la demanda:** Según todas las fuentes a las que tenemos acceso, la demanda de enseñanza para chinos es un mercado creciente que no parece detenerse. Con una oferta adecuada, por tanto, podría crecer de una forma continuada durante los próximos años, si se corrigen los problemas existentes.
- **Los acuerdos en materia de educación entre España y China:** Los ministerios de educación de ambos países firmaron un acuerdo de colaboración en 2007 para la homologación de títulos, un paso firme para aumentar el flujo de estudiantes desde China hacia España, al establecer un marco más favorable que el que puede existir con otros países.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Asian Development Bank: "Asian Development Outlook 2014".
- Bregolat, E. (2008): La segunda revolución china, Ed. Capital Intelectual.
- Instituto Cervantes (2012): El español en el mundo. Anuario del Instituto Cervantes 2012, Madrid, Instituto Cervantes.

