

Las inversiones alemanas en China se duplican

Contrario a las recomendaciones que hablan de reducir la dependencia de China en vista de los riesgos geopolíticos, las empresas alemanas le siguen apostando a ese mercado para vender sus productos, y a ese país como lugar de producción. En el primer semestre de 2024, empresas alemanas han invertido en China 7.3 mil millones de Euros, más que los 6.5 mil millones de todo el año 2023. De continuar esa tendencia, a finales de 2024 se podrá haber duplicado el monto.

Porqué los empresarios hacen caso omiso de las advertencias de los políticos? Claramente las empresas, que en su mayoría tienen una larga experiencia de operar en China, están viendo mas oportunidades que riesgos. Y por supuesto esperan que la política tome en cuenta su punto de vista y modere su actitud alarmista respecto a la relación comercial con China. “Necesitamos más compromiso y cooperación, no retirarnos o confrontarnos”, dice Michael Schumann, el presidente de la Asociación para Fomento Económico y Comercio Exterior de Alemania.

China es el principal socio comercial de Alemania desde hace 8 años. La suma de exportaciones e importaciones en 2023 fue de 254.5 mil millones de Euros, ligeramente más que con Estados Unidos con los que se intercambiaron 252.6 mil millones. Curiosamente, el déficit que Alemania tiene con China de 59.8 mil millones se compensa con el superávit con Estados Unidos de 63.3 mil millones.

La industria automotriz representa una buena parte de los intereses alemanes en China. No solo se trata de defender una participación en el mercado chino, que si bien ha disminuido en los últimos años, sigue siendo sumamente relevante para el negocio global de las armadoras. El Grupo Volkswagen, por ejemplo, sigue vendiendo 30% de su volumen mundial en China. Además, se trata de participar de cerca en el entorno mas innovador en lo que se refiere a autos eléctricos y sistemas de asistencia al conductor.

Volkswagen invierte 2.5 mil millones de Euros en un nuevo centro de diseño y producción en la ciudad de Hefei. Aparte de mantener la asociación que tiene hace décadas con las armadoras chinas SAIC y FAW, ha buscado nuevos socios tecnológicos como por ejemplo Xpeng y Horizon Robotics. Igualmente, BMW está ampliando su planta en Shenyang, y las empresas proveedoras ZF y Bosch hacen lo propio.

Aunque la posición política, tanto a nivel europeo como en la misma Alemania, ha enfriado notablemente las relaciones entre China y la Unión Europea, las empresas siguen empeñadas en defender su presencia en ese gran mercado. Lo que si está sucediendo es reducir la dependencia de insumos chinos para otros mercados, y viceversa integrar localmente la cadena de suministro para los productos que se venden en China. De esa manera se espera mitigar los riesgos geopolíticos sin abandonar la presencia en un mercado con cientos de millones de consumidores.

México puede apoyar y aprovechar esa estrategia, convirtiéndose en proveedor sustituto de componentes que antes provenían de China, no solo para Estados Unidos, sino también para la

El pulso de la industria por Thomas Karig

Unión Europea. Y seguramente vamos a ver en el futuro nuevos modelos de autos que las marcas tradicionales desarrollan en China, saliendo de las líneas de ensamble mexicanas para ser vendidos en Norte y Sudamérica.