

NOTA DE PROSPECTIVA N° 1/2007

**ASUNTO: Una nueva forma de proteccionismo en China:
mala publicidad de las empresas extranjeras**

www.falternativas.org

Un reciente informe de la Comisión Europea alerta de que las barreras no arancelarias impuestas por China en doce sectores, suponen unas pérdidas comerciales anuales de más de 21.400 millones de euros.

Una nueva forma de proteccionismo, que no se aborda en ese informe y que también está afectando a sectores que no se incluyen en dicho documento, como el textil y el alimentario, es el cuestionamiento de los estándares de calidad de las empresas extranjeras.

En esta campaña que cristaliza en mala publicidad para las empresas extranjeras participan tanto las autoridades gubernamentales como los medios de comunicación locales. Esta medida es enmascarada dentro de una política de defensa de los derechos del consumidor.

Los objetivos de esta campaña son reducir la popularidad de las marcas extranjeras en el mercado chino y presionar a otros países, en este caso la UE, para que abra más sus mercados a los productos chinos en sectores tan sensibles como el textil y el calzado.

Algunas empresas españolas que ya se han visto afectadas son el Grupo Inditex y Mango. En enero de este año, inspectores de la Oficina Administrativa de Industria y Comercio de Shangai procedieron a la evaluación de 40 marcas de ropa extranjeras. 17 de ellas dieron resultados negativos, entre ellas Zara y Mango.

En el caso de Zara se aseguraba que una de sus faldas contenía el doble de formaldehído permitido, alertando de sus posibles consecuencias sobre el sistema respiratorio y la piel. Asimismo, se denunciaba que una chaqueta de mango contenía más pH

del permitido y que la etiqueta de uno de sus abrigos, marcaba que contenía un 20 por ciento de cachemira, cuando sólo contenía un 1,7.

Asimismo, desde febrero, la Administración General de Supervisión de Calidad, Inspección y Cuarentena junto con las aduanas locales ha realizado análisis exhaustivos de textiles importados, lo que ha supuesto la prohibición de la venta de camisetas de Zara fabricadas en Portugal.

Estas informaciones han tenido una amplia difusión en medios chinos como la agencia oficial de noticias Xinhua, los periódicos China Daily, Shanghai Daily y Beijing News.

Las críticas a la calidad de estas empresas, y otras como Armani, Burberrys o Chanel, muy superior a la media de las empresas chinas, contrasta con la escasa publicidad que se da a los frecuentes casos en que la baja calidad de los productos chinos deriva en lesiones o incluso en la muerte de sus usuarios.

Teniendo en cuenta que esta campaña ha afectado a empresas como Häagen-Dazs, Heinz, Kraft y Nestlé, no es descartable que pudiese salpicar al Grupo Nutrexpá en el futuro.

Las Notas de Prospectiva son análisis breves que alertan sobre cambios sociales, políticos o económicos, que están teniendo lugar bajo la superficie de los acontecimientos; cambios susceptibles de afectar a la acción exterior de España y/o la Unión Europea.



www.falternativas.org