CIDOB opinion

E-ISSN 2014-0843

SOFT POWER VERDE: la nueva estrategia china en Europa

Javier Borràs, investigador, CIDOB

En un contexto de tensiones geopolíticas, China ha encontrado en las tecnologías verdes un canal para reparar las relaciones económicas y diplomáticas con Europa. Mediante el sector del vehículo eléctrico, Beijing está construyendo una nueva forma de prestigio y soft power internacional.

834

MAYO
2025

En los últimos cinco años, las relaciones entre la Unión Europea y China han estado caracterizadas por tensiones y por una percepción europea negativa de Beijing. La pandemia de la COVID-19 y la guerra de Ucrania generaron debates sobre los riesgos de las interdependencias económicas, y el reto de la proximidad entre Beijing y Moscú. El reacercamiento transatlántico durante el mandato de Joe Biden y el apoyo estadounidense al gobierno ucraniano contribuyó a que diversos países europeos apostaran por una posición más agresiva hacia Beijing y de alineamiento con Washington. Sin embargo, el retorno de Donald Trump al poder está resquebrajando estos equilibrios. En los últimos meses la Unión Europea está lanzando aperturas simbólicas y suavizando su retórica hacia China para consolidar su posición internacional más allá del erosionado bloque occidental. Se trata de un proceso de reconstrucción de vínculos económicos y políticos que ya había empezado a tejerse de manera discreta en Europa, incluso antes del retorno de Trump, a través de uno de los sectores más importantes de la economía china: los vehículos eléctricos (VE).

Mediante un aumento de las inversiones en tecnología verde en territorio europeo, China ha podido mejorar su imagen en diversos países europeos, generando empleo y ofreciendo productos de calidad a precios competitivos. Más allá de los despachos de Bruselas, diversos gobiernos locales y centrales de estados europeos han aumentado las relaciones con China a través de este sector. China se ha posicionado en los últimos años como la gran potencia verde, generando un *soft power* que le ha ayudado a reconstruir lazos con una Europa con objetivos climáticos similares.

Internacionalización privada, ganancias geopolíticas

En los últimos cinco años de enfriamiento de relaciones políticas entre la UE y China, el sector del vehículo eléctrico ha sido central en mantener las relaciones económicas entre ambas potencias. En 2023, las inversiones en

Todas las publicaciones expresan las opiniones de sus autores/as y no reflejan necesariamente los puntos de vista de CIDOB o sus financiadores.

el campo de los VE ya acaparaban el 70% de la inversión extranjera directa de china en Europa. La nueva manufactura verde de China en Europa ha estado mayoritariamente concentrada (85%) en el sector de las baterías, con nuevas fábricas anunciadas en los últimos años en países tan variados como Hungría, Francia, Alemania, Eslovaquia, España o Polonia. Además, la Unión Europea es ya el mayor mercado de las exportaciones de VE fabricados en China.

Esta internacionalización de empresas del sector del vehículo eléctrico en Europa no fue una estrategia premeditada del gobierno de Beijing, sino que fue iniciada principalmente por el sector privado chino, a causa del alto nivel de competencia interna en el país asiático. Después de años de una política industrial altamente exitosa, China se ha consolidado como la gran potencia del vehículo eléctrico, produciendo el 60% de los VE y el 80% de las baterías al nivel mundial. De la política industrial china han podido beneficiarse tanto empresas locales como BYD, como también extranjeras produciendo en China, como Tesla, lo que ha generado una feroz competencia interna a pesar de las distorsiones de mercado que suelen generar los subsidios y ayudas públicas. China, además, se ha posicionado como un polo principal de alta innovación en baterías, las cuales representan actualmente más de un tercio del coste de un VE.

El sector de las tecnologías verdes ha podido sortear las dinámicas de securitización y reducción de riesgos (de-risking, en inglés) que han marcado la estrategia de la UE respecto a China en estos años de enfriamiento geopolítico. Al contrario que otras tecnologías como el 5G o la IA, los vehículos eléctricos no son percibidos como un riesgo significativo para la seguridad nacional o la defensa.

Sin embargo, en un contexto de reducción de la demanda interna por la ralentización económica china y frente a un nivel de oferta muy competitivo, empresas chinas -y también extranjeras fabricando en China- consideraron que necesitaban ampliar los mercados en los que poder vender sus productos. Para asegurar nuevos consumidores, evitar aranceles y mitigar medidas políticas adversas, diversos fabricantes de vehículos eléctricos y baterías han apostado por no sólo vender en Europa, sino fabricar en Europa. Esto ha generado nuevos vínculos económicos entre China y la UE, y ha ayudado a tejer relaciones políticas más positivas entre empresas y autoridades chinas y los gobiernos receptores de inversión a nivel europeo. La posición central que ha tomado el VE en estas relaciones bilaterales ha quedado patente en la centralidad que ha tenido el sector en las visitas diplomáticas de dirigentes europeos a China en los últimos años, como por ejemplo las de Giorgia Meloni o Pedro Sánchez.

Protección de industrias y emergencia climática

El sector de las tecnologías verdes ha podido sortear las dinámicas de securitización y reducción de riesgos (de-risking, en inglés) que han marcado la estrategia de la UE respecto a China en estos años de enfriamiento geopolítico. Al contrario que otras tecnologías como el 5G o la IA, los vehículos eléctricos no son percibidos como un riesgo significativo para la seguridad nacional o la defensa. Además, su auge encaja con los objetivos climáticos ambiciosos que tanto la Unión Europea como China comparten, con objetivos de neutralidad de carbono en 2050 y 2060, respectivamente. El éxito en el campo de los vehículos eléctricos y las energías renovables de China es unos de los pocos vectores mediante los que Beijing puede ejercer cierto *soft power* en Europa a través de una imagen climática positiva y un prestigio como líder en el sector.

Sin embargo, esta capacidad de posicionamiento chino no ha estado exenta de tensiones en la UE y sus estados miembros. Por ejemplo, cuando la Unión Europea decidió implementar aranceles de hasta un 45% a los vehículos eléctricos fabricados en China, con el objetivo de proteger a la industria automovilística europea, diversos estados miembros votaron en contra o se abstuvieron, debido a sus prioridades de mantener su presencia industrial en China, o atraer y/o consolidar inversiones chinas en sus territorios nacionales. Además, la existencia de estos aranceles señala un *trade-off* crucial al que se enfrenta la UE: el de priorizar la protección de la industria local o la emergencia climática. Imponer aranceles a los vehículos eléctricos aumenta necesariamente su precio, lo que ralentizará su adopción. En este sentido, los subsidios chinos al sector pueden ser percibidos de dos maneras opuestas: por un lado, como una ayuda estatal que perjudica a las empresas europeas; o, por el otro, como un subsidio a costa del contribuyente chino del que se puede aprovechar el consumidor europeo en forma de precios más baratos.

En segundo lugar, la creación de fábricas chinas en Europa —y de *joint ventures* entre socios chinos y locales— ha abierto el debate de si la UE debería copiar la estrategia de innovación industrial de la China de Deng Xiaoping, es decir, condicionar la presencia industrial china a transferencia tecnológica, ahora que las empresas chinas son la parte más avanzada e innovadora de la relación. Por ahora, a falta de una estrategia común europea, la capacidad de imponer esta transferencia parece poco factible: si un país de la UE exige condiciones más estrictas, las empresas chinas siempre pueden moverse a otros estados miembros que sean más laxos.

Más allá de estos debates, el éxito de la estrategia verde china en Europa demuestra que Beijing se está consolidando como la gran potencia verde ya sea en mercados avanzados como el europeo, o en economías en desarrollo como las del Sur Global, donde sus precios competitivos son todavía más atractivos. China está consiguiendo crear un nuevo tipo de *soft power* verde que no necesita de la anquilosada propaganda de Beijing: su éxito material habla por si solo. En los próximos meses, habrá que ver si las presiones de Donald Trump para que múltiples países se posicionen contra China pueden quebrar esta nueva vía de influencia de Beijing en el mundo.