

# “Veremos grandes operaciones de grupos chinos en España”

**ENTREVISTA JUAN ANTONIO SAMARANCH Socio fundador de GBS Finance** / Tras la operación de Grifols y las compras de Miquel y Mediapro, crece el interés chino por el país.

**Iñaki de las Heras.** Madrid  
Juan Antonio Samaranch Salisachs (Barcelona, 1959) habla de las inversiones chinas en España con conocimiento de causa. Desde 2013, ha viajado en 42 ocasiones a China y ha asesorado a través de GBS Finance, de la que es fundador, a inversores de este país en las compras de Mediapro por 1.100 millones y de Miquel Alimentació por más de 100 millones. Es, además, vicepresidente del COI y tiene entre sus cometidos la organización de los Juegos de Invierno de 2022 en Pekín. La Fundación Samaranch, creada en homenaje a su padre, tiene sede en Pekín y promueve el acercamiento cultural.

“Seguiremos viendo grandes operaciones chinas en España”, vaticina Samaranch en una entrevista con EXPANSIÓN acerca de su labor al frente de GBS Finance. “Hay mucho interés de los inversores chinos por el mercado español. Se fían del país y se sienten cómodos, pero necesitan gente que les entienda y acompañe”, señala. Ésta es precisamente la función de GBS Finance, que tiene oficinas en Pekín y Shanghai y que ha logrado romper barreras.

Al margen de los gigantes ya asentados, entre ellos Huawei, ZTE o Alibaba, en España ya operan varios inversores chinos aterrizados a golpe de talonario. China Tianying compró Urbaser por más de 1.200 millones, WH se hizo con parte de Campofrío (luego vendida a Sigma) por 263 millones y Cosco reforzó su presencia tras pagar unos 200 millones por Noatum. Aier Eye se hizo este año con Clínica Baviera por más de 150 millones. También hay inversiones fallidas, como la de HNA en NH o la de Wanda en el edificio de Plaza España.

Los inversores chinos, explica Samaranch, están interesados en negocios como las renovables, la tecnología, la alimentación y los servicios públicos de mejora de la calidad de vida en las ciudades. También buscan una lanza-

“El inversor chino no es una amenaza, sino al contrario; puede multiplicar el valor de la empresa”



Juan Antonio Samaranch, socio fundador de GBS Finance.

## Un perfil prudente y poco intervencionista

El inversor chino “no viene de otro planeta”, avisa Samaranch, antes de trazar su perfil. Se caracteriza por trabajar “por consenso” y por buscar la aprobación de sus jefes, iguales e incluso subordinados. Por eso, y salvo excepciones, “las operaciones requieren más tiempo”. La necesidad de demostrar a los demás que ha sido “diligente” y de que “ha peleado hasta el final” convierte a este inversor en

un “durísimo negociador”. “No es avaro ni ambicioso”, sino “responsable” y alérgico a la incertidumbre. “Puede llegar al punto de seguir negociando incluso con la negociación cerrada”. Aspira, además, a hacerse con la mayoría del capital, pero busca empresas con un buen equipo de gestión y un plan de negocio estable porque es “muy poco intervencionista”. “Nunca compra una compañía para

reestructurarla”, ya que “su intención es ayudar al negocio desde el consejo de administración, sin interferir en la gestión” y sin ánimo de “desembarcar”, como hacen los inversores de otros países. Cuando habla de ayudar, el inversor chino está pensando en abrir a las empresas españolas por las que ha apostado el mercado chino, con cientos de millones de potenciales consumidores.

dera para Latinoamérica.

Pese a que las operaciones empiezan a ser frecuentes, aún están lejos de las de otros países europeos. “España lleva cierto retraso en sus relaciones empresariales con China y queda mucho por hacer”, señala Samaranch. “Si comparamos el número de vuelos directos, tenemos 10 veces menos que Francia o Reino Unido”, lamenta.

“Somos los últimos en llegar a la fiesta” y, “como Estado, nos tendríamos que replantear cuál es el esfuerzo país público-privado sobre estos grandes movimientos de relaciones económicas internacionales”, afirma.

La llegada de un inversor chino no debe verse, desde su punto de vista, como “una amenaza”. “Al contrario, es

una oportunidad porque pueden multiplicar el valor de la empresa al abrirla al mercado chino. Por ejemplo, si la empresa hace vino, le va a triplicar el valor porque lo venderá en China”, explica. Algo así le ocurrirá a Mediapro, que podrá acceder a uno de los mayores mercados audiovisuales del mundo.

De lo que no hay experiencia en España es de adquisiciones de empresas estratégicas desde China. En Portugal y en Alemania, las compras de participaciones en EDP y Daimler han levantado am-

“Desde el colmado de la esquina hasta Telefónica, todo el mundo tiene que pensar en cómo le afectará China”

pollas. “Puede ocurrir, pero de producirse el conflicto debe abordarse con inteligencia. No creo que se vayan a vender activos estratégicos ni a China ni a nadie”, asegura.

Samaranch tiene claro que el país asiático “va a ser un centro de poder tan importante como EEUU” y que las empresas españolas no pueden quedarse al margen. “Desde el colmado hasta Telefónica, todo el mundo tiene que pensar en cómo le afectará China a su futuro”. ¿Y de la inversión española en China? “Es más complicado”, pero también hay casos de éxito, como los de Alsa, Gestamp o, más recientemente, Grifols, que se fusionará en el país con Shanghai Raas.