

7 consejos para PYMES que quieran hacer negocios en China

A estas alturas no hace falta detallar las cifras que ponen de manifiesto la envergadura de la economía China. Los números han sobrepasado a las propias expectativas de los empresarios españoles y mundiales. Lo cierto es que embarcarse en un proyecto de negocio con el gigante asiático es una oportunidad única. Es el momento de llevarlo a cabo. Por eso, a continuación Iberislex da unos pequeños consejos para aquellos que se estén planteando seriamente comenzar su andadura más allá de la órbita occidental:



– **Es importante conocer la cultura china:** es cierto que el gigante asiático es un país con un potencial enorme, que está en pleno desarrollo y que las ciudades son centros comerciales descomunales. Sin embargo, la cultura china conlleva una filosofía en la que no se consiguen las cosas de un día para otro. Es importante el convencimiento pausado. No se puede conseguir un objetivo de la noche a la mañana. Todo tiene sus plazos y sus propias características. En este sentido, se debe destacar que dada la amplitud de su territorio, cada región

tiene sus propias diferencias.

Las más tradicionales presentan una demanda muy diferente a las más avanzadas tecnológicamente. Además, las condiciones para las empresas extranjeras varían sustancialmente de unas a otras. Las más deprimidas ofrecen mejores incentivos y flexibilidad para las empresas que allí se quieran instalar. Por otro lado, las más prósperas tienen un personal con mayor cualificación y una serie de servicios más desarrollados, por lo que la competencia es más agresiva. Entre las más occidentalizadas destacan: Shanghai, Pekín o Shenzhen.

– **La marca España cuenta:** antes que nada, hay que saber que para hacer negocios en China se debe tener un visado especial de negocios. Si el proyecto conlleva una estancia por tiempo indefinido, se puede solicitar un visado de residencia. Hay un dato que interesa a los españoles: de los 70 millones de visitantes que tuvo la Exposición Universal de Shanghai 2010, el pabellón español recibió 7 millones de visitas. Dato que pone de manifiesto que los chinos se sienten atraídos por la cultura española. Les gusta la gastronomía y el turismo, pero también los negocios que pueden hacer aquí. Una empresa tiene más futuro si se presenta bajo la denominación España, lo que supone una ventaja competitiva frente a los socios europeos. De hecho, el Gobierno chino afirma que **España es uno de sus mejores amigos del continente**. Por eso las autoridades están agilizando los trámites para dar facilidad al establecimiento de las empresas españolas (reducen o eximen algunos impuestos). Además, España también está adquiriendo gran notoriedad como proveedora de tecnología, telecomunicaciones y energías renovables. Actualmente hay más de 600 empresas españolas en China. En los últimos tres años la presencia ha aumentado un 70%.

– **El buen socio es el buen socio “chino”:** los empresarios chinos sólo confían en personas de su entorno. De ahí que sea importante ser paciente y contar con unos beneficios a medio largo plazo que pasen por instalarse y establecer relaciones con miembros locales. Encontrar personas de confianza requiere

una presencia física en el territorio. No significa un gran despliegue, simplemente tener una pequeña oficina con la que poder afirmar que existe presencia. La venta directa tiene más reputación que la meramente online. Además, es muy difícil entrar verdaderamente en el mercado chino si no se cuenta con un socio local, por lo que **interesa confiar en personas que conozcan de verdad la cultura china y encontrar asesores especializados en esta materia**. Ir a la aventura está destinado al fracaso. Es normal que desde España se pueda trabajar la gestión y la tecnología pero aspectos como los recursos humanos es preferible dejarlos en manos de los propios chinos. Además la jerarquía es muy importante en las relaciones. Hablar con la persona equivocada puede provocar retrasos de meses. No basta con mandar un mail a una determinada persona, es bueno realizar viajes periódicos y concertar reuniones con mandos superiores.

– **No se presenta un producto o servicio, se presenta una marca**: no tiene ningún sentido competir en precios con los chinos. Se va a perder siempre. Es importante otorgarle valor a nuestra marca, que sepan que están comprando un producto de calidad y europeo. Las ferias internacionales son un buen escaparate para mostrar lo que se es capaz de ofrecer. La feria de inversión Cifit, que se celebra todos los años en China a primeros de septiembre, es la feria de inversión más grande del mundo. Actualmente, los sectores como la moda, el diseño o el lujo son algunos de los más punteros para las PYMES que quieran instalarse allí. También destacan otros como arquitectura, biotecnología, tecnología agraria, biomedicina, industria...

Eso sí, si se consigue abrir hueco en el mercado chino, hay que tener especial cuidado con todo el peligro de la falsificación de productos. No sólo se falsifican las grandes firmas.

– **In vino veritas**: China podría convertirse en el mayor consumidor mundial de vino antes de que acabe la década. Es un

sector pujante del que se pueden esperar grandes logros. De hecho, a finales de 2011 se organizó la primera gran cata de vinos de Rioja con 65 bodegas participantes, 240 vinos y cerca de 600 asistentes en cada ciudad.

– **Cuidado con la letra pequeña: cambiante y en chino.** Los contratos chinos tienen una naturaleza orientativa. A menos que se estipule lo contrario, las condiciones pueden cambiar. En el caso de querer llevarlo a los tribunales sólo se tiene como referente lo que está escrito en chino. Por eso es preferible no incluir cláusulas en español o inglés y revisar con un traductor jurado lo que está escrito verdaderamente en el contrato.

– **Ojo con la mediación y el control de calidad:** todo lo que se importa desde China a la UE tiene unos controles de calidad exhaustivos. Si una PYME quiere hacer negocios en España mediante la producción de sus productos en China, es recomendable que contrate a una de las miles de multinacionales que se encargan de este proceso. No son excesivamente caras y evitan problemas posteriores.

Además, cuando existe algún tipo de problema con cantidades importantes de dinero no existe ningún mecanismo de arbitraje. Estos casos acaban irremediablemente en los juzgados (con los problemas que ya se han descrito).