

China, un nuevo 'El Dorado' para crear tus negocios

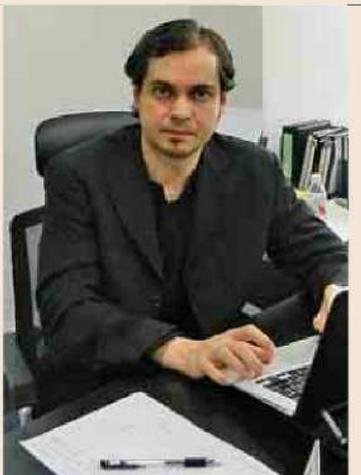
El gigante asiático no conoce la crisis. Hay oportunidades en todos los sectores, si conoces los requisitos de entrada y cuentas con la habilidad de esquivar las trabas.

Arancha Bustillo, Madrid

"Hacer negocios en China implica honor y confianza; contar con las relaciones adecuadas e intentar ser honesto en todos los aspectos". Así resume Adrián Díaz, socio fundador de Sede en China, las claves para entrar en el mercado de la segunda mayor economía del mundo que pronto será la primera.

China se ha convertido en *El Dorado* para muchos emprendedores. Las cifras no engañan. El gigante asiático está poblado por más de 1.300 millones de personas y su clase media crece exponencialmente. Además, en plena crisis, China cerró 2011 con un PIB del 9,2%. No sólo eso. "Cualquier producto o servicio que esté triunfando en un país occidental es de interés para el público chino. Estamos ante el mayor mercado del mundo. Podemos encontrar todo tipo de nichos y cada vez cuentan con mayor poder adquisitivo", explica el creador de Sede en China, una consultora que ayuda a las pymes a implantarse en ese país y a exportar los productos y servicios españoles allí.

Entrar en este mercado obliga a contar con un socio local. Aunque como recuerda Paris l'Etraz, director del Venture Lab de IE Business School, ya no existe esta imposición, si es recomendable. José Manuel Monfort y Fran-



Adrián Díaz, socio fundador de Sede en China.



Francisco Guzmán, presidente de World Service.

cisco Guzmán lo comprobaron *in situ* cuando quisieron hacer realidad World Service, una asesoría para empresas españolas que quieren introducir sus productos en el país, y para empresarios chinos que quieren invertir o establecer relaciones comerciales con España. "Necesitas un socio local que, además, será quien se quede con la mayoría de participación de la empresa". Y esa no es la única traba. Monfort cuenta que los extranjeros no pueden ser titulares de propiedades. "Y si deseas realizar una actividad profesional tienes que optar

por ser socio o empleado de un ciudadano local". Otro obstáculo son los impuestos, ya que los foráneos tienen que pagar tributos más elevados "porque son considerados una amenaza y las cargas fiscales son una manera de frenar el enriquecimiento rápido de un extranjero en este país". Además, la importación de productos españoles supone

Cualquier producto o servicio que triunfe en Occidente tiene un hueco en el mercado chino

tasas arancelarias más altas que otros países. No obstante, "la mayoría de sectores están creciendo en China", indica Jordi Camps, creador de China a la Carta, empresa que vende paquetes turísticos a agencias extranjeras por todo el territorio del gigante asiático y Corea del Norte. Según Camps, "algunos sectores están protegidos y no se puede entrar, por lo que es imprescindible hacer un estudio de mercado e, incluso vivir en China por una temporada para relacionarse con la gente del área en el que se quiere emprender".

Elige la empresa idónea para entrar en el mercado chino

A. Bustillo, Madrid

Los empresarios extranjeros que quieren implantar sus compañías en China encuentran un amplio abanico de figuras jurídicas con las que entrar en este mercado:

● **Las Oficinas de Representación (OR).** Cuentan con la ventaja, con respecto a las *joint venture* o las filiales 100% extranjeras, de que su forma de constitución es muy sencilla: no necesita capital inicial y, por regla general, paga menos impuestos que una filial. Sin embargo, una OR no puede realizar actividades mercantiles por sí misma. La ley china sólo les autoriza a trabajar de intermediario.

● **Las empresas 100% extranjeras.** Requieren una inversión mínima de 140.000 dólares (unos 108.000 euros) perteneciente exclusivamente a inversores extranjeros. El desembolso se puede realizar en forma de divisas convertibles, maquinaria y equipamiento, derechos de la propiedad industrial y patentes, o en yuan (la moneda local) procedentes de los beneficios de inversiones en otras empresas en China. La aportación se puede hacer en plazos, pero el primero tendrá que realizarse en los 90 días siguientes a la obtención de la licencia.

● **Empresas mixtas o 'joint venture'** son sociedades de responsabilidad limitada sujetas a la aprobación del Go-

bierno chino, en las que una parte del capital social pertenece a uno o varios socios locales y otra parte a uno o varios socios extranjeros. El capital mínimo exigido también es de 140.000 dólares, aunque éste puede variar en función del sector o el negocio.

● **Empresas extranjeras de distribución.** Conviene distinguir entre empresas comerciales de capital extranjero que son compañías de distribución mayorista y minorista dentro de China; y las *trading*, que son compañías de comercio exterior dedicadas a actividades de importación y exportación de todo tipo de productos.

● **Las Fice** están autorizadas a establecer libremente sus propias tiendas, así como a franquiciar su negocio a terceros. Previa aprobación de las autoridades competentes, éstas pueden actuar como empresa comercial minorista de capital extranjero o como mayorista.

● **La de las franquicias** es otra de las fórmulas para entrar en China, a pesar de que existen sólo desde hace 10 años.

● **La Fipe o 'Foreign Invested Partnership Enterprises'** suponen una nueva forma jurídica que entró en vigor en 2010. Este modelo permite a las empresas extranjeras asociarse con otras firmas foráneas o con empresas chinas.

Una incubadora española para proyectos 'made in Pekín'

A. Bustillo, Madrid

Todo empezó en una cena familiar, cuando alguien dijo: "El futuro es China, ¿por qué no emprender algo allí?". Y así lo hicieron. Mónica Muriel y Óscar Ramos son los fundadores de DaD Asia, una compañía de inversión de capital semilla que financia y da apoyo a los emprendedores chinos que tienen proyectos interesantes en Internet. En el último año su empresa ha incorporado, junto a su socio

Luis Galán, una unidad de desarrollo de negocio para apoyar a compañías españolas en su proceso de expansión por el gigante asiático.

Sin embargo, los inicios no fueron fáciles. Para un emprendedor extranjero la cultura y el entorno económico le son ajenos. Además, como empresa foránea las regulaciones son diferentes. Muriel asegura que "hay sectores en los que la actividad de las empresas extranjeras está prohi-

bida y otros en los que está limitada. Además, el capital mínimo que se debe ingresar puede oscilar desde algunos miles de dólares hasta varios millones en función de la región en la que se emprenda".

Muriel y Ramos supieron sortear estos obstáculos. Su primer objetivo fue entrar en contacto con el mercado chino real, más allá de lo que se lee en las guías sobre el país, trabajando en muchos proyectos. Admiten que es com-

plicado encontrar financiación. "Por un lado, por las barreras burocráticas que limitan la capacidad de recibir inversión directa en China. Por otro, culturalmente existen muchos prejuicios que invitan a pensar a muchos inversores que, como extranjeros, siempre hemos pagado más por los servicios y que somos menos eficientes. Sin embargo, muchos también creen que los foráneos son íntegros, lo que imprime confianza".



Mónica Muriel, una de las fundadoras de DaD Asia.

PISTA DEL DÍA

Hasta el 30 de noviembre se pueden presentar las candidaturas para el premio Joven Empresario de AJE.

<http://bit.ly/QJULAY>