

Publicidad

ES NOTICIA Nadal - Monfils en directo Alex Lequio Alopecia Izal Canciones clasificadas Eurovisión 2018 Alba Carrillo Eurovisión 2018 Horóscopo hoy miércoles

ABC **ECONOMÍA**

Buscar en ABC



[Acceso / Registro](#)

ESPAÑA INTERNACIONAL **ECONOMÍA** OPINIÓN DEPORTES CONOCER FAMILIA MOTOR GENTE SUMMUM CULTURA & OCIO MADRID EDICIONES SERVICIOS ABCSEVILLA

[Declaración de la renta 2017-2018](#) [Inmobiliario](#)

TITULARES Las seis noticias que debes conocer hoy, jueves 10 de mayo

Las 8 claves para que tu empresa triunfe en China

- El gigante asiático se afianza a nivel mundial como una oportunidad de inversión



ABC

ABC

Madrid - Actualizado: 09/05/2018 01:46h

Tras más de una década de experiencia introduciendo empresas en el mercado chino sigue sorprendiendo la falta de información y cantidad de tópicos erróneos sobre el país, el consumidor chino, sus hábitos de compra, los canales más utilizados y las tendencias. Todavía se piensa en el mercado chino como un ente compacto e uniforme cuando en realidad se debería hablar de un volumen de público que equivale a cinco veces Europa.

NOTICIAS RELACIONADAS

El próximo paso para la política económica de China

«¿Qué pensaríamos si una empresa china realizara una estrategia a nivel europeo basada en la tradición de comer paella o en el día de San Patricio? ¿Estaríamos midiendo bien nuestros esfuerzos en Grecia o Polonia? Este es el error que cometemos al simplificar China. En España se sigue pensando que venir a China es una gran oportunidad y que se puede triunfar fácilmente. Pero antes de ello hay que tener claras algunas pautas», explican desde la consultora internacional SedeenChina, dedicada a apoyar a las empresas en el gigante oriental, que ofrece una serie de consejos para que una startup triunfe en China.

1. Focalizar objetivo: Será tu estrategia fundamental si quieres triunfar en China. Focaliza tu objetivo. Las empresas que consideran

Publicidad

Autotask

TOP 10 REASONS
to Resell File Sync & Share (FSS)

DOWNLOAD EBOOK >

Autotask

China como un guion más en su lista de países objetivo no están entendiendo la dificultad del proyecto. China requerirá toda tu atención, una buena parte de tus recursos de expansión y un equipo focalizado.

2. Más allá de la venta. China en todos los procesos de la empresa: China permite unificar procesos: diseño, software, hardware, fabricación, distribución, financiación, etc. China tiene capacidad para dar soluciones completas desde la A a la Z. Aprovecha todas las ventajas de un país líder en tantos campos.

3. Nuestro alter ego en China: Siempre va a ser necesario el apoyo de un socio chino; tarde o temprano vamos a necesitar socios locales que sepan lidiar con la burocracia ya sea porque queremos acceder al mejor capital humano, porque queremos abrir una fábrica, negociar con un inversor chino, lanzarnos a la venta online, optar a subvenciones. La elección de este importante componente de nuestro organigrama, condicionará radicalmente el futuro de nuestra actividad.

4. Capital humano internacional: Imaginar China como un solar intelectual donde nuestro equipo se va a aislar del mundo es un error. El país está repleto de clúster de innovación donde encontramos multinacionales, startups y freelancers. Entornos multiculturales donde colaborar y crecer. Las nuevas medidas económicas de atracción de talento pueden, además, convertir China en un destino preferente de «nómadas digitales».

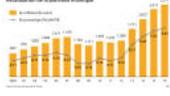
5. Business angel chino: El inversor chino no es solamente ese millonario excéntrico que compra bodegas de vino o equipos de fútbol. La claridad con la que el gobierno chino ha marcado la innovación entre sus prioridades en los próximos años, dotando presupuestariamente los proyectos de atracción de talento extranjero, ha hecho virar la estrategia de inversores chinos, que cada vez más, se acercan a empresas extranjeras para participar en ellas.

6. China, punto estratégico en Asia: China puede ser tu lanzadera para Asia, si eres una startup China puede ser un punto de inicio para algo mucho más grande. China puede ser tu fábrica, tu centro de distribución para Asia, tu punto de exposición y venta para el mundo (La Canton Fair es el ejemplo paradigmático de una de las mayores ferias del mundo).

Los países asiáticos imitan a China e intentan entender cómo ha podido triunfar de este modo y a esta velocidad... China ahora es también un punto estratégico no solo para fabricar y vender. Proyectos como el «One Road, One Belt» colocan a China en una posición de liderazgo comercial tanto en el sureste asiático como en el eje centroasiático (ex repúblicas soviéticas) y sus ramificaciones en el este de Europa y en Oriente Medio.

7. Sé realista, China ya no está en fase de desarrollo: Es muy común pensar en China como un país tercermundista que necesita nuestra tecnología. Hoy en día China no sólo está desarrollada, sino que en muchas facetas tecnológicas (pago electrónico, venta online, criptomonedas, energías renovables, robotización, economía colaborativa, etc.) lidera el desarrollo a nivel mundial. «Por otro lado,

LO MÁS LEÍDO EN ABC

Economía	ABC
1	 <p>Crystal Pepsi o McDonald's Arch Deluxe: productos de grandes marcas que fracasaron con estrépito</p>
2	 <p>Competencia multa a Telefónica con 8,5 millones de euros y otras cuatro noticias económicas de la mañana</p>
3	 <p>Los estibadores acuerdan convocar paros en los puertos ante la «dejaición del Gobierno»</p>
4	 <p>El Supremo alerta de un alud de recursos por la plusvalía municipal</p>
5	 <p>Si tienes una de estas monedas de peseta puedes venderla por 20.000 euros</p>

UN PISO INCREÍBLE
TE ESTÁ ESPERANDO

pisos.com

Comprar

Casas y pisos

Provincia, Población, €

ENCUÉNTRALO

Publicidad

este nivel de desarrollo no implica falta de oportunidades. Podemos ver este gigante como una gran amenaza a la que nada podemos aportar o como un gran ecosistema del que podemos formar parte, pero resulta imprescindible abandonar tópicos y ser conscientes de la realidad del país», puntualiza la consultora internacional dedicada a apoyar a las empresas en el gigante oriental.

8. Y sobre todo, ¿por qué ir a China?: Hacernos algunas preguntas estratégicas nos puede ayudar a aclarar nuestras ideas. Por ejemplo: si pudiera elegir el mayor mercado del mundo, ¿dónde iría? Si mi proyecto implica desarrollo de hardware, ¿dónde tengo que situarme? Si busco economía de escala para reducir costes en mi plan de negocio ¿qué lugar me favorece? Si pudiera haber elegido un punto del globo ¿dónde me gustaría que mi proyecto hubiera nacido? «Prestando especial atención a esta pregunta... Si estuviéramos en los 70 probablemente elegiríamos Japón. En los 80 y 90 Estados Unidos. Hoy hablar de China es hablar del lugar donde se está escribiendo la historia de la humanidad. Y si tu respuesta a estas preguntas no es China, debes volver al punto 1 y plantearte si este es el momento», apuntan desde SedeenChina.

TEMAS

China

Empresas

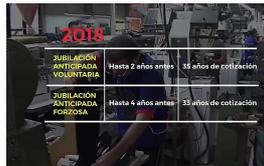
TE RECOMENDAMOS



ADICAE pide "tranquilidad" a los clientes de Sabadell



Facua alerta de precios "sospechosos" en aceite de oliva



¿Cómo se calcula la edad de jubilación?



Brilliant Way To Check if You Had PPI
(Money Advice Club)



Este Es El Método Exacto Que Usan Expertos Para Ganar...
(La Voz del País)



Una experta en lingüística explica como hablar un nuevo...
(Babbel)

recomendado por outbrain | ▶

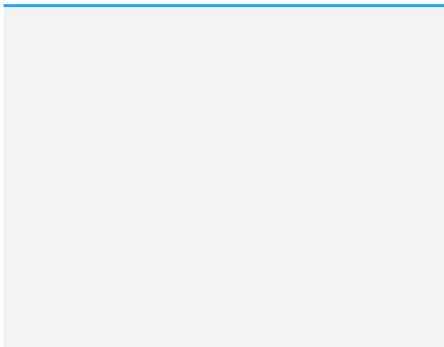
+ **Deja tu comentario**

ÚLTIMA HORA EUROVISIÓN 2018

- [Semifinal de Eurovisión en directo](#)
- [Fuego, la canción de Chipre de Eurovisión 2018](#)
- [¿Por qué participa Israel en Eurovisión?](#)
- [Favoritos Eurovisión 2018](#)

XLSEMANAL

Isabella Rossellini: "No sé qué ha sido del hombre que me violó. Yo tenía 15 años..."



Publicidad