

InterChina



英特华

www.InterChinaConsulting.com

China

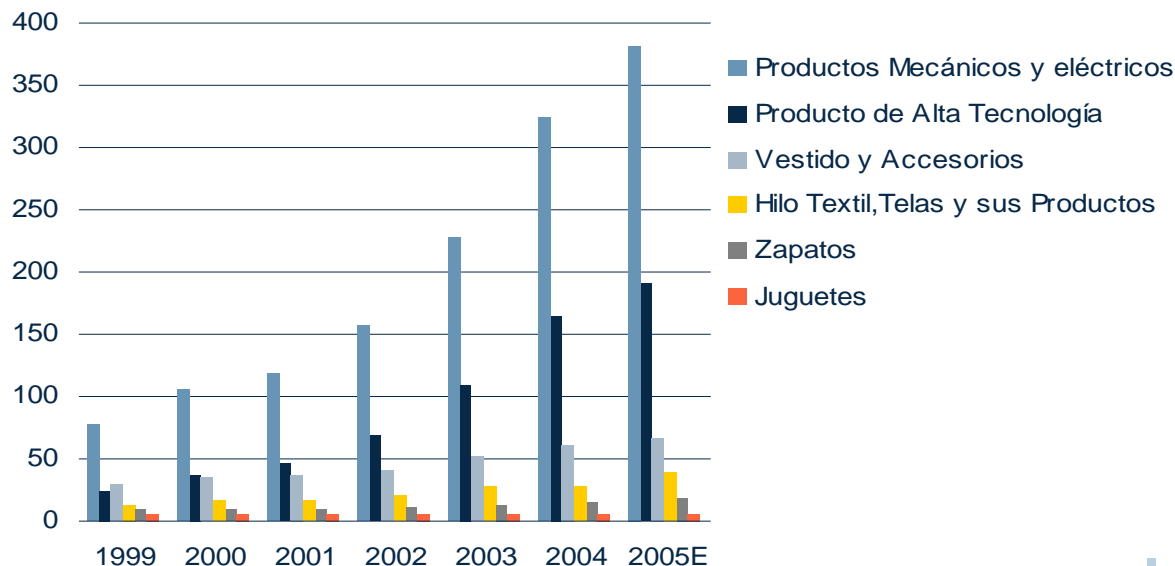
Perspectivas de negocio 2006

Casa de Asia

- La importancia de China 1
- Entorno empresarial 2006: Macro y Micro 2
- 2006: Principales temas empresariales 3
 - Propiedad Intelectual
 - Competencia y Rentabilidad
 - Costos crecientes
 - Recursos humanos
- ¿Qué acción debemos emprender? 4

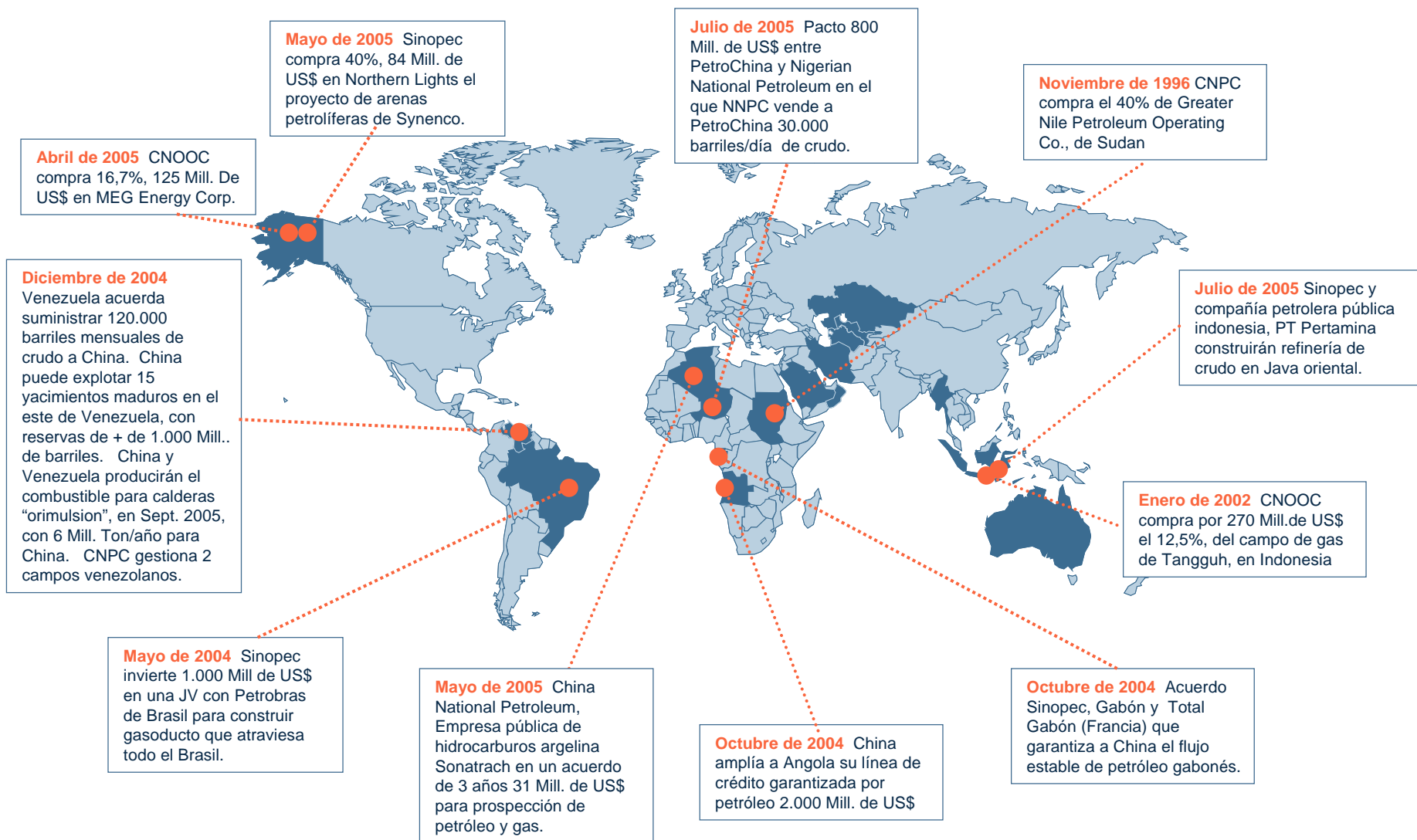
- Como una oportunidad de crecimiento
 - El mayor mercado para ABB en 2008, más de 2.000 Mill. de US\$
 - El 9% de las ventas globales de Motorola (2004)
 - El tercer mercado mundial de automoción en 2006
 - El 50% de mercado global de ascensores será el chino (2008) Como fuente económica de aprovisionamiento (Importaciones desde China)
- Como fuente económica de aprovisionamiento (Importaciones desde China)
- Como competidor, incluso en productos con gran contenido tecnológico

Principales productos de exportación (1999-2005)

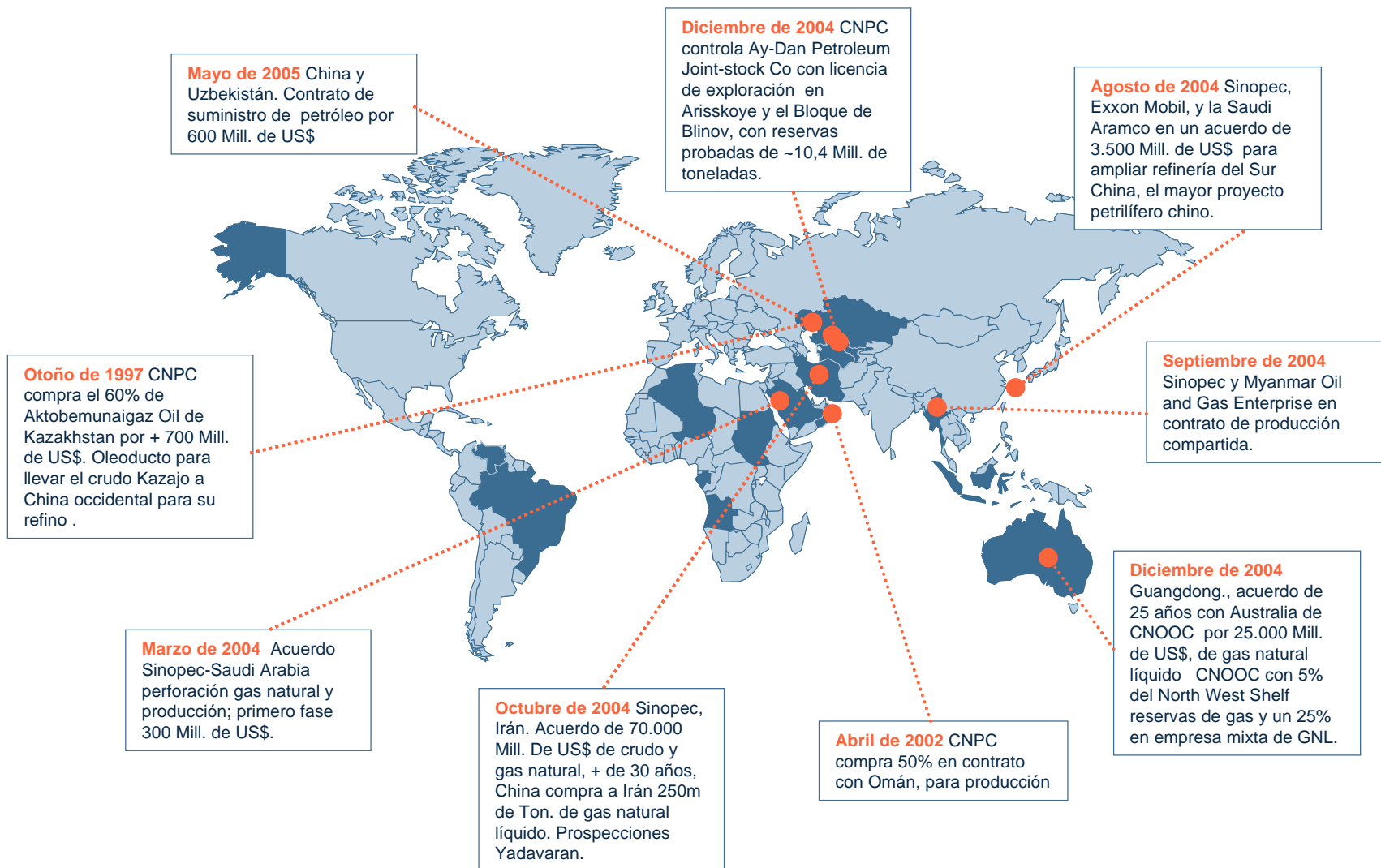


- En un país de rápido crecimiento como China, **es evidente** que existen riesgos:
 - Sistema bancario: Un 40-50% de préstamos incobrables
 - Fuertes ciclos económicos, inflación (y deflación)
 - Reformas del sector estatal - paro - inestabilidad social
 - La escasez de energía es fuente de preocupación
 - ¿Está China preparada para controlar una epidemia de gripe Aviar?
- La divisa está controlada, una protección adicional
- Los riesgos son manejables, y afectan al ritmo, no a la dirección
- Total compromiso en cuanto al desarrollo económico
- Un gobierno competente en el poder

China, acuerdos energéticos : 2004 - 2005



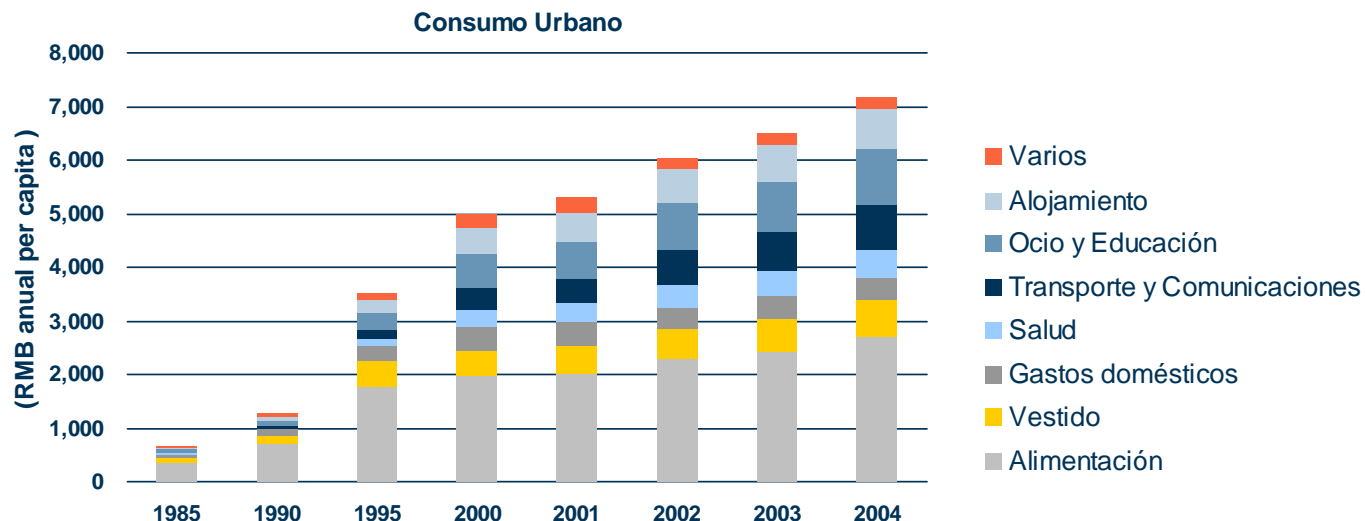
China, acuerdos energéticos : 2004 - 2005



- Una estabilidad política duradera, pero puede surgir el malestar social
- Crecimiento más moderado, pero todavía aceptable: El 8-9%
- Una revaluación monetaria controlada:
 - Por motivos políticos, no económicos
 - Hasta un 5% en 2006
- Gran y continuo crecimiento de las inversiones y el comercio extranjero
- Llega la reforma de impuestos: Gran impacto sobre la inversión extranjera: ¿Principios de 2007?
- Ahora el gobierno está estimulando el consumo

El consumo: ¿Cuándo surgirá finalmente la clase media?

- China ha sacado a más de 300 millones de personas de la pobreza en los últimos 20 años.
- La aparición de la clase media china va más despacio de lo esperado
- Confusión en cuanto a su definición y dimensiones
 - Ingresos de más de 60.000 RMB/año (6.000 euros)
 - En la actualidad se estima en un 5 - 20% de la población total
 - Estimación de InterChina: Un 5% del total
- Para 2015-2020, la clase media crecerá hasta el 35-40% de la población total
 - Grandes cambios en el modelo chino de consumo (no como ahora, que se centra en la alimentación)

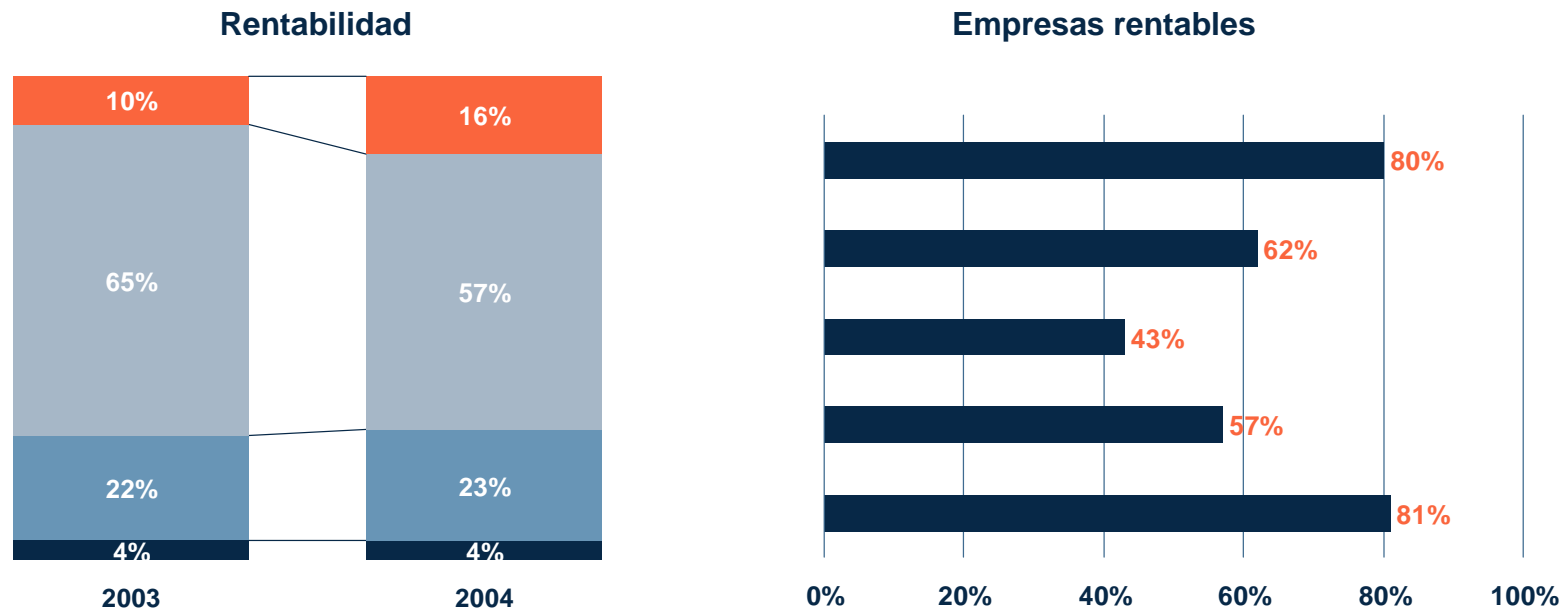


- Distribución / Comercio "totalmente" liberalizados: "FICE" o Empresa comercial de capital 100% extranjero
- Apertura del sector servicios: servicios financieros, venta al por menor...
- “La pesada mano” del Gobierno queda presente:
 - En “sectores estratégicos”: finanzas, energía, automoción, acero, etc.
 - Barreras no arancelarias, en la mayor parte de los casos, “DE CONFORMIDAD CON LA OMC”
- La empresa privada ya es el principal motor del desarrollo económico: 90% del empleo, más del 60% del PIB
- El entorno operativo, cada día mas difícil:
 - Continuas infracciones a la Propiedad Intelectual
 - La gran competencia de las empresas chinas amenaza la rentabilidad
 - El incremento de costos podrían requerir cambios de emplazamiento
 - RRHH: Cada cada vez más escasos

- La legislación ya se ha implantado, pero hay problemas con la falta de su cumplimiento y la débil o inexistente ejecución
- Cámara de Comercio de la Unión Europea: Encuesta 2004:
 - El 76% de los entrevistados piensan que la situación legal ha mejorado
 - Para el 65% las infracciones a la Propiedad Intelectual son el principal problema para los negocios
 - El 83% no ve que disminuya la falsificación de sus marcas
- Medidas de protección
 - Fuertes medidas legales: registro de patentes y marcas, contratos de TT, contratos de empleo etc.
 - Nunca transferir las últimas tecnologías
 - Compartimentación del acceso a la tecnología: “Necesidad de conocer”
 - Protección física de planos, datos informáticos etc.: control de acceso, control de transferencias etc. ...
 - Seleccionar un buen socio, (o prescindir de él)
 - Empleados: selección, formación, contratos
 - En caso de problemas, comportarse **siempre** de modo rápido y duro

China: Una gran fuente de beneficios ...

China esta evolucionando desde un mercado emergente a ser un importante centro de beneficios.



Fuente: Encuesta de la Cámara de Comercio Americana sobre 238 empresas estadounidenses

pero las empresas chinas son duras competidoras

“El Campeón Nacional”

- Costes de mano de obra
- Calidad y costos de I+D
- Gran mercado interior
- Menos inversión en capital
 - Más mano de obra
 - Maquinaria china cuando sea posible
- Actitud “Relajada” frente a la Propiedad Intelectual
- Apoyo político: terrenos baratos, solución de problemas (Propiedad Intelectual, Mano de obra, etc)
- Capital “barato”
 - Apoyo de administración y bancos locales para acceso a la financiación
 - “Poca obligación” de devolver los créditos
- Ejemplo: Hai'er, TCL, Lenovo, Huawei, Geely, Chery, SAIC etc...

“Los fabricantes baratos”

- Pequeñas empresas privadas
- Espíritu emprendedor
- Gestionadas por sus propietarios
- “núcleos” especializados y muy competitivos
- Implacable enfoque en la rapidez y en los costes
- Limitado o inexistente apoyo del gobierno
- Explotan todas las “escapatorias” posibles
 - Impuestos
 - Medio Ambiente
 - Condiciones de trabajo
 - Propiedad Intelectual
- Ejemplo: Yongkang City

Haier: “La rapidez es nuestra principal fuerza competitiva”

Haier

1 2 3 4 5 6 7 8

“Una piedra, en su rápido vuelo, no se hunde en el agua.”
Zhang Ruimin, Presidente de Haier



Producción a bajo precio: Yongkang City

Yongkang City

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8



Yongkang: Condiciones de fabricación

Yongkang City

1 2 3 4 5 6 7 8



Automoción: Los coches chinos con un precio y unos márgenes bajos, recortan los beneficios del sector

- El segmento de coches más económicos creció el 58% y ahora significa un 22% del mercado, con un incremento interanual de un 10%
- El QQ fabricado por Chery (nacional) es el principal ganador :
 - Precio: 3-5.000 euros
 - >100% de crecimiento de ventas (enero-julio):
 - 2004: 29.304 unidades (49.066 unidades en todo el año)
 - 2005: 61.633 unidades
- Los beneficios del sector han bajado en un 59% durante los 7 primeros meses de 2005
- Las empresas extranjeras tienen que adaptarse introduciendo rápidamente nuevos modelos y marcas

Automoción: Los coches chinos con un precio y unos márgenes bajos, recortan los beneficios del sector

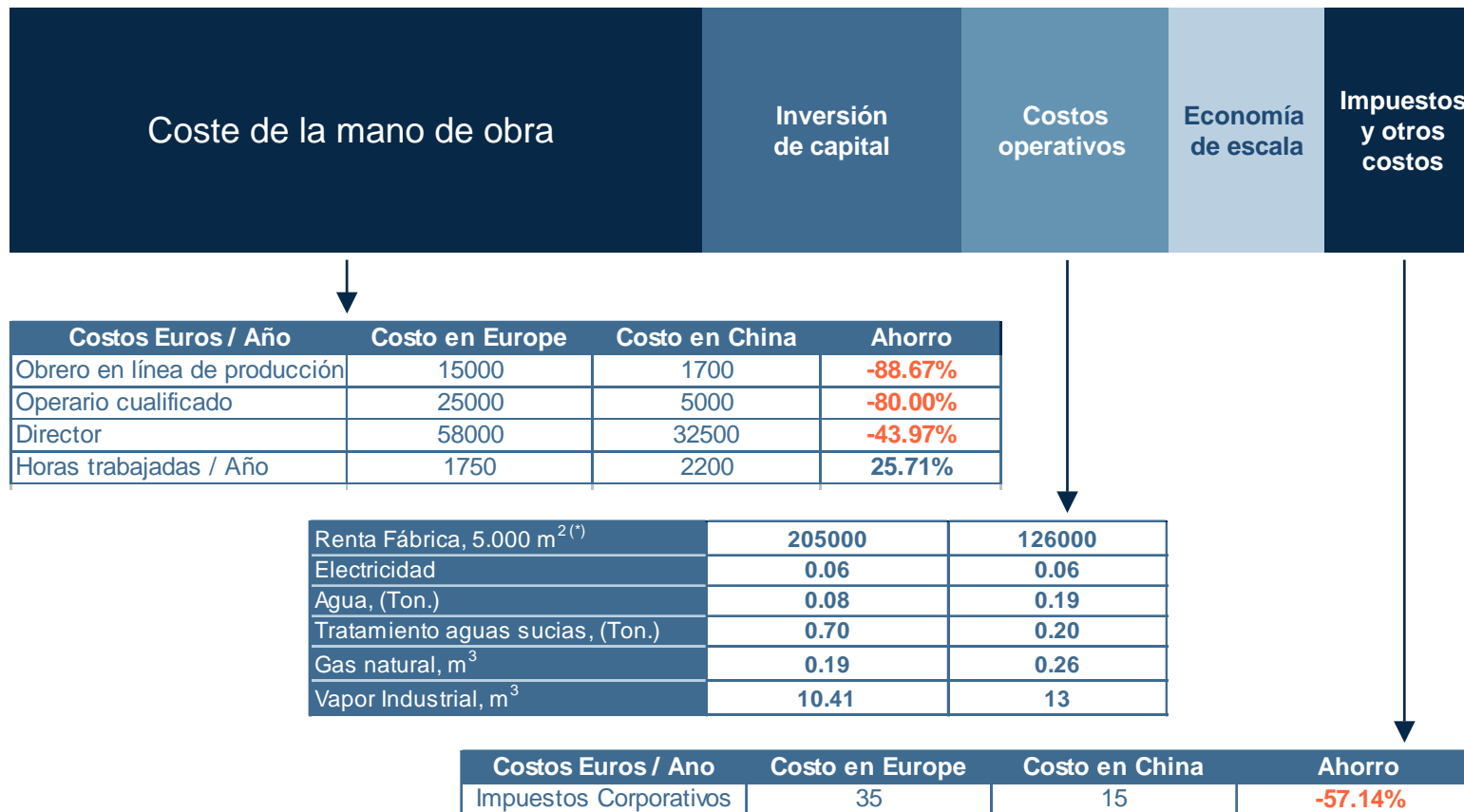
El QQ

1 2 3 4 5 6 7 8



Los costos en China siguen siendo muy competitivos

Los costos en China siguen siendo muy competitivos. Algunos ejemplos: Octubre 2005

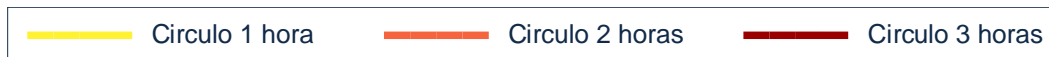


... Pero hay claras tendencias de incremento de costes

- Materias primas, logística
- Energía: de escasez a garantías de suministro... Pero el coste se verá incrementado.
- Recursos humanos
 - Mano de obra en Guangdong: +30% en 2 años
 - Incrementos de salario en 2006: Un 10-15%, más alto en algunos emplazamientos
- Sin embargo, los aumentos de costos no se reparten uniformemente
- Por consiguiente algunos inversores deberían pensar en nuevos emplazamientos
 - Guangdong: Escasez de mano de obra
 - Región de Shanghai: Se amplía el “círculo de 2 horas”
- Los inversores, particularmente en grandes proyectos, deberían tener en cuenta el efecto a medio y largo plazo del encarecimiento de los costos: Planes a 5 y 10 años.

CONCEPTO		SHANGHAI	WUHAN / CHONGQING	FULIN
Emplazamiento		Costa Oriental	Central / Oeste	Ciudad peque Zona Central / Oeste
Sueldo mensual	Trabajadores	US \$80-180	US \$70-157	US \$70-100
	Personal oficina	US \$220-483	US \$170-300	US \$120-200
	Técnicos	US \$330-550	US \$220-430	US \$180-300
	Directivos	+ US \$900	+ US \$500	+ US \$500
Seguridad Social		44% del salario	30% del salario	30% del salario

Shanghai: El radio de 2 horas se está ampliando: Año 2000



Shanghai 2005



Shanghai 2010



- La escasez de Directivos ha sido el principal problema de los últimos 20 años
- Aumenta la competencia para captar directivos competentes :
 - Gran expansión de la inversión extranjera en China
 - Actividades más sofisticadas: Centros globales de I+D, Sedes Centrales regionales, centros globales de aprovisionamiento etc..
 - Las empresas chinas, cada día más activas
 - Los chinos llevan el espíritu emprendedor en su sangre : muchas oportunidades para los empresarios
- ...Poca disponibilidad de talento..
 - A pesar de sus enormes cifras (3,1 Mill. de graduados anuales), el sistema educativo chino está todavía “desajustado”: poca formación en inglés, un enfoque poco práctico, etc..
 - La “Economía de Mercado”: Una historia relativamente corta en China
 - La fuente principal de directivos son las empresas extranjeras ...
- Lo que tiene como resultado
 - Una creciente rotación del personal : Del 15% en 2005, desde un anterior 10%
 - Grandes incrementos salariales

Conclusión: Grandes oportunidades...Pero un entorno competitivo más difícil.

- China: Se convierte no sólo en una oportunidad, sino también para muchas empresas en una “obligación inevitable”.
- Pero China cada día resulta más difícil
 - Derechos de Propiedad Intelectual
 - Alta rentabilidad, pero más competencia (impactando a la rentabilidad)
 - Entorno de costos muy competitivo, pero rápidos cambios en la estructura de costes... La selección del emplazamiento cada vez más importante.
 - RRHH mas escasos y alta rotación
- Los claves para el éxito son
 - La Preparación, estrategia y el “cómo hacer” en China (know how)
 - La creación de un buen equipo

La empresa



InterChina Consulting, creada en 1994, ofrece sus servicios de consultoría estratégica y de gestión a las empresas occidentales en el mercado chino.

- Empresa de consultoría estratégica y corporativa especializada en China, fundada en 1994
- Servicios
 - Consultoría estratégica
 - Constitución de empresas
 - Reestructuración corporativa, Fusiones y Adquisiciones
 - Consultoría de gestión: Recursos humanos
- Especialidades sectoriales
 - Automoción y Componentes
 - Maquinaria
 - Química
 - Sectores energético y eléctrico
 - Alimentación y Bienes de Consumo
- 60 Consultores y Analistas en Beijing, Shanghai, Shenzhen, Madrid y Milán

Póngase en contacto con nosotros

BEIJING

Room 1106, Golden Land Building,
32 Liangmaqiao Rd.,
Chaoyang District, 100016 Beijing, China
Tel. +86-10-84512088
Fax:+86-10-64671943

E-mail: jan.borgonjon@interchinaconsulting.com

Contact person: **Mr. Jan Borgonjon**

SHANGHAI

Room 3110, Haitong Securities Building,
No.689 Guangdong Road, 200001, Shanghai, China
Tel. +86-21-63410699
Fax: +86-21- 63410799

E-mail: fvzenker@interchinaconsulting.com

Contact person: **Ms. Friederike von Zenker**

SPAIN

C/ Velázquez, 109 - 7º derecha, 28006, Madrid, Spain
Tel. +34-91-411 9302, 411 9283
Fax: +34-91-563 4783

E-mail: eduardo.morcillo@interchinaconsulting.com

Contact person: **Mr. Eduardo Morcillo**

ITALY

Via A. Volta, 60, Como, 22100, Italy
Tel. +39-031-240 022
Fax: +39-031-272 566

E-mail: laura.tsui@interchinaconsulting.com

Contact person: **Ms. Laura Tsui**

www.InterChinaConsulting.com

