

EUROPA EN CHINA. EL PAPEL DE LAS CÁMARAS DE COMERCIO EN UN MERCADO EN EXPANSIÓN

EUROPE IN CHINA. THE ROLE OF THE COMMERCE CHAMBERS IN A DEVELOPING MARKET

By Redacción Sur de China | Spanish Chamber news

Arriesgarse a cambiar de país para lanzar un negocio no es tarea fácil, menos aún cruzar el mundo y aterrizar en un continente de cultura tan diferente a la occidental como el asiático. En un entorno empresarial cambiante y lleno de desafíos, disponer de un punto de referencia sólido y fiable se convierte en esencial. Es así como la figura de las Cámaras de Comercio cobra forma y se define complementando la labor de otras asociaciones de carácter similar.

El presidente de la Cámara de Comercio de la Unión Europea en China (División Delta del Río Perla), Alberto Vettoretti, nos hace de guía al interior de estas instituciones.

¿Cuáles son los principales objetivos de la Cámara Europea en el sur de China?

La Cámara de Comercio de la Unión Europea en China actúa como voz independiente de las compañías europeas en China, y elige a sus miembros de empresas de los veintisiete Estados miembros de la UE que operan en todos los sectores empresariales de China. La Cámara Europea fue creada con el apoyo de la delegación de la Comisión Europea en Beijing en el año 2000 y ahora consta de más de 1.500 empresas europeas que van desde compañías que actúan a nivel global como de pequeñas y medianas empresas. La presencia de esta Cámara es muy fuerte en China gracias a ocho oficinas bien establecidas, la de Guangzhou desde 2005, que trabajan juntas como "una Cámara, una Voz".

En lo que se refiere a nuestros objetivos en el sur de China, éstos no difieren de los objetivos a nivel nacional. Buscamos un mayor acceso al mercado y la mejora de las condiciones en las que operan las compañías europeas. Queremos proveer a las empresas europeas de un canal de comunicación efectivo y de presión entre las autoridades europeas y chinas, asociaciones empresariales y mediáticas e inspeccionar la conformidad de China con la Organización Mundial de Comercio, así como con otros compromisos internacionales que tienen algún tipo de efecto sobre la manera de hacer negocios en China. Asimismo, la Cámara Europea ayuda a las empresas mediante una plataforma informativa sobre las condiciones empresariales y de mercado, además de ayudar a las compañías a expandir sus redes de contactos entre empresas europeas y chinas.

¿Cómo puede complementar la Cámara Europea las actividades de otras cámaras europeas?

La Cámara Europea puede complementar las actividades de otras cámaras europeas ya que es muy específica en lo que se refiere a su papel y función y debe de ser considerada como un conglomerado que asegure que las voces de las firmas europeas son escuchadas en las más altas esferas. De



Alberto Vettoretti

Treviso, Italia, es la cabeza visible de la Cámara de Comercio de la Unión Europea en China, división Guangzhou, y se enfrenta ahora al reto de mantener y al mismo tiempo renovar las líneas de actuación de su organización. Con varios años de experiencia al servicio de diferentes Cámaras de Comercio, Vettoretti analiza con nosotros los cambios y misiones que deben afrontar hoy en día en el complicado mercado chino.

Treviso, Italia, is the head in charge of the European Union Chamber of Commerce in China, Guangzhou, and is facing now the challenge of keeping the ascending line and renewing at the same time their organization. With several years of experience in the ChambersWorld at his back, Vettoretti analyze with us the changes and the missions that they have to face in the complex Chinese market.

Risking it all by changing the country to launch a business is not easy, not to mention to cross the world and land in a culture so different to the Occidental as the Asiatic one. In a changing entrepreneurial environment full of challenges, having a solid and reliable point of reference becomes essential. This is how the Chambers of Commerce take form and define itself complementing the work of other associations of similar characteristics.

The president of the European Union Chamber of Commerce in China (Pearl River Delta Division), Alberto Vettoretti, guide us through the heart of this institutions.

What are the main objectives of the European Chamber in South China?

The European Union Chamber of Commerce acts as the independent voice of European companies in China, and draws its membership from companies from all 27 EU Member States, operating in all business sectors across the whole of China. The European Chamber was formed with the support of

hecho, enfocamos nuestras actividades fundamentales en las relaciones gubernamentales y con los grupos de presión locales mediante reuniones constantes con autoridades a todos los niveles en diferentes ciudades del delta del río Perla (PRD). Tenemos un fuerte apoyo de la Comisión Europea y tenemos acceso a contactos oficiales en los más altos niveles en lo que se refiere a materias relacionadas con la asistencia a empresas europeas inversoras en este país.

Otro ejemplo, la Cámara Europea puede proporcionar un valor añadido a otras cámaras mediante el suministro de información empresarial, estudios e informes de negocios, prácticas en las mejores compañías y conocimiento en el delta del río Perla mediante su habilidad para acceder a información difícil de encontrar del sector privado, así como del Gobierno. La Cámara Europea está estructurada alrededor de grupos de trabajo específicos de cada industria, que se reúnen regularmente para abarcar cuestiones empresariales en cada uno de sus respectivos sectores. Cada uno de los grupos de trabajo contribuye al Documento Anual sobre la Situación Empresarial en China. Este documento sobre la situación en China detalla aquellos asuntos clave y recomendaciones de compañías que tienen negocios en China, por industria y en relación con las medidas de implementación de la OMC. Este documento se presenta anualmente tanto al Gobierno Chino como la Comisión Europea.

Finalmente, me gustaría resaltar los eventos a gran escala que hemos organizado con los oficiales del Gobierno así como miembros del sector privado o educativo.

Enumere tres razones por las que una compañía que tiene interés en China encuentra provechoso asociarse con una cámara en red.

Creo que una cámara es un instrumento valioso para sus miembros ya que podría facilitarles mucho su vida en lo que sigue siendo un entorno empresarial desafiante; a continuación sólo aparecen unas pocas de las razones principales por las que unirse a una cámara:

- abre puertas o resuelve problemas en lo que se refiere a cuestiones gubernamentales y de regulación que podrían ser difíciles de afrontar si la compañía actuara por sí misma;
- beneficiarse del acceso a información crucial para llevar a cabo negocios: desde una lista de ferias y exhibiciones a contactos empresariales seleccionados para hacer estudios de mercado;
- acceso a clientes potenciales y proveedores mediante eventos seleccionados de networking y relaciones interprofesionales;
- compartir con otros miembros de las mejores empresas destreza y experiencia sobre cómo manejar un negocio en China;
- por último, y no por ello menos importante, sosegarse en una atmósfera relajada con otros compañeros extranjeros en varios eventos organizados por sus miembros.

¿Cuáles son los desafíos que las empresas europeas afrontarán en China durante la próxima década?

Las empresas europeas tendrán que afrontar la falta de un acceso igualitario al mercado en China para empresas extranjeras. Muchas industrias todavía demandan la paridad como uno de los requisitos para los acuerdos de cooperación entre empresas, mientras que otros mercados están vetados a socios extranjeros. Recientemente hemos observado una apertura gradual pero algunos sectores estratégicos todavía están restringidos para compañías extranjeras a largo plazo. Esto es particularmente relevante si consideramos el problema de exceso de capacidad en algunos sectores y el hecho de que el fantasma del proteccionismo y el nacionalismo pueden aparecer una vez más para salvaguardar los intereses y actores nacionales.

Mientras que se han llevado a cabo algunos avances sobre la transparencia legislativa mediante una consulta popular más amplia, una preocupante falta de impulso en ciertas áreas clave y la falta de transparencia a nivel local seguirán dificultando el desarrollo de las empresas europeas en el país. Los inversores europeos prevén, además, un mayor espacio entre cómo las

the Delegation of the European Commission, in Beijing in 2000 and now comprised of more than 1500 European businesses from global companies to small-medium enterprises. Its presence is strong in China thanks to 8 well-established offices, in Guangzhou since 2005, which work together as "One Chamber, One Voice".

When it comes to our objectives in South China, they are no different from the national ones. We seek greater market access and improved operating conditions for European companies, we want to provide European business with an effective communication and lobbying channel to European and Chinese authorities, business associations and media, and we monitor China's compliance with the World Trade Organization (WTO) and other international commitments which impact on doing business in China. The European Chamber also support companies with an information platform on business and market conditions in China and help companies to expand their networks of European and Chinese business contacts.

How can the European Chamber actions complement the activities of the other European Chambers?

The European Chamber can complement the activities of other European Chambers as it is very specific in its role and function and should be seen as an aggregator to ensure European companies voices are heard at the highest level. We do focus our core activities on government relations and local lobbying through constant meetings with authorities at all levels in different cities in the PRD. We are strongly backed by the European Commission and have access to government contacts at the highest level for matters related to assisting European companies' investments in the country.

Another instance where the European Chamber can provide added value to other chambers is via the provision of business information, studies and business reports, best company practices and insights in the PRD via its ability to access hard-to-get information from the private sector as well as from the government. The European Chamber is structured around a core of industry-specific Working Groups, which meet regularly to discuss business issues in their respective industries. Each Working Group contributes to the annual Position Paper on Business in China. This Position Paper details the key concerns and recommendations from the companies doing business in China, per industry and with regard to WTO implementation issues. The Position Paper is presented to the Chinese government and to the European Commission each year.

Finally, I would also highlight the large scale of events that we organized with government officials as well as members of the private sector or academia.



Photo European Parliament

List the three main reasons why a company with interests in China finds it profitable to be associated to a network Chamber?

I think a chamber is a vital tool for its members as it could make life much easier for them in what is still a challenging business environment; below are just a few of the main reasons for joining a Chamber:

- *open doors or solve problems in relation to government or regulatory*

regulaciones se imponen en las firmas chinas y cómo éstas se aplican a las firmas extranjeras y esto parece que no cambiará a corto plazo.

La protección de la IP va a seguir siendo un problema en los años venideros ya que no está ni estará lo suficientemente protegida. La ausencia de una protección adecuada para los activos intelectuales puede desalentar a las empresas europeas para que realicen un volumen mayor de traspasos de conocimiento y tecnología a China, de la misma forma que las empresas chinas continuarán con sus inversiones locales sobre activos intangibles. Aproximadamente un cuarenta por ciento de las transferencias tecnológicas introducidas en el país mediante la importación e inversión se originan en la Unión Europea. Sin embargo, hay una inquietud creciente entre las empresas europeas sobre el escape de información confidencial que puede ocurrir en las distintas fases del desarrollo empresarial.

¿Cuáles son las oportunidades reales para las compañías extranjeras en China?

Sin duda alguna la reciente crisis económica ha cambiado el rumbo de la dinamo económica mundial hacia Asia y, particularmente, hacia China. Esto ha creado una serie de desafíos así como un mayor número de oportunidades para aquellas compañías, grandes y pequeñas, anticuadas o modernas, que buscan su expansión o, en algunos casos, la supervivencia. Me gustaría destacar unos pocos sectores en los que las compañías europeas podrían prosperar en China:

El Mercado local chino:

De acuerdo con una encuesta de la Cámara Europea, así como también con muchos informes empresariales de varias cámaras y organizaciones en China, un número creciente de las empresas encuestadas dijo que su estrategia primordial en China es la de acceder al mercado doméstico chino. Curiosamente, una gran proporción de las compañías en China planean expandirse a ciudades de segunda y tercera fila en China para aumentar el alcance de su mercado, por lo que ciertamente apostaría por aquellas compañías que explotan los mercados domésticos con productos y servicios atractivos para un número potencialmente más alto de clientes base.

Empresas orientadas a la exportación:

Las empresas orientadas hacia la exportación (la cadena completa de suministros en algunas áreas como la electrónica o los móviles no se va a desplazar a ningún otro sitio pronto), también están intentando desarrollar el mercado local y una compañía que sea capaz de adaptarse tanto a las ventas locales como las exportaciones, teniendo en cuenta las diferentes calidades requeridas y los diferentes modelos de precio. Éstas tendrán una oportunidad mayor de triunfar en el mercado global.

Sectores emergentes que aumentan continuamente y tienen potencial de crecimiento:

Me gustaría resaltar además la automoción en un sentido amplio y en relación con la cadena de suministros y el sector servicios (las grandes fábricas de coches en China acaban de hacer públicas sus cifras de 2009 y todas mostraban un asombroso crecimiento). A pesar de los recientes incentivos del gobierno para cambiar o comprar nuevos coches, es posible que este sector continúe su crecimiento en los años venideros ya que recientemente ha superado a Estados Unidos como el mayor mercado automovilístico. Por ejemplo, el sector de los componentes de automoción tiene amplios márgenes de crecimiento, particularmente, si tenemos en cuenta que todas las grandes fábricas de coches están planeando la ampliación de sus instalaciones para fabricar vehículos o incluso la construcción de nuevos emplazamientos. Seguramente, esto creará la necesidad de traer a los fabricantes para abastecerlos localmente. En ningún otro sitio este proceso ha sido tan claro como en el caso de Guangzhou.

Tecnologías limpias, energías alternativas y renovables:

En 2008, China se convirtió en el segundo mercado eólico del mundo y está en el camino para liderar el escenario global. Mientras otros sectores están todavía restringidos y, en algunas ocasiones, los políticos juegan un importante papel en la asignación de ofertas y licitaciones a agentes extranjeros, el multimillonario sector de la tecnología limpia ya está empezando a dar

matters that would have been hard to tackle shall the individual company acts on its own;

- *gain access to vital information to conduct business: from a list of fairs and exhibitions, to selected business contacts to market studies;*
- *gain access to potential clients or suppliers via selected B2B events meetings or match-making activities;*
- *share with fellow members best company practices and experience in operating a business in China;*
- *last but not least, unwind in a relaxed atmosphere with fellow foreigners at the various great events organised for its members.*

Which are the challenges European companies will face in China during the next decade (2010 to 2020)?

European businesses will still have to deal with the absence of an equal market access for foreign companies in China. We have recently seen a gradual opening up but some strategic sectors will still be off-limit for foreign companies for a long time to come. This is particularly relevant if we consider the problem of overcapacity in different sectors and the fact that the spectre of protectionism and nationalism may loom ahead, once again to safeguard national interests and national players.

While some progress has been made over legislative transparency through a more widespread public consultation, a worrying lack of forward momentum in certain key areas and a lack of transparency at the local level will still hamper the development of European companies in the country. European investors also foresee a major gap between how regulations are enforced on Chinese firms and how they are applied to foreign firms and this will not likely to change in the short run. This discretionary application of regulations amounts to a hidden subsidy for Chinese companies whose flouting of regulations or de-facto monopoly goes unnoticed or unsanctioned, enabling them to continue producing or operating in the country at a lower cost or from a dominant position.

IP protection is still going to be an issue in the years ahead as it is not and will still not be sufficiently protected. The lack of adequate protection for intellectual assets might, in the long run, discourage European companies from further transferring know-how and technology to China, as well as Chinese companies to continue their local investments over intangible assets. About 40 percent of technology transfers introduced to the country through imports and investments originates in the EU. However, there is a growing concern amongst European companies about the leakage of confidential information which can occur at various stages of business development.

Where are the real opportunities for foreign companies in China?

Without doubts the recent economic crisis has accelerated the shift of the world's economic dynamo to Asia and China in particular. This has created a series of challenges as well as a wealth of opportunities for those companies, big and small, old and new, looking for expansion or, in some cases, survival. I would highlight a few sectors where European companies can do well in China:

The local Chinese market:

According to a European Chamber survey but also to many China Business Reports from various chambers and organizations in China, an increasing number of companies surveyed said that their primary strategy in China was to access the domestic China market. China is no longer, particularly in certain industries and areas, the cheap manufacturing base from where to conquer the world. Interestingly, a big portion of companies in China plan to expand to China's second and third-tier cities in order to increase market reach so I would certainly bet on those companies tapping into the domestic market with products and services appealing to a much larger potential clients base.

Export-oriented companies:

Export-oriented companies (the whole supply chain in certain areas like electronics and mobiles isn't moving anywhere soon), are also trying to

resultados a los gigantes de la ingeniería así como a pequeños agentes que vieron crecer sus ventas de productos verdes incluso durante la recesión. China también está continuamente considerando los potenciales recursos energéticos para abastecer a su base industrial y urbana y el dinero dedicado a este sector será inmenso. China anunció su objetivo de que el 15 por ciento del total de la energía primaria será renovable en 2020 y ello supone esencialmente otro sector en el que a la larga las compañías europeas pueden jugar un importante rol.



Photo European Parliament

Agricultura:

Los inversores extranjeros, sobre todo las empresas de capital privado, están invirtiendo en el sector de la agricultura china. Estos acuerdos son una muestra de las grandes y potenciales oportunidades que se abrirán en los años venideros para suministrar productos alimenticios para la enorme población de China. Mientras gran parte de la población todavía vive en una relativa pobreza, una gran y creciente clase media demandará una dieta cada vez más variada y sofisticada, especialmente desde que aumenta su exposición a tendencias de consumo globales. Esto traerá consigo una demanda mayor de productos cárnicos y lácteos y una variedad más amplia de comestibles. Probablemente tendrá también repercusiones en la equipación, manufactura, entrenamiento, instalaciones para el mantenimiento del frío, el transporte, la logística, y otros servicios relacionados.

El sector servicios:

La proporción del PIB Chino relacionado con los servicios se encuentra aproximadamente en el 50% de su total, y el Gobierno Central ha explicado con detalle que este porcentaje tiene que elevarse para alcanzar en la región el nivel de otras naciones desarrolladas -entre el 70 y el 80 por ciento- en un intento de alejarse de los trabajos de labor intensivos, el bajo valor añadido y la preponderancia de una industria de base. Aunque será difícil alcanzar los niveles de Estados Unidos o Hong Kong (ambos presumen de que la aportación del sector servicios al PIB supera el 90%) China seguirá necesitando invertir enormemente en el sector servicios y deberá de abrir su riguroso régimen regulatorio en determinados campos que todavía están restringidos a la participación extranjera.

Mientras el sector servicios en Estados Unidos (y en parte de la Unión Europea) está predominantemente ocupado por la alimentación, la venta al por menor y mercados FMG, en China esto podría significar más productos y bienes relacionados que implican a todos esos servicios, a lo largo de la cadena de suministros, que podrían asegurar que el cliente final recibe el producto de la mejor forma, la más barata y rápida posible. Explotar el sector servicios en logística, adquisiciones, cumplimiento, desarrollo de software, financiación, y todas las actividades complementarias es algo en lo que las compañías europeas podrían y deberían tener éxito aquí en China. China necesita elevar la categoría de su sector servicios y los inversores europeos pueden estar en la vanguardia de esta nueva ola de inversiones en los años venideros.

La Cámara Europea da la bienvenida a la presidencia de España en la Unión Europea durante el primer trimestre de 2010, esperando poder cooperar con la Cámara de Comercio Española en numerosos proyectos conjuntos en 2010 y en adelante.

develop the local market and a company which will be able to adapt to both local sales as well as exports, taking into consideration different standards required and different pricing models will also have a better chance of success in the global market.

Emerging sectors boosting continuous growing potential:

I would certainly highlight automotive in a larger sense and the related supply chain and services sector (the big car manufacturers in China just released their 2009 figures and all showed staggering growth figures). In spite of the recent government incentives to change or buy new cars, this sector is likely to continue to grow in the years ahead and it has recently overtaken the United States as the world's largest auto market. The automotive components sector, for example, has ample margins of growth particularly if we consider that all the main car manufactures are planning the expansion of vehicle-making facilities or the construction of new sites. They will certainly need to bring in the parts makers to supply to them locally. Nowhere has this process been marked out more clearly than in Guangzhou.

Clean tech, alternative and renewable energies:

In 2008, China became the number two wind market in the world and is on track to lead the global stage. While some sectors are still restricted and, sometimes, politics plays an important role in assigning bids and tenders to foreign players, the multi-billion dollar clean tech sector is already starting to pay off engineering giants as well as smaller niche players who saw their sales of green products growing even during the recession. China is also constantly looking at potential energy resources to feed its whopping industrial and urban base and the money thrown into this sector will be massive. China announced a target of 15% of total primary energy from renewables by 2020 and this essentially represent another sector at large where European companies can play an important and role.

Agriculture:

Foreign investors, mostly private equity firms are increasingly buying into China's agriculture sector. These deals are a sign of the potentially huge opportunities that will open up in the coming years to supply food products to China's vast population. While much of the population still lives in relative poverty, the large and growing middle class will demand an increasingly varied and sophisticated diet, especially as their exposure to worldwide consumption trends increases. This will drive demand for meat and dairy products and a wider range of other processed foodstuffs. This is likely to have a knock-on effect for equipments, manufacturing, training, cold storage facilities, transportations, logistics and other related services.

Service sector:

China's portion of GDP related to services stands at about 50% of its total and the Central Government has clearly spelled out that this percentage will have to rise to reach other developed nations standards in the region of 70 to 80% in the attempt to move away from a labor intensive, low value added and predominantly industrial base. While it will be difficult to reach the US or Hong Kong levels (all boasting service GDP contribution in excess of 90%) China will still need to invest enormously in the service sector and would have to open up its tight regulatory regime in particular fields still off limit to foreign participation.

While the service sector in the US (and partly in the EU) is predominantly occupied by food, retail and FMG outlets, in China this can be more products and goods-related involving all those services, along the supply chain, that would ensure the final client receives a product in the best, cheapest and fastest possible way. Exploiting the service sector in logistics, procurement, fulfillment, software development, financing, and all complementary activities here in China is something European companies could and would do well. China badly needs to upgrade its services sector and European investors can be at the forefront of this new wave of investment in the years ahead.

The European Chamber welcomes the European Union presidency by Spain for the first semester 2010, looking forward to cooperating with the Spanish Chamber of Commerce over numerous joint-projects in 2010 and beyond!