

COMO LEVAR A SUA EMPRESA PARA A CHINA?

1. PORQUÊ INVESTIR NA CHINA?

2. ENQUADRAMENTO MACROECONÓMICO

3. O QUE A CHINA MAIS IMPORTA?

4. COMO ACEDER AO MERCADO CHINÊS?

5. COMO ABRIR UMA EMPRESA NA CHINA?

6. DICAS ÚTEIS

7. CHINA PONTOS FORTES PONTOS FRACOS

Em 1513 chegava às remotas terras da China o primeiro navegador português. Hoje, cinco séculos depois, são os empresários lusos que estão a tentar redescobrir as vantagens de expandir os seus negócios e investir na segunda maior economia mundial.

Na opinião do presidente da Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal (aicep Portugal Global), Pedro Reis, o mercado chinês deve ser uma das “grandes prioridades da geoestratégia de Portugal”, sublinhando que “nos últimos dois anos, as relações económicas e comerciais com a China intensificaram-se, tornando este país num parceiro comercial crescentemente relevante e com bastante potencial ainda por desenvolver”.

Se a sua ambição é internacionalizar a sua empresa para a China ou exportar para este gigante asiático, siga os conselhos práticos deste Guia Saldo Positivo.



NÚMEROS A RETER EXPORTAÇÕES DE BENS PORTUGUESES PARA A CHINA

2012

779 milhões de euros, + 96,3% do que em 2011

2010

A China era o 21.º parceiro de Portugal no ‘ranking’ das exportações portuguesas.



Em 2011, existiam 912 empresas portuguesas a exportar para a China

EXPORTAÇÕES PORTUGUESES PARA A CHINA (2012)



53%

Máquinas e equipamentos mecânicos e elétricos



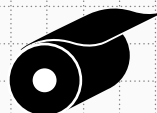
15,8%

Minerais e minérios



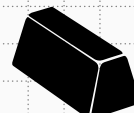
6,4%

Máquinas e aparelhos



5,2%

Pastas celulósicas e papel



4,3%

Métais comuns

A CHINA É CONSIDERADA COMO O "MOTOR" DA ECONOMIA MUNDIAL.



COMO LEVAR A SUA EMPRESA PARA A CHINA?

1. PORQUÊ INVESTIR NA CHINA?

- Segunda maior economia do mundo
- Taxa de crescimento média de 10%, nos últimos 30 anos
- População chinesa representa 20% da população mundial
- 100 cidades na China com mais de 10 milhões de habitantes
- Crescente classe média urbana
- Grupo de Risco COSEC: 2 (numa escala de 1 a 7)
- Reduções fiscais nos setores que o Governo da China pretende incentivar
- Taxa reduzida de 15% para empresas de elevado potencial tecnológico



TURISMO

Nos últimos anos, o setor do turismo teve um crescimento muito rápido, sendo atualmente a China um dos destinos turísticos mais procurados no mundo.



REGIÕES

O Plano de Desenvolvimento 2011 – 2015 dá prioridade ao redirecionamento da expansão interna para as regiões ocidentais, menos desenvolvidas. Neste momento, 13 províncias orientais representam 70% do PIB chinês.

OPORTUNIDADES NA CHINA

- + Economia reorientada para a expansão do consumo interno em alternativa às exportações
- + Melhoria nos padrões de vida
- + Aumento do rendimento disponível
- + Redução do consumo de petróleo, carvão e gás natural
- + Aposta nas energias eólica, biomassa, solar e nuclear

PRINCIPAIS SETORES DE APOSTA



Automóvel



Indústrias do aço



Produtos biofarmacêuticos



Setor petrolífero



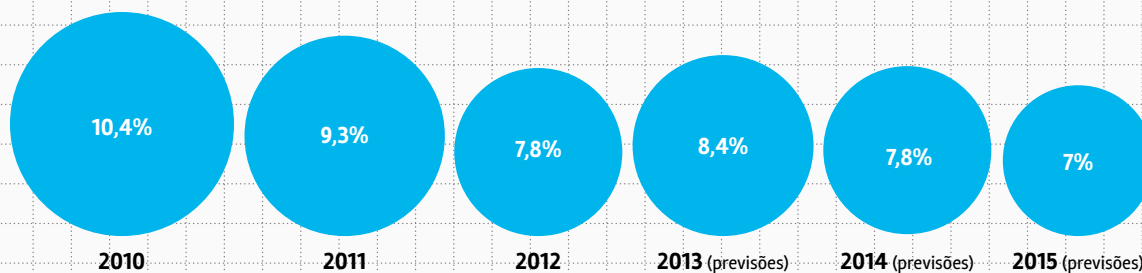
Setor terciário



Tecnologias de Informação

2. ENQUADRAMENTO MACROECONÓMICO

CRESCIMENTO DO PIB NA CHINA – ECONOMIST INTELLIGENCE UNIT



COMO LEVAR A SUA EMPRESA PARA A CHINA?

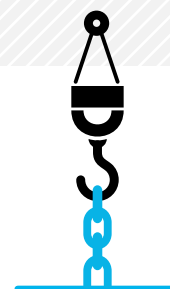
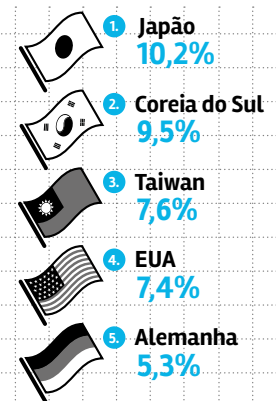
3. O QUE A CHINA MAIS IMPORTA?

A China importa sobretudo componentes para produtos que se destinam à exportação.

No entanto, tem vindo a aumentar a importação de bens para produção e consumo interno.

Se a sua empresa está interessada em exportar para a China, **saiba que o país asiático importa sobretudo:** máquinas e equipamentos mecânicos e elétricos (21,8%), combustíveis e óleos minerais (17,8%), máquinas e equipamentos mecânicos (10,4%), minérios, escórias e cinzas (7,6%), instrumentos de ótica, fotografia, etc. (6,1%).

PRINCIPAIS FORNECEDORES DA CHINA – QUOTAS DE MERCADO



A China é desde 2009 o maior exportador e o segundo maior importador a nível mundial

4. COMO ACEDER AO MERCADO CHINÊS?

SISTEMA DE IMPORTAÇÃO DE BENS NA CHINA – 3 CATEGORIAS

- 1.** Bens Permitidos – Abrange a maior parte dos produtos, para os quais apenas é necessária a obtenção de licença de importação automática;
- 2.** Bens restritos – Os produtos incluídos nesta categoria são monitorizados via quotas (arroz, açúcar, farinha, algodão) ou licenciamento não automático (produtos eletrónicos usados e todos os que sejam suscetíveis de colocar em risco a camada de ozono);
- 3.** Bens Proibidos – Resíduos tóxicos;

ACORDOS PORTUGAL/CHINA

- Acordo/Memorando de Cooperação assinado entre Portugal e a China, em maio de 2013 – Permite aos produtores nacionais de laticínios exportar os seus produtos para este mercado asiático;
- Acordo sobre a Promoção e a Proteção Recíproca de Investimentos
- Convenção para Evitar a Dupla Tributação e Prevenir a Evasão Fiscal em Matéria de Impostos sobre o Rendimento e Respetivo Protocolo



OBRIGAÇÕES FISCAIS PARA AS EMPRESAS QUE EXPORTAM PARA A CHINA

TARIFAS ADUANEIRAS

- + Taxa de IVA entre 13% (para produtos essenciais) e 17% (para a generalidade dos bens e serviços)
- + Imposto de Consumo – aplicável sobre os bens considerados de luxo (cigarros, bebidas alcoólicas)

OUTRAS OBRIGAÇÕES

- + Todos os agentes económicos na China têm de estar registados junto das autoridades aduaneiras.
- + A generalidade dos produtos não requer emissão de licença de importação, exceto para algumas categorias. Este documento, bem como o certificado de inspeção, necessário ao desalfandegamento, devem ser solicitados junto da Administration of Quality, Supervision, Inspection and Quarantine (AQSIQ).
- + Podem ser exigidos certificados de origem, solicitados pelo importador.
- + Legislação rigorosa ao nível da rotulagem dos produtos, sobretudo produtos alimentares.



Oportunidade! Foram criadas 15 Zonas Francas com isenção do pagamento de impostos sobre as importações e facilidades de armazenamento dos produtos.

COMO LEVAR A SUA EMPRESA PARA A CHINA?

5. COMO ABRIR UMA EMPRESA NA CHINA

De acordo com o estudo Doing Business 2013, do Banco Mundial, que avalia o ambiente de negócios em 185 países do mundo, a China situa-se em 91º lugar da tabela geral e em 151º lugar na categoria “Criar uma Empresa”.

PROJETOS DE INVESTIMENTO ESTRANGEIRO NA CHINA

Os diferentes setores económicos do país estão listados num catálogo e agrupados em três categorias: incentivados, restritos e proibidos. A versão mais recente entrou em vigor em janeiro de 2012. Agência de Promoção do Investimento (CIPA) – Entidade do Ministério do Comércio da China que se dedica à promoção do investimento.

NÚMEROS A RETER:

13

Passos para criar uma empresa na china

33

Dias de prazo

25%

Imposto sobre Rendimento das Empresas

Dados Doing Business 2013

6. DICAS ÚTEIS

RECOMENDAÇÕES PRÁTICAS

- + Saber bem o que quer: decidir o modelo de negócio e a forma de entrada no país
- + Identificar uma boa rede de contactos e um parceiro fiável.
- + Respeitar as diferenças culturais
- + Registar a marca do produto na China, para dificultar a falsificação
- + Ir com o espírito aberto para aprender
- + Marcar presença nas feiras de referência chinesas.
- + Aprender mandarim é fundamental, já que é a língua franca do país.
- + Todos os visitantes têm de ser portadores de um passaporte e de visto de entrada (existem oito categorias de vistos, que são obtidos na Embaixada da República Popular da China em Lisboa)

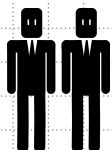
REGRAS A CUMPRIR NAS NEGOCIAÇÕES:



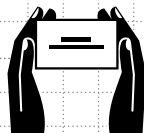
Respeitar a hierarquia



Ser pontual



Ir acompanhado às reuniões



Cumprir o ritual de entrega do cartão-de-visita (com as duas mãos e de forma a ser lido por quem o recebe; ler na íntegra cada cartão recebido e nunca guardar no bolso)

7. CHINA



PONTOS FORTES

- + 12º Plano Quinquenal (2011 – 2015) prevê um aumento do consumo interno.
- + Classe média em forte expansão (entre 150 e 200 milhões de chineses).
- + Oportunidades nas áreas alimentar, farmacêutica, energia e ambiente.
- + Construção de projetos públicos de habitação com preocupações de eficiência energética.
- + Procura de bens de consumo e viagens de turismo para o estrangeiro
- + Maior investimento externo, nomeadamente em África (integração no grupo dos BRICS)
- + Foco nas áreas da proteção do ambiente, energias renováveis, I&D, tecnologia de informação e melhoria da qualidade dos produtos
- + Planos de investimentos ambiciosos na construção de infraestruturas (transportes, energia e habitação)



PONTOS FRACOS

- + Falta de recursos naturais
- + Burocracia acentuada no ambiente de negócios
- + Desalfandegamento difícil, moroso e oneroso.
- + Grau de contrafação elevado
- + Sistema fiscal chinês complexo
- + Imposição de margens elevadas por parte dos importadores/distribuidores chineses.
- + Aprendizagem do inglês ainda pouco frequente

CONTACTOS DIREÇÃO INTERNACIONAL DE NEGÓCIO

EQUIPA DE GESTORES DE NEGÓCIO INTERNACIONAL

LISBOA: Alexandra Morais
Diogo Lopes
Elisabete Grosso

PORTO: Alexandra Vieira
Pedro Sobral
Susana Magalhães

DIN.dinamizacaoempresas@cgd.pt

EQUIPA DE PIVOTS DE MERCADO

MAGREBE, MOÇAMBIQUE E ÁFRICA DO SUL:
Carla Pinto
carla.pinto@cgd.pt

ESPAÑA, ÁSIA E S. TOMÉ E PRÍNCIPE:
Carmen Vieira
carmen.vieira@cgd.pt

FRANCA/LUXEMBURGO, AMÉRICA LATINA, ANGOLA, CABO VERDE E EUA:
Nuno Marques
nuno.marques@cgd.pt