

## CÓMO LA CRISIS DEL COVID-19 TRANSFORMA LAS EMPRESAS EN CHINA

Marzo 30, 2020

Por: Delilah Li, Gerente Senior  
Servicios de Consultoría en China

2020 está destinado a ser grabado como un período turbulento en la historia humana. El brote de COVID-19, declarado por la OMS como una pandemia mundial, está afectando profundamente el entorno social y económico del mundo. Como el primer país afectado por la epidemia, China está tomando medidas agresivas para frenar la propagación del coronavirus.

Actualmente, China es responsable del 17% de la economía mundial e impulsa el 30% del crecimiento del PIB mundial, tomando una participación mucho mayor en comparación con el período epidémico del SARS en 2003. Desde mediados de febrero, cuando el brote en China afecta su punto máximo, El gobierno chino ya comenzó a hacer planes para reiniciar la economía mediante una serie de políticas económicas y financieras.

En primer lugar, para evitar las pequeñas empresas se queden sin efectivo, el banco central de China inyectó 1,2 mil millones de RMB (USD\$ 174 millones) en el mercado y redujo la tasa de interés para los prestamistas comerciales al 2.5%. El Consejo de Estado también ordenó que los grandes bancos estatales aumenten los préstamos a las pequeñas empresas en menos de 30 por ciento en el primer semestre de 2020. Al mismo tiempo, el gobierno central alentó a los gobiernos locales a elaborar políticas de apoyo para ayuda a las pequeñas empresas a pagar menos, incluidos los recortes de impuestos por etapas, los pagos pospuestos, la deducción y la exención de las tarifas del seguro social, así como los descuentos en las tarifas de servicios públicos.

Bajo las olas de estímulo económico, las empresas en China están compitiendo para encontrar revestimientos de plata en la inminente presencia de desaceleración económica. Los supermercados, los mercados de alimentos

tradicionales, los restaurantes, los gimnasios y los que solían depender del espacio físico se están adaptando a los nuevos modelos de negocios para las ventas en línea. Muchos restaurantes recientemente recibieron pedidos de comida para llevar a cabo la representación del 90% del negocio. Hema (盒 口), un minorista de alimentos frescos, ha visto un aumento de pedidos en línea durante la epidemia y ha reclutado a más de 1,500 empleados de más de 30 compañías de catering suspendidas. La industria de la logística, aunque está en gran medida determinada por la prohibición de viajar, todavía está ocupada organizando entregas diarias a las comunidades locales. Algunos gimnasios y gimnasios tienen como objetivo el marketing en línea para mejorar las relaciones con los clientes mediante la transmisión de videos de enseñanza. La educación en línea, el tratamiento médico por Internet y las soluciones de consultoría en línea también están rápidamente procesados.

En solo unas pocas semanas, los dueños de negocios, necesariamente, han comenzado a transformar sus negocios de manera digital. Algunos pueden luchar, y con suerte la mayoría lo logrará. Tómese un momento para recordar cómo JD.COM se convirtió en uno de los minoristas en línea más grandes de China. Durante el brote de SARS en 2003, el Sr. Richard Liu, fundador de JD.COM, sufrió 8 millones de RMB en menos de un mes. Cuando la empresa tenía solo 3 meses de flujo de efectivo disponible para quemar, cerró su tienda física y lanzó una tienda minorista en línea, que evolucionó a JD.COM hoy.

Dicho todo esto, también hay buenas razones para preocuparse por cómo las pequeñas empresas pueden sobrevivir al brote de COVID-19 cuando el panorama económico de China es muy diferente al del SARS. Justo antes de que el COVID-19 ingresara al escenario, la economía del país ya se estaba desacelerando, con múltiples sectores de consumo que sufrían una demanda débil, un aumento de los costos laborales, una deuda creciente y un rápido envejecimiento. Durante el brote de coronavirus, el cierre de negocios inevitablemente ha causado que muchas compañías sufran enormes costos hundidos, como alquileres, salarios,

inventarios, etc. Incluso cuando el brote termina, el público necesita tiempo para superar el miedo a las actividades que requieren interacción social. Las empresas tienen razones legítimas para no estar seguros de mantener la rentabilidad.

De todos modos, una cosa está clara: el coronavirus se queda con nosotros por un tiempo. Los empresarios pueden verse restringidos de viajar para cerrar negocios estrechándose la mano. Pero no tienen restricciones para buscar nuevas oportunidades de negocio a través de la innovación y el cambio. China continuará implementando políticas para estimular la economía junto con las medidas para contener el brote. Es aconsejable estudiar estas políticas cuidadosamente, ya que la política del gobierno suele ser una buena brújula que apunta a la dirección del próximo enfoque económico del país. Hay fondos e incentivos disponibles para el desarrollo de sectores estratégicos. Cuando termine el brote, China acelerará la recuperación recompensando a quienes se quedan.

**Para más informes sobre cómo establecer u operar su  
empresa en China o Hong Kong.**

**Comuníquese con nosotros:**

**Representantes CW Latinoamérica**

**[David.barriga@cwhkcpa.com](mailto:David.barriga@cwhkcpa.com)**

**[Angie.Pinilla@cwhkcpa.com](mailto:Angie.Pinilla@cwhkcpa.com)**

**+ 57 313 3818759**