

“Hay que tener en cuenta las tres P: paciencia, paciencia, paciencia. En China todo es bastante lento”

Entrevista a Juan Ponsa Bosch, presidente de [Industrias Ponsa](#), empresa que nació en 1820 en Manresa como fábrica de cintas de seda y algodón. Hoy es una de las empresas líderes en el sector de fabricación de textiles técnicos para uso industrial. Tiene fábricas en tres continentes, cinco centros de producción y cuenta con un equipo humano de 450 colaboradores.



¿Cuándo inició Industrias Ponsa su relación con China?

Empezamos a ir a China a principios de los años 90, para asistir a ferias o visitar a algún contacto. Desde el principio pensamos que sería un buen lugar para establecernos, aunque el país evolucionaba tan rápido que en cada viaje veíamos oportunidades diferentes.

En el 2000 realizamos un estudio de viabilidad con una consultora china y un año después firmamos un acuerdo con las autoridades de Dongguan, en la provincia de Guangzhou. Construimos una nave y los apartamentos para el personal, y a finales del año 2003 empezamos a producir.

¿Qué dificultades encontraron?

Las que nos esperábamos en un principio y algunas más, como por ejemplo los problemas con las aduanas. Las dificultades con los criterios de calidad, los llamados *China Inspection and Quarantine (CIQ)*, para la entrada de la maquinaria y materiales de

importación nos hicieron retrasar la puesta en marcha varios meses, los problemas burocráticos eran interminables.

En general, el primer año es difícil y todo se retrasa mucho. Da la impresión de que las autoridades te ponen a prueba, para que te des cuenta de dónde estás.

¿Qué valoración hace de esta internacionalización?

El mercado local chino es difícil para una empresa extranjera y tampoco es fácil ser competitivo en su mercado. En general, en China solo se busca precio, se trata de vender barato como sea.

Actualmente el gobierno realiza campañas para tratar de convencer a los empresarios locales de que fabriquen productos de más calidad, para que el *"made in China"* no sea sinónimo de baja calidad. Esto será beneficioso para nosotros.

La fabricación en China ha supuesto un reto para todos nosotros y nos ha dado una visión más global del mercado en que nos movemos.

El mercado asiático, japonés y australiano ya es otra cosa, pero tampoco es fácil. Debemos convencer a los compradores de que somos unos "chinos con filosofía europea". En este momento nuestro mercado objetivo es Asia, más que China.

¿Qué le recomendaría a una empresa familiar española que esté planteándose crear una fábrica en China?

En primer lugar, que tenga en cuenta las tres P: paciencia, paciencia, paciencia. En general, en China todo es bastante lento, aunque esto ha cambiado mucho en los últimos cinco años.

En segundo lugar, que tengan mucho cuidado con el socio local que elijan y que no tengan ninguna prisa en cerrar los tratos: en China todo se debe discutir y discutir.

También es importante que cuenten con una persona de confianza que esté dispuesta a vivir en China o a desplazarse continuamente.

Y, por último, que viajen mucho a China. Antes de tomar una decisión es conveniente que las personas clave de la empresa tengan un buen conocimiento del país y de las diferencias entre las distintas provincias, que sepan los pros y contras de establecerse en cada una de ellas.