



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE VALENCIA

Estudio previo para la implantación de la empresa Beroomers S.L. en países asiáticos

Facultad de Administración y Dirección de Empresas

01/09/2016

Autor: Marta Barambio Martínez

Tutor: Jesús Ruiz García

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, dar gracias a la Universidad Politécnica de Valencia por haber confiado en mí y haberme formado durante esta etapa educativa.

En segundo lugar, me gustaría dar las gracias a la empresa BE ROOMER, S.L. por brindarme la oportunidad de realizar las prácticas y abrirme una nueva perspectiva en el mundo empresa, así como por permitirme desarrollar este proyecto.

Por último, gracias a mi tutor Jesús Ruiz García por guiarme, por su apoyo y motivación diaria para crecer a lo largo del camino recorrido en el desarrollo de este proyecto.

RESUMEN

Dentro del panorama actual, a nivel económico y de empresa, la innovación juega un papel muy importante a la hora de adentrarse en un nuevo mercado. Es por ello, que este trabajo de fin de grado se ha realizado desde el punto de vista del producto estrella de la empresa BE ROOMER, S.L.

BE ROOMER, S.L. es una empresa fundada en el año 2013 por Guillermo Ruiz y Sunil Mahtani, creada por la necesidad de crear una plataforma eficiente y profesional dirigida a estudiantes y jóvenes profesionales, con el objetivo de solucionar el problema que el 99% de este público objetivo tiene cuando se desplazan a un nuevo país, encontrar alojamiento. Por ello, su actividad profesional es el asesoramiento inmobiliario para encontrar alojamiento especializado y ajustado a las necesidades actuales, alrededor de las principales ciudades universitarias de Europa y Estados Unidos.

Con ello, este trabajo de fin de grado se estructura en cuatro grandes bloques. El primer bloque es la parte teórica, el cual se centra en el estudio del sector en el que opera la empresa. Se estructura en forma de embudo; es decir, se parte de una descripción general del panorama del sector inmobiliario mundial, pasando por una descripción del mercado inmobiliario asiático, el mercado de estudiantes internacional; y por último, se analiza el sector de alojamiento estudiantil internacional.

El segundo bloque es una descripción detallada de la empresa BE ROOMER, S.L. y sus diferentes dimensiones, así como el análisis en profundidad de siete países, a través del marco-país, y el marco-sector para cada uno de ellos. Los países estudiados son los siguientes: China, la región administrativa especial de Hong Kong, India, Malasia, Singapur, Japón, y Corea del Sur.

En el tercer bloque se presenta los resultados y las conclusiones obtenidas a través del estudio comparativo entre países.

Por último, el cuarto bloque consta de la bibliografía consultada para la elaboración de este trabajo de fin de grado.

PALABRAS CLAVE

Mercado de alojamiento, estudiantes, Asia, Marketplace, oportunidades.

ABSTRACT

Within the current economic and business outlook, the innovation have most important role in order to enter in a new market. It is thus essential to take into account this thesis has been elaborated from the point of view of BE ROOMER, S.L. star product.

BE ROOMER, S.L. was born in 2013 by Guillermo Ruiz and Sunil Mahtani. It was set up in view of the need of creating an efficient and professional marketplace aimed at students and young professionals, in order to solve the problem which has almost people when they start to find an accommodation in a foreign country. Therefore the professional activity of the company is property consultancy in order to find the specialized accommodation which is adjusted to the current necessities around the main university towns of Europe and United States.

The present thesis is structured in four large blocks. The first block is the theory part which is focused in a sector analysis where is concentrated the company professional activity. It has a funnel shape structure; firstly an analysis of the global housing sector, then an overview of Asiatic real estate sector, international student sector; and finally an analysis of the student housing sector.

The second block is formed by an overview of the dimensions of the company and an analysis of seven Asiatic countries through framework-country and framework-sector. The Asian countries are: China, Special Administrative Region Hong Kong, India, Malaysia, Singapore, Japan, and South of Korea.

In the third block are presented the result and conclusions of the comparative study between Asian countries.

Finally, fourth block is the bibliography consulted.

KEY WORDS

Housing sector, students, Asia, Marketplace, Opportunities.

INDICE

PRESENTACIÓN.....	10
PARTE TEÓRICA	12
1. Introducción	12
2. Sector inmobiliario mundial	12
3. Sector inmobiliario asiático.....	14
3.1. El mercado de la compra venta de inmuebles en Asia	15
3.2. El mercado de arrendamiento de inmuebles en Asia	17
4. Mercado educativo internacional	19
5. Mercado de alojamiento para estudiantes.....	23
PARTE PRÁCTICA	27
6. Objetivos	27
6.1. Objetivo general.....	27
6.2. Objetivos específicos.....	27
7. La empresa BE ROOMERS, S.L.	28
7.1. Misión, Visión y Valores	29
7.2. Estructura organizacional.....	31
7.3. Posicionamiento.....	34
7.4. Competencia	37
7.5. Definición de los puestos de trabajo.....	39
7.5.1. El objetivo del departamento de RRHH	39
7.5.2. La Descripción del Puesto de Trabajo (DPT).....	39
8. Metodología: Estudio comparativo entre países asiáticos	47
8.1. China.....	48
8.1.1. Marco país.....	48
8.1.2. Marco sector	58
8.2. Hong Kong.....	61
8.2.1. Marco país.....	61
8.2.2. Marco sector	67
8.3. India.....	70
8.3.1. Marco país.....	70
8.3.2. Marco sector	79
8.4. Malasia	82

8.4.1.	Marco país.....	82
8.4.2.	Marco sector	90
8.5.	Singapur.....	92
8.5.1.	Marco país.....	92
8.5.2.	Marco sector	100
8.6.	Japón	103
8.6.1.	Marco país.....	103
8.6.2.	Marco sector	111
8.7.	Corea del Sur	114
8.7.1.	Marco país.....	114
8.7.2.	Marco sector	122
RESULTADOS Y CONCLUSIONES		126
9.	Resultados	126
10.	Conclusiones.....	134
BILBIOGRAFIA.....		139
11.	Bibliografía	139
ANEXOS		146

ANEXOS

Anexo 1: Página web de Beroomers, S.L.....	146
Anexo 2: Preferencias en los métodos de pago online en los países europeos	147
Anexo 3: Métodos de pago más populares en India.....	148
Anexo 4: Métodos de pago más populares en Japón	148
Anexo 5: Top de la inversión global de estudiantes internacionales en 2015.....	148
Anexo 6: Previsión de evolución del PIB de las economías asiáticas para 2016.....	148
Anexo 7: Retos y oportunidades del sector inmobiliario en Asia-Pacífico.....	148
Anexo 8: Perspectiva de la evolución del alquiler por menor	148

ÍNDICE GRÁFICOS

Gráfico 1: Rendimiento global según finalidad	13
Gráfico 2: Composición de los sectores en Asia.....	14
Gráfico 3: Los costes de transacción en países asiáticos	16
Gráfico 4: Tendencias en la participación del mercado educativo internacional 2000-2011.....	22
Gráfico 5: Inversión de Estados Unidos, Reino Unido y Europa oriental en el mercado de alojamiento para estudiantes	23
Gráfico 6: Coste mensual de la vida estudiantil	24
Gráfico 7: Pirámide poblacional de China	55
Gráfico 8: Pirámide poblacional de Hong Kong.....	66
Gráfico 9: Pirámide poblacional de India	77
Gráfico 10: Pirámide poblacional de Malasia.....	88
Gráfico 11: Pirámide poblacional de Singapur	98
Gráfico 12: Pirámide poblacional de Japón.....	109
Gráfico 13: Pirámide poblacional de Corea del sur	120

ÍNDICE TABLAS

Tabla 1: Leyes de Arrendamiento en países asiáticos.....	18
Tabla 2: Descripción del puesto de trabajo Director Área 1	40
Tabla 3: Descripción del puesto de trabajo Director Área 2	41
Tabla 4: Descripción del puesto de trabajo Director Área 3	41
Tabla 5: Descripción del puesto de trabajo Comercial.....	42
Tabla 6: Descripción del puesto de trabajo Financial Assistant	42
Tabla 7: Descripción del puesto de trabajo Business Developer	43
Tabla 8: Descripción del puesto de trabajo Digital Marketing Manager	43
Tabla 9: Descripción del puesto de trabajo Listing Assistant.....	44
Tabla 10: Descripción del puesto de trabajo Back-End.....	45
Tabla 11: Descripción del puesto de trabajo Back-Front	45
Tabla 12: Descripción del puesto de trabajo Analístico-SEO	46
Tabla 13: Amenazas y oportunidades de los factores políticos de China	50
Tabla 14: Datos económicos de China	50
Tabla 15: Clasificación de China	55
Tabla 16: Amenazas y oportunidades de los factores políticos de Hong Kong.....	61
Tabla 17: Datos económicos de Hong Kong.....	62
Tabla 18: Clasificación de Hong Kong.....	65
Tabla 19: Amenazas y oportunidades de los factores políticos de India	72
Tabla 20: Datos económicos de India	72
Tabla 21: Clasificación de India	75
Tabla 22: Amenazas y oportunidades de los factores políticos de Malasia.....	84
Tabla 23: Datos económicos de Malasia.....	84
Tabla 24: Clasificación de Malasia.....	87
Tabla 25: Amenazas y oportunidades de los factores políticos de Singapur	93
Tabla 26: Datos económicos de Singapur	94
Tabla 27: Clasificación de Singapur	97
Tabla 28: Amenazas y oportunidades de los factores políticos de Japón.....	105
Tabla 29: Datos económicos de Japón	105
Tabla 30: Clasificación de Singapur	108
Tabla 31: Amenazas y oportunidades de los factores políticos de Corea del sur.....	116
Tabla 32: Datos económicos de Corea del Sur.....	116
Tabla 33: Clasificación de Corea del Sur.....	120
Tabla 34: Resultados. Fortalezas del marco países.....	127
Tabla 35: Resultados. Debilidades del marco países.....	128
Tabla 36: Factores sensibles a la toma de decisiones de los países.....	130
Tabla 37: Método Multicriterio Scoring.....	131



ÍNDICE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Los seis flujos principales de estudiantes internacionales	20
Ilustración 2: Principales países de origen de los estudiantes internacionales en 2011	21
Ilustración 3: Logo Beroomers	28
Ilustración 4: Organigrama.....	31

PRESENTACIÓN

En presente trabajo de fin de grado se va a realizar un estudio previo para la posible entrada de la empresa Be roomer, S.L. en el mercado asiático.

¿Por qué en Asia? La respuesta a esta pregunta es en primer lugar por la necesidad de la empresa española a sobrevivir a la recesión económica experimentada en los últimos años comercializando fuera del mercado interior.

En segundo lugar, el futuro de las empresas y del comercio es Asia, desde un punto de vista económico, de movilidad de capitales, de capacidad de innovación, desarrollo, y avance tecnológico.

En tercer lugar, España es conocida por los empresarios asiáticos. Existe una oportunidad de negocio para los asiáticos debido a la cercanía cultural de España con los países de Latinoamérica, por lo que asociarse con una empresa española se traduce en una oportunidad para entrar en el mercado español, en el mercado europeo, y además aprovechar el esfuerzo de las empresas españolas que tienen presencia en Latinoamérica.

Por último, Asia es aún un reto pendiente para las empresas españolas.

Así pues, a continuación se realizará un estudio analítico sobre el sector inmobiliario y de alojamiento estudiantil, y la capacidad de la empresa Beroomers para adentrarse en el mercado asiático, analizando los siete países más importantes de Asia.

CAPÍTULO 1: PARTE TEÓRICA

PARTE TEÓRICA

1. Introducción

En primer lugar, resulta necesario definir que es el sector inmobiliario. El mercado inmobiliario es el marco en el cual se desarrollan todas aquellas transacciones económicas que tienen por objeto inmediato la propiedad o el disfrute de un bien inmueble, es decir, tienen como finalidad el derecho a gozar o disponer de un bien que tiene una situación fija en el espacio y no puede desplazarse, como son los terrenos, locales comerciales, viviendas, fincas, etcétera (RODRÍGUEZ, 2015).

El mercado inmobiliario se trata de un importante sector de la economía de un país que contribuye al desarrollo de la misma, debido a que promueve inversiones, desarrolla bienes inmuebles que son activos tangibles, estimula el bienestar de la sociedad, contribuye al PIB aportando bienes, capital, producción y consumo, genera empleo, los bienes inmuebles se pueden revalorizar, contribuye a la fiscalidad tanto nacional como municipal y aporta programas de renovación urbanística (BRUN, 2011).

Dentro del sector inmobiliario existen dos actividades principales: la compra-venta, y el arrendamiento de inmuebles.

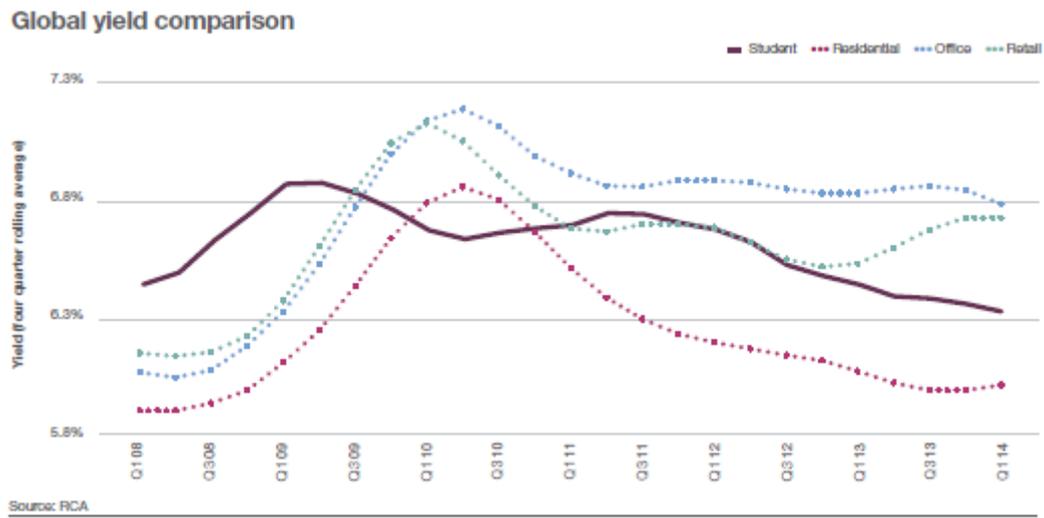
Así mismo, se analizará el mercado de educativo internacional, así como el mercado de alojamiento para estudiantes en Asia.

2. Sector inmobiliario mundial

La crisis financiera mundial surgida en el año 2007 ha dado lugar a numerosos cambios en las preferencias de muchos inversores a la hora de tomar decisiones sobre en qué país invertir, y dentro de este en qué sector posicionarse, dando paso a una búsqueda global de fuentes de ingresos seguras.

El gran incremento de la actividad inmobiliaria en la región asiática se ha visto favorecida por el auge de los fondos de pensiones nacionales y el aumento de la renta per cápita. Es precisamente en esa zona donde se registra un especial interés por los inmuebles terciarios. La firma, estima que en todo el mundo las inversiones en estos bienes superarán los 750.000 millones de euros anuales en 2030 (cifra que actualmente se sitúa en unos 330.000 millones de euros). Existen, por tanto, claras evidencias de que el mercado internacional vive una importante reactivación (LASALLE, 2013).

Gráfico 1: Rendimiento global según finalidad



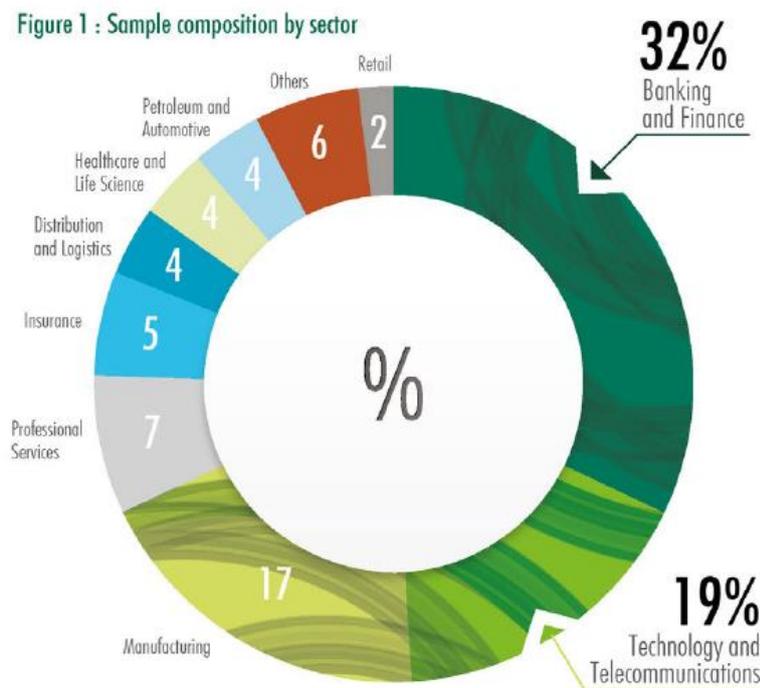
Fuente: World Student Housing, Savills World Reserach, 2014

3. Sector inmobiliario asiático

Asia sigue siendo un mercado clave para las empresas multinacionales, pero la desaceleración económica en China ha dado paso a un período de cautividad en cuanto a la expansión de los negocios. El entorno cambiante de los negocios está necesitando la formulación de estrategias inmobiliarias corporativas más sofisticadas y complejas.

En la siguiente figura se observa la descomposición del mercado asiático en sus diferentes sectores, destacándose entre ellos el sector de la banca y las finanzas (32%), el sector tecnológico y de telecomunicaciones (19%), y el sector industrial (17%).

Gráfico 2: Composición de los sectores en Asia



Fuente: CBRE Research, Febrero 2016

Los altos costes operativos, en particular los alquileres y la mano de obra en Asia, junto con la debilidad de las monedas asiáticas, han dado lugar a estrategias inmobiliarias más cautas en 2016.

Los precios inmobiliarios se han incrementado significativamente en algunos países emergentes asiáticos, tras las fuertes entradas de capital de economías desarrolladas.

Existen áreas de vulnerabilidad en los mercados inmobiliarios de Asia, comparando los precios actuales de los inmuebles con valores razonables. Una corrección completa de los desajustes de precios de la vivienda, posiblemente provocados por el endurecimiento de la política de

la Fed, podría deprimir significativamente la actividad económica en algunos países ya que el consumo se vería duramente afectado (YAO, A., DAVRADAKIS, M., 2015).

Las políticas monetarias poco convencionales adoptadas por los bancos centrales de las economías desarrolladas han inyectado liquidez global, bajando los tipos de interés y elevando los activos de los mercados emergentes, incluido el sector inmobiliario.

Los incrementos de los precios de las viviendas han sido más pronunciados en los países emergentes de Asia. Algunos países, como Hong Kong, Filipinas y Malasia han experimentado una apreciación en los precios de las viviendas que no se pueden justificar sólo por fundamentales, haciéndolos vulnerables a una liquidez global menos favorable resultante de la normalización de la política de la Fed (YAO, A., DAVRADAKIS, M., 2015).

Una corrección completa del desajuste de los precios de las viviendas podría tener un gran impacto en las economías asiáticas. Por ejemplo, Hong Kong y Filipinas podrían perder tres puntos en el crecimiento del PIB real, ya que la caída de los precios de las viviendas golpearía el consumo.

En el caso del mercado de viviendas de China se encuentra en una fase diferente del ciclo al resto de países, además la falta de permeabilidad de capitales de China provoca un cierto grado de aislamiento del mercado de viviendas con respecto a los flujos de liquidez externos, lo que debería hacer al país menos sensible a las políticas de la Fed (YAO, A., DAVRADAKIS, M., 2015).

3.1. El mercado de la compra venta de inmuebles en Asia

El mercado de la vivienda en Asia es muy variado debido a los diferentes niveles de desarrollo económico y sistemas económicos adoptados por cada país. Por ejemplo, esta disparidad se puede observar a través de la tasa de propiedad, que en ciudades como Seúl (Corea del Sur), Manilla (Filipinas) y Tokio (Japón) está por debajo del 50%. Sin embargo, en Yakarta (Indonesia), Taipéi (China) y Singapur esta tasa supera el 80%.

Los países en proceso de desarrollo de Asia no ofrecen una protección suficiente en cuanto a los derechos de propiedad. Esto se debe a la deficiencia de los gobiernos y el escaso control que existe sobre la corrupción en países como China, Indonesia y Filipinas.

Especial es el caso de Filipinas, donde sólo 10 millones de parcelas de las 25 millones existentes (40%) se estima que están registradas. Asimismo, tiene el mayor número de procedimientos involucrados en el registro de propiedad, seguido de Indonesia y Corea del Sur.

En el caso de China, la entrada de inversión extranjera en el sector inmobiliario ha dado lugar a la apropiación ilegal de tierras en zonas rurales. El Ministerio de Tierras y Recursos Naturales informó recientemente que alrededor de un 90% de las adquisiciones de tierras son ilegales.

En cuanto a la facilidad para hacer negocio para una empresa extranjera, existen varias restricciones de propiedad en Indonesia, Tailandia y Filipinas. Por otro lado, los mercados de bienes inmobiliarios de Japón, Hong Kong, Singapur y Corea del Sur están generalmente abiertos a los extranjeros.

En cuanto a los costes de transacción, la venta y compra de bienes implican muchos gastos: gastos de registro, los honorarios de servicios de profesionales, y las ventas e impuestos de transferencia de propiedad.

Los costes de inscripción incluyen los derechos de timbre, las tasas de escritura notarial y otros gastos de notaría. No obstante, en la mayoría de países de Asia los costes de registro son bajos. Los países con mercados menos transparentes y con más procedimientos de registro tienen honorarios de agente inmobiliario más altos, en particular Filipinas e Indonesia.

En cuanto a los honorarios legales, generalmente no superan el 1% del valor del inmueble. Sin embargo, en Filipinas los gastos legales son considerables. Además existe una tendencia, los honorarios legales aumentan a medida que aumenta el precio del inmueble, esto se debe al alto riesgo implícito en este tipo de operaciones.

Por lo tanto, las ventas e impuestos de transferencia en general son sustanciales, y normalmente comprenden la mayor parte de los costes de transacción en la mayoría de países.

En la siguiente imagen se puede observar los diferentes costes en diferentes países asiáticos.

Gráfico 3: Los costes de transacción en países asiáticos



Fuente: Housing Sales and Rental Markets in Asia. Global Property Guide, Julio 2008

Como se observa, los costes de transacción totales en la transferencia de la propiedad son generalmente inferiores al 6% en China, Hong Kong, Japón, Malasia y Singapur. Sin embargo, en el caso de Taiwán, Tailandia, Indonesia, Filipinas, y Corea del Sur están por encima del 10%. En estos países, la mayor parte del coste total está compuesto por los honorarios del mediador profesional, y las tasas de venta y transferencia.

Hong Kong, Malasia y Singapur, son los países con menores costes de transacción, además de ser los países con mayor transparencia.

3.2. *El mercado de arrendamiento de inmuebles en Asia*

Con el propósito de mejorar el funcionamiento del alquiler en los países asiático, se han realizado recientemente cambios en las leyes que ocupan el marco de los derechos de arrendamiento, eliminando las medidas que inhibían el mercado de alquiler.

En el caso de la legislación de Hong Kong, Japón y Malasia, se ha conseguido que sea más fácil para los propietarios recuperar sus propiedades con acciones como imponer una fianza en el contrato de alquiler, la cual se comenzó a llevar a cabo como respuesta a la necesidad de un control sobre los alquileres, y que a día de hoy todavía se practica resultando favorable para los propietarios.

La fianza protege a los propietarios por defecto, asegura poder cubrir las posibles facturas pendientes de pago, y los daños causados por los inquilinos. En la mayoría de los países asiáticos la fianza se encuentra entre dos y tres meses de alquiler, y se devuelve normalmente sin intereses, excepto en Taiwán y Filipinas.

El caso de Taiwán y Filipinas llama la atención, puesto que el precio del alquiler y los aumentos de éste para propiedades residenciales no pueden ser negociados libremente, sí en el resto de países asiáticos.

En cuanto al desalojo de los inquilinos, actualmente es un problema grave en Asia, debido a los sistemas judiciales engorrosos e ineficientes. En el caso de Taiwán, Japón y Tailandia, el número de días que se necesita para desalojar a los inquilinos supera los 300 días.

En respuesta a los sistemas legales costosos y engorrosos, en Asia se utilizan de manera frecuente los procesos de Resolución Alternativa de Conflictos (RAC). La Resolución Alternativa de Conflictos (RAC), es entendida como una forma de resolver conflictos al margen de los medios convencionales.

En la siguiente tabla se muestra un resumen de las leyes de arrendamiento de los principales países asiáticos:

Tabla 1: Leyes de Arrendamiento en países asiáticos

PAÍS	LEY DE ARRENDAMIENTO	CARACTERÍSTICAS
China	La Ley de contratos (Capítulo XIII- Los contratos de arrendamiento, 1999)	Estipula las bases del arrendamiento de una vivienda.
Hong Kong	Propietario y el inquilino (Consolidación) Ordenanza 2004	La eliminación de la seguridad de las disposiciones de tenencia facilita la recuperación más rápida de la propiedad.
Indonesia	El derecho básico agrario (Ley Nº 5 de 1960)	Establece el derecho de los extranjeros a arrendar propiedades.
Japón	Ley de Arrendamiento (2000)	La eliminación de la seguridad de las disposiciones de tenencia facilita la recuperación más rápida de la propiedad.
Malasia	Ley de control de renta (derogación), 1997	El control de alquileres abolida en 2000 facilita la recuperación más rápida de la propiedad.
Filipinas	Ley de control de alquileres, 2005	Proporciona control de los alquileres de los inmuebles con alquiler mensual no superior a 10,000 pesos en las ciudades y en otras áreas 7.500 pesos.
Singapur	El control de alquiler (abolición), 2001	El control de alquileres abolida en 2001 facilita la recuperación más rápida de la propiedad.
Corea del Sur	Ley sobre la protección de la vivienda en arrendamientos, 1981 Ley de alquiler de la vivienda, 1993	Ofrece garantía para la devolución de la fianza estipulada en el arrendamiento de la vivienda.
Taiwán	Ley de tierras (modificado en 2001)	Limita el alquiler anual de 10% del valor del inmueble.
Tailandia	Código Civil y Comercial	Establece el derecho de los extranjeros a arrendar bienes inmuebles hasta 30 años.

Fuente: The Global Property Guide, Julio 2008

4. Mercado educativo internacional

El número de estudiantes inscritos en la educación terciaria fuera de sus países de nacionalidad se ha incrementado rápidamente en las últimas décadas, reflejando la expansión de los sistemas educativos universitarios en el mundo y la globalización de las economías y sociedades. Como la mayoría de los estudiantes que estudian en el exterior eligen hacerlo en países de la OCDE, la expansión de la educación terciaria más allá del área de la OCDE ha incentivado la entrada de estudiantes extranjeros (OECD, 2013).

El número de estudiantes matriculados en la educación terciaria fuera del país de nacionalidad aumentó más del triple, desde 1,3 millones en 1990 a cerca de 4,3 millones en 2011, representando una tasa de crecimiento anual promedio de casi el 6%. Esto es un aumento mayor que el incremento total de estudiantes matriculados en la educación terciaria a nivel global. Contrariamente a lo que algunos observadores esperan, no ha habido una disminución en la tasa de crecimiento de los estudiantes internacionales durante la crisis económica global (OECD, 2013).

Entre los beneficios percibidos por un gran número de estudiantes de estudiar en el exterior se encuentran el enriquecimiento cultural y la mejora en las habilidades en idiomas, cualificaciones de alto nivel, y una ventaja competitiva para acceder a mejores puestos de trabajo. Estudiar en el exterior ayuda a los estudiantes a expandir sus conocimientos a otras sociedades, otros idiomas, otras culturas y estrategias de negocios, y para influenciar sus perspectivas laborales (OECD, 2004). Además, las caídas de los costes de los viajes internacionales y las comunicaciones también hacen más fácil estudiar en el exterior.

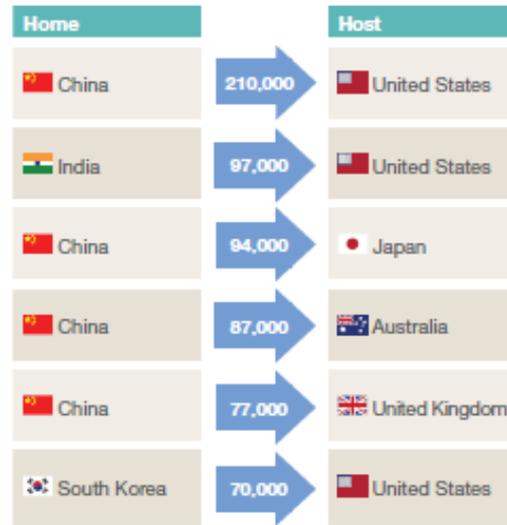
Según la OCDE, en el año 2012 más de 4,5 millones de alumnos estudiaban en el extranjero, frente a los 2 millones en el año 2000, y se prevé que llegará a 8 millones en 2025. El 47% de los estudiantes internacionales proceden de 5 países: Estados Unidos, Reino Unido, Francia, Australia y Alemania. Si bien estos son los principales mercados, han aparecido nuevos mercados emergentes en el sector que atraen estudiantes móviles. Los Emiratos Árabes Unidos, por ejemplo, es ahora el principal destino para los estudiantes procedentes de Oriente Medio, superando a Reino Unido.

Los cinco principales mercados emisores a nivel mundial son China, India, Corea del Sur, Alemania y Arabia Saudita. En 2012 fueron 694.000 estudiantes procedentes de China estudiando en el extranjero, el triple que en el caso de India (190.000 estudiantes).

Cuatro de los seis principales flujos de estudiantes proceden de China:

Ilustración 1: Los seis flujos principales de estudiantes internacionales

Top 6 largest international student flows



Fuente: World Student Housing, Savills World Research, 2015/2016

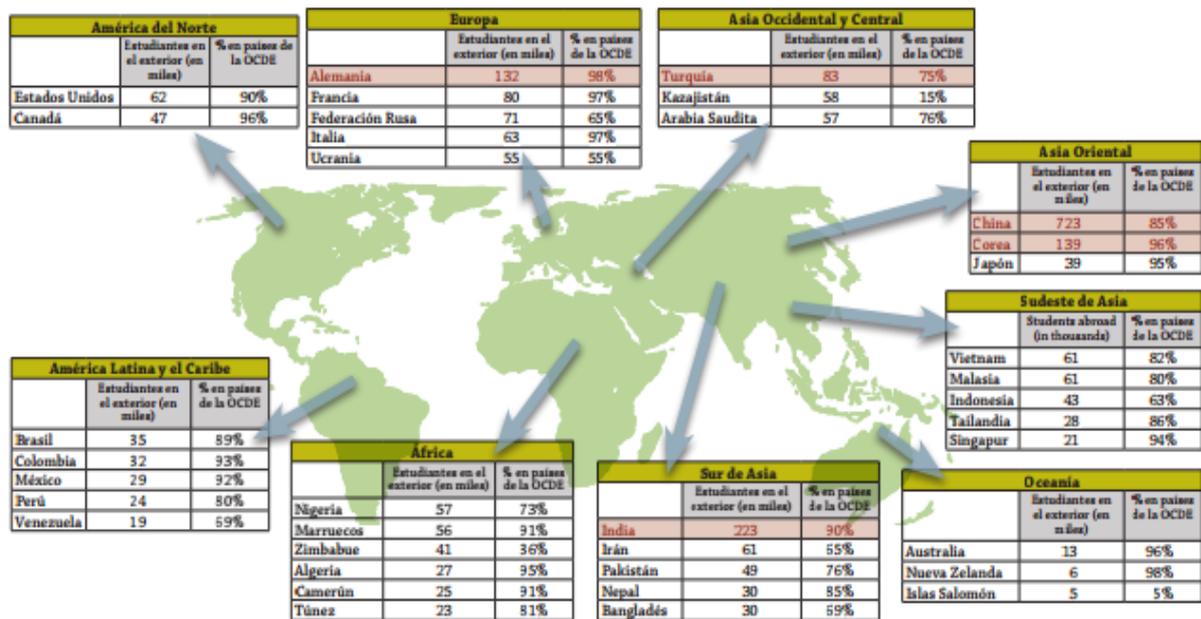
La movilidad global de los estudiantes refleja en gran medida los patrones migratorios inter e intrarregional. Además, los flujos de estudiantes en los países de Europa, Asia Oriental y Oceanía tienden a reflejar la evolución de las áreas geopolíticas, así como los vínculos entre los países de Asia del Pacífico y una mayor cooperación entre los países europeos más allá de la Unión Europea (UNESCO, 2009).

En 2011, los países de la OCDE acogieron alrededor del 77% de todos los estudiantes matriculados fuera de sus países de nacionalidad. Dentro de la OCDE, casi la mitad de todos los estudiantes extranjeros se matricularon en uno de los cinco mejores destinos para realizar estudios universitarios en el extranjero: Estados Unidos, con el 17% de todos los estudiantes extranjeros en el mundo, seguido del Reino unido (13%), Australia (6%), Alemania (6%) y Francia (6%).

Los estudiantes internacionales se dirigen a estudiar en principio a países de lengua inglesa, por lo general en los campos de las ciencias sociales, negocios y leyes (más del 30% del total en estos campos) (OECD, 2013).

Australia, Estados Unidos y Reino Unido en conjunto alojan el 36% del total de estudiantes extranjeros universitarios matriculados en el mundo. Esta proporción se ha mantenido razonablemente estable desde 2000, cuando alcanzó el 39%.

Ilustración 2: Principales países de origen de los estudiantes internacionales en 2011



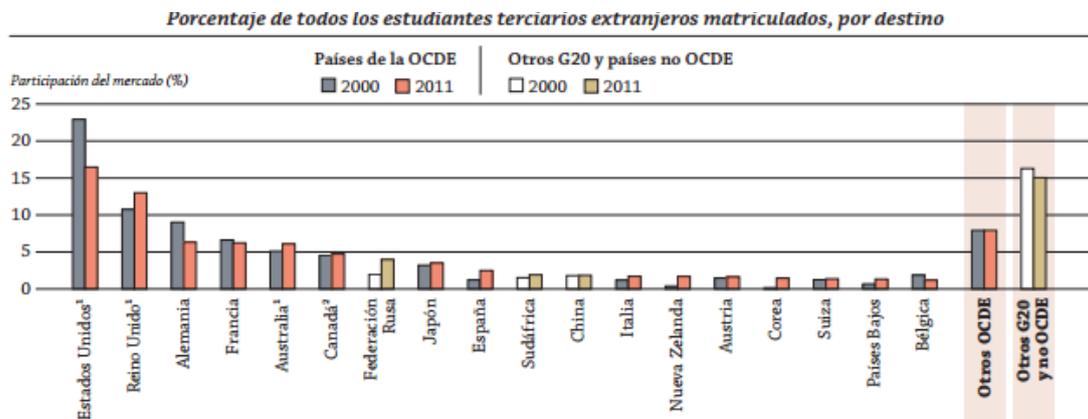
Fuente: Education Indicators in Focus. OECD, Julio 2013

Los estudiantes internacionales en la actualidad tienden a matricularse en mayores niveles educativos que antes, reflejando un incremento de la internacionalización de la investigación académica y las ciencias (OECD, 2009). En los países de la OCDE, un promedio de 1 de 5 estudiantes de educación universitaria que se inscriben en programas de investigación avanzados en 2011 es internacional. Esta proporción excede el 30% en Australia, Francia, Nueva Zelanda, Países Bajos, Reino Unido y Suiza.

Nuevos jugadores han entrado en escena en el mercado educativo internacional en los últimos años. Por ejemplo, en 2011, un número significativo de estudiantes extranjeros se inscribieron en Canadá (5%), Japón (4%), Federación Rusa (4%) y España (2%). De manera contraria, la tasa de mercado de algunos de los más populares países ha decrecido: la participación de los estudiantes internacionales en Estados Unidos descendió de un 23% a un 17% entre 2000 y 2011, mientras que la participación de los estudiantes internacionales en Alemania cayó en tres puntos porcentuales en el mismo periodo. (OECD, 2013)

Mientras todavía tiene una participación menor en el mercado educativo internacional, el número de estudiantes extranjeros en Corea se ha incrementado 17 veces durante este periodo.

Gráfico 4: Tendencias en la participación del mercado educativo internacional 2000-2011



Nota: Año de referencia de los datos para otros países que no son de la OCDE y G20 es 2010.

1. Los datos relacionados con los estudiantes internacionales se definen sobre la base de sus países de residencia. Para el Reino Unido, los datos del 2011 están basados en la nacionalidad.

2. Año de referencia 2010 en vez de 2011.

Los países se muestran en orden descendente respecto de las participaciones del mercado 2011.

Fuente: Education Indicators in Focus, OECD Julio 2013

Las políticas migratorias han sido modificadas en algunos países de la OCDE: Finlandia y Noruega han modificado sus leyes de naturalización para tener en cuenta los años de residencia como estudiante al evaluar la elegibilidad para obtener la ciudadanía, mientras en Canadá se facilita la residencia permanente para estudiantes internacionales (OECD, 2012). En cambio, los países como Estados Unidos y más recientemente el Reino Unido, han hecho más difícil la entrada a los estudiantes internacionales.

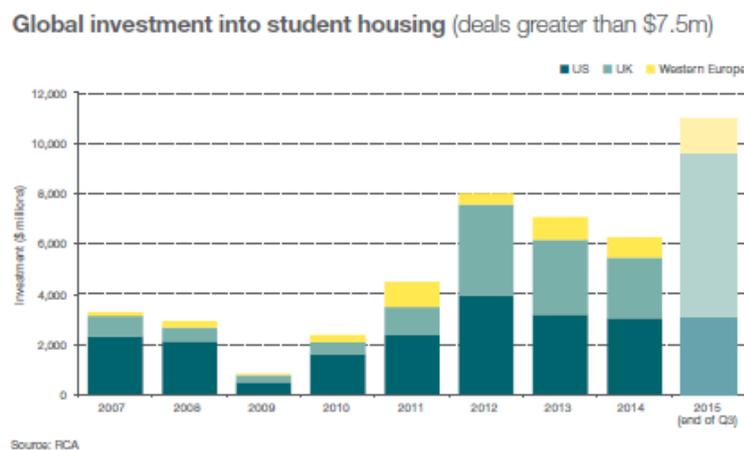
Por otro lado, el coste de la matrícula para estudiantes internacionales es diferente según el país de destino. En el caso de Finlandia y Noruega no existe ningún coste de matrícula tanto para estudiantes internacionales como nacionales. En el caso de España, Alemania, Corea del sur, Japón, Francia, Italia, México, y Suiza, el coste de matrícula es el mismo para estudiantes internacionales y nacionales.

En cambio, en el caso de Australia, Austria, Bélgica, Canadá, Dinamarca, Estados Unidos, Estonia, Federación Rusa, Irlanda, Islandia, Nueva Zelanda, Países Bajos, Polonia, Reino Unido, República Checa, Suecia, y Turquía, el coste de matrícula para estudiantes extranjeros es superior al coste para estudiantes nacionales.

5. Mercado de alojamiento para estudiantes

El mercado de alojamiento estudiantil ha dejado de ser un tipo de inversión alternativa. A día de hoy se considera el principal activo inmobiliario y se prevé que se establecerá en una gran variedad de países en poco tiempo. Además, el aumento de la prosperidad mundial y el crecimiento de las clases medias en economías emergentes, dan lugar a la continua expansión de los estudiantes internacionales. Un dato que lo demuestra son las cifras en inversión de 7,2 millones de dólares en 2013.

Gráfico 5: Inversión de Estados Unidos, Reino Unido y Europa oriental en el mercado de alojamiento para estudiantes



Fuente: World Student Housing, Savills World Research, 2015/2016

La movilidad mediante la experiencia universitaria garantiza la demanda de alojamiento para estudiantes, quienes buscan alojamiento con características diferentes y específicas (calidad, coste y localización) según el país o la ciudad de destino, lo cual es imprescindible tener en cuenta a la hora de exportar este servicio.

El aumento de la riqueza en las economías emergentes ha dado lugar a un aumento de los estudiantes con movilidad global que buscan una educación de calidad en el extranjero y, a su vez, un lugar para alojarse.

En los países occidentales la actual situación de recesión ha conducido a un aumento de la demanda interna, impulsando la necesidad de alojamiento para estudiantes en su país de origen. Esto ha contribuido a que el rendimiento del mercado de alojamiento para estudiantes sea menos cíclico en comparación con otros activos inmuebles, proporcionando a los inversores un flujo de ingresos estable y una demanda sólida.

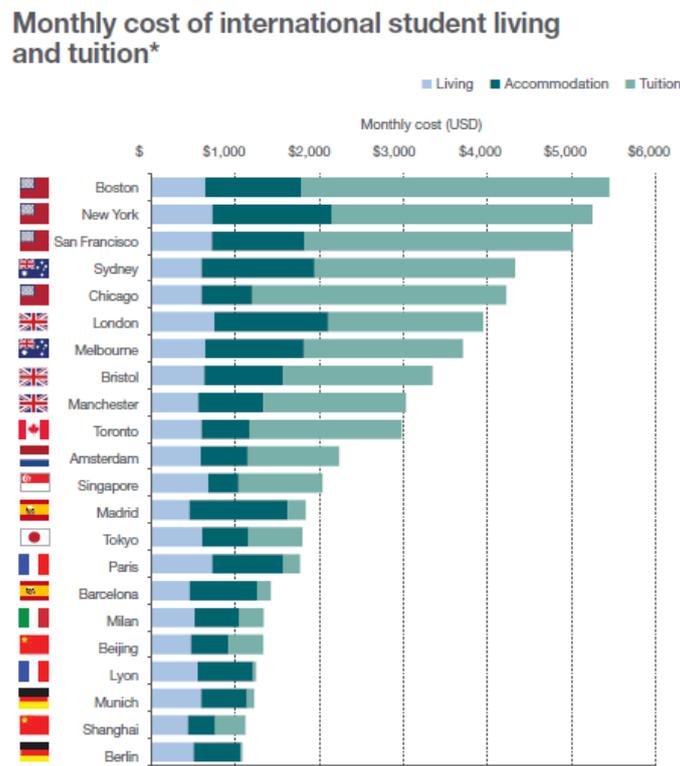
La creciente demanda coincide con niveles bajos de oferta en muchos mercados, por lo que es una inversión segura y atractiva. Actualmente, este mercado está firmemente establecido en Reino Unido y Estados Unidos, por lo que supone un sector atractivo para muchos inversores que ya participan de forma activa.

Fuera de Europa, Australia es un mercado emergente para el sector. A las puertas de Asia, ofrece la enseñanza en inglés, y además tiene una calidad de vida envidiable. Los inversores se han centrado en ciudades estudiantiles como Australia, Sídney, Melbourne, y Brisbane, donde se llevaron a cabo algunos acuerdos significativos en el último año.

Los estudiantes internacionales tienen en cuenta varios factores en la elección del país de destino, entre estos factores está el coste mensual, además del nivel de educación, el idioma, y la proyección profesional.

En general, los costes en Estados Unidos son los más elevados a nivel mundial, en contraposición a Berlín. No obstante, teniendo en cuenta únicamente el coste de alojamiento, Shanghái es la ciudad con menor coste y Nueva York con mayor coste.

Gráfico 6: Coste mensual de la vida estudiantil



Fuente: World Student Housing, Savills World Research, 2015/16

Así mismo, el ranking de los 10 países de destino favoritos es:

1. Estados Unidos (19% del total de estudiantes de movilidad)
2. Gran Bretaña (10% del total de estudiantes de movilidad)
3. Australia (6% del total de estudiantes de movilidad)
4. Francia (6% del total de estudiantes de movilidad)
5. Alemania (5% del total de estudiantes de movilidad)
6. La Federación de Rusia (3% del total de estudiantes de movilidad)
7. Japón (3% del total de estudiantes de movilidad)
8. Canadá (3% del total de estudiantes de movilidad)
9. China (2% del total de estudiantes de movilidad)
10. Italia (2% del total de estudiantes de movilidad)

En cuanto al ranking de los 10 países de origen favoritos es:

1. China (712.157 estudiantes)
2. India (181.872 estudiantes)
3. Alemania (119.123 estudiantes)
4. Corea del Sur (116.942 estudiantes)
5. Francia (84.059 estudiantes)
6. Arabia Saudí (73.548 estudiantes)
7. Estados Unidos (60.292 estudiantes)
8. Malasia (56.260 estudiantes)
9. Vietnam (53.546 estudiantes)
10. Nigeria (52.066 estudiantes)

Las regiones con mayor porcentaje de estudiantes en movilidad son: Norte américa y el oeste de Europa (57% del total), Asia-Pacífico (19% del total), y el centro y este de Europa (10%).

Capítulo 2:

Parte práctica

PARTE PRÁCTICA

6. Objetivos

6.1. Objetivo general

El objetivo general de este proyecto es detectar la posible viabilidad del proceso de internacionalización en los países asiáticos de la empresa Beroomers, S.L. El estudio se centra en siete países: China, Hong Kong, India, Malasia, Singapur, Japón, y Corea del sur.

6.2. Objetivos específicos

El objetivo general se puede desglosar en varios objetivos específicos:

- Estudiar del funcionamiento del sector inmobiliario en la zona asiática y el sector del alojamiento de estudiantes;
- Definir las características específicas (políticas, económicas, demográficas y culturales) de cada mercado objeto de estudio;
- Analizar el entorno empresarial y las oportunidades existentes para la empresa Be roomer, S.L.;
- Estudiar la capacidad comercial de los países para ser receptores de los servicios ofrecidos por la empresa Be roomer, S.L., así como conocer el entorno de la empresa, su situación interna, y la competencia.
- Obtener el perfil de cada uno de los países con el fin de facilitar el proceso de toma de decisiones;

7. La empresa BE ROOMER, S.L.

BEROOMERS se fundó el 10 de julio de 2013 por Guillermo Ruiz y Sunil Mahtani en Valencia como sociedad limitada, en forma de Marketplace con un modelo 100% transaccional de alojamiento para estudiantes, el cual reúne la oferta de diferentes tipos de alojamiento y la canaliza hacia los estudiantes tanto nacionales como internacionales. Es una startup con sede en Valencia.

El objeto social de esta sociedad es: “Prestación de servicios en actividades de gestión y administración de servicios educativos, sanitarios, de ocio y entretenimiento; además de la intermediación en servicios de alojamiento”. Según la Clasificación Nacional de Actividades Económicas o CNAE (2009), la empresa dedica su actividad a: actividades de las sedes centrales (7010).

BEROOMERS se define como un equipo joven, internacional y muy motivado que ya se ha enfrentado al reto de encontrar alojamiento fuera de casa, y está dispuesto a hacer todo lo posible para cambiar la forma en la que los estudiantes y jóvenes profesionales suelen gestionar esta situación.

La diferencia de BEROOMERS con otras plataformas es el componente social, es decir, los inquilinos pueden ponerse en contacto para compartir opiniones antes de su entrada, además de la eficacia y eficiencia en la gestión de sus servicios sobre el proceso de alquiler.

Ilustración 3: Logo Beroomers



Fuente: Beroomers, S.L.

Con el fin de conocer en profundidad el funcionamiento de la empresa Be roomer, S.L. en este apartado se presentan las diferentes dimensiones que existen dentro de la organización.

7.1. Misión, Visión y Valores

La **misión** de la empresa define principalmente cual es la labor o actividad en el mercado de la empresa. Por tanto, se da respuesta a las siguientes preguntas: ¿Qué hace Beroomers?, ¿cuál es su negocio?, ¿a qué se dedica?, ¿cuál es su razón de ser?, ¿quién es su público objetivo?

En cuanto a la **visión** consiste en la declaración que determina a dónde se desea llegar en el futuro. Se trata por tanto de un objetivo a medio o largo plazo que proporciona una declaración fundamental de los valores, aspiraciones y metas de la organización (MARTINEZ Y MILLA, 2012). En este caso, se da respuesta a las siguientes preguntas: ¿Qué se quiere lograr?, ¿dónde quiere estar en el futuro?, ¿para quién lo hará?, ¿ampliará su zona de actuación?

Por último, los **valores de la empresa** se definen como los principios éticos sobre los que se asienta la cultura de la empresa, y que permiten crear sus pautas de comportamiento.

En el caso de BEROOMERS:

MISIÓN

Ofrecer a los estudiantes y jóvenes profesionales de todo el mundo una plataforma segura donde pueden encontrar alojamiento de media estancia fácilmente, conectar con otros compañeros de piso y reservar su nuevo hogar de forma online, antes de llegar a su destino. Los propietarios tienen ahora una nueva forma de alquilar sus pisos o habitaciones con antelación, sin esfuerzo y teniendo mucha más información sobre sus futuros inquilinos.

VISIÓN

Ser el portal referente a nivel mundial para inquilinos y propietarios en los principales destinos universitarios. Se espera abrir mercado en Australia y en Canadá a finales del año 2016, y conquistar las principales ciudades universitarias del mundo en 2017, con dos objetivos principales;

- Por un lado, posibilitar a cualquier estudiante poder alquilar su alojamiento con el menor riesgo posible a través de reservas online y el sistema de verificación de alojamientos y pago seguro;
- y por otro lado, facilitar a los propietarios la posibilidad de alquilar sus viviendas fácilmente.

VALORES

- Compromiso con los estudiantes y jóvenes profesionales en la búsqueda del alojamiento perfecto según sus necesidades;
- Aportación del componente social como sello de identificación, con el fin de ayudar a los futuros inquilinos a conocer a sus compañeros y compartir opiniones, filtrando su búsqueda según el sexo, nacionalidad, universidad o idiomas;

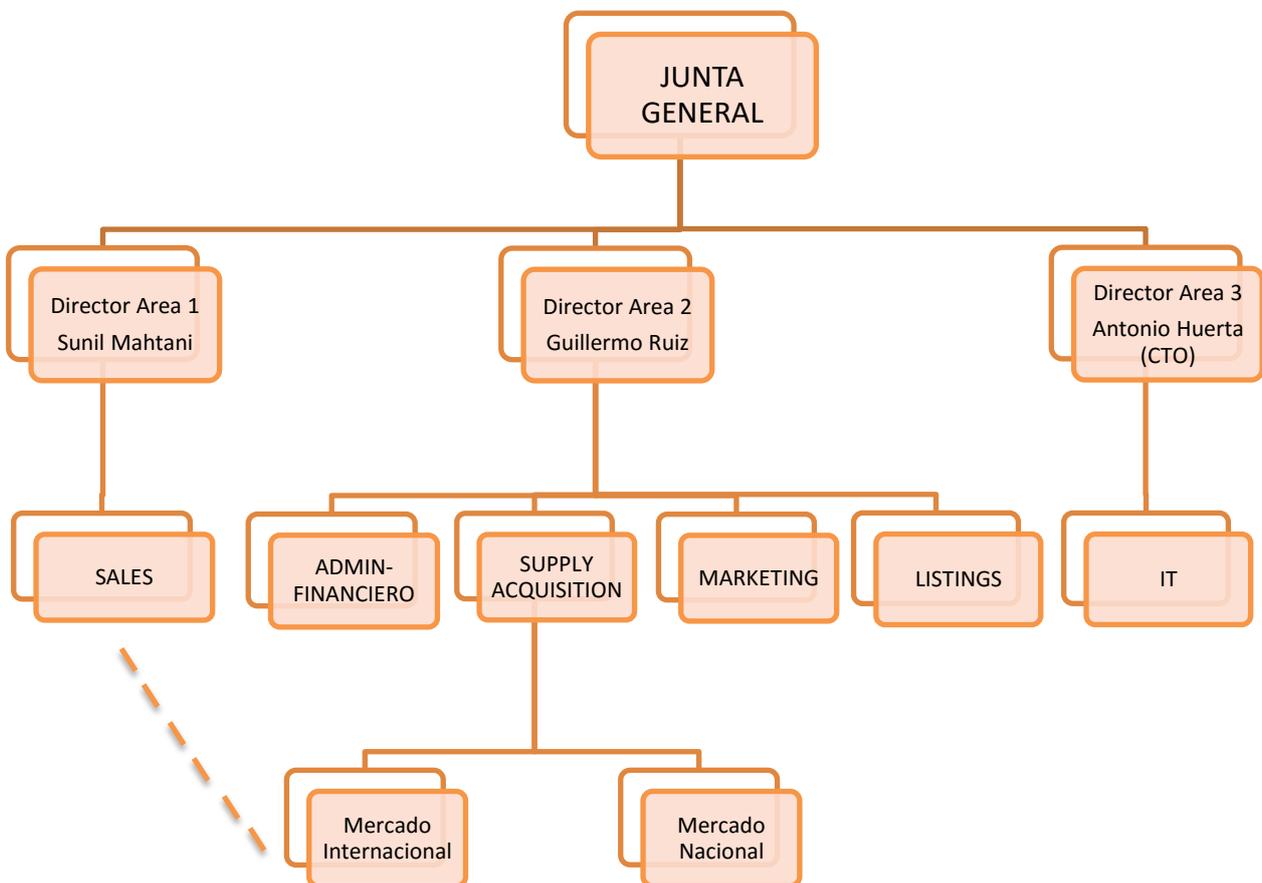
- Máximos niveles de calidad para los clientes, gracias al sistema de verificación de alojamientos;
- Garantía de seguridad con el sistema de pago seguro, la transacción del inquilino queda bloqueada a la espera de que el inquilino confirme su entrada;
- Responsabilidad y eficiencia en la gestión de búsqueda de alojamiento para estudiantes, y en el proceso de confirmación de la reserva, siendo éste cómo máximo de 2 días.
- Aportación social en el entendimiento de un uso responsable y ético de las nuevas tecnologías, así como sus nuevas aplicaciones en la reserva online de alojamiento.
- Flexibilidad y diversidad en las opciones de alojamiento que ofrece;
- Relaciones personales basadas en la confianza de todos los agentes que intervienen en la actividad de la empresa, clientes-inquilinos, clientes-propietarios y trabajadores.
- Acogida y respeto hacia la diversidad de culturas y tradiciones, aportando valor añadido en cada una de nuestras relaciones.

7.2. Estructura organizacional

Con el objetivo de analizar las principales actividades de la empresa, se procede a la construcción de la estructura organizativa de la empresa.

En total existen 17 trabajadores de los que se componen 3 directores de área y 14 empleados, distribuidos en 6 departamentos según las diferentes tareas específicas. A continuación se muestra el organigrama de la empresa:

Ilustración 4: Organigrama



Fuente: Elaboración propia

Los directores de área son:

Guillermo Ruiz: fundador de Beroomers y CEO o Chief Executive Officer. Dirige los departamentos: Administrativo-Financiero, Supply acquisition (mercado nacional), Marketing, y Listings.

Sunil Mahtani: cofundador y co-CEO de Beroomers. Dirige el departamento de ventas y el departamento de captación (Mercado Internacional).

Antonio Huerta: cofundador de Beroomers y CTO Chief Technology Officer. Dirige el departamento de Tecnología de la Información.

Los empleados están distribuidos en 6 departamentos:

- Sales Department o Departamento de Ventas

Este departamento se dedica a vender el producto que ofrece la empresa a clientes tanto nacionales como internacionales, a través de la página web con un asesoramiento rápido y eficaz. Además de la venta directa, existen otras funciones importantes como: el establecimiento de objetivos de venta (tanto individuales como colectivos), servicio al cliente y retroalimentación con el departamento de Marketing sobre la detección de nuevas necesidades.

En este departamento existen 3 trabajadores que ocupan el puesto de comercial.

- Financial-Admin Department o Departamento Administrativo-Financiero

Las funciones implicadas en este departamento están relacionadas con las actividades de apoyo para el desarrollo de la actividad de la empresa. Las funciones principales son: documentación y gestiones administrativas, dirección y control en las actividades relacionadas con las reservas, control presupuestario, gestión de los costes, desarrollo de los planes de inversión y financiación, entre otras.

En este departamento existe 1 trabajador: Financial Assistant

- Supply Acquisition Department o Departamento de captación

Este departamento se divide en dos dimensiones: nacional e internacional.

La dimensión de captación en el mercado español está dirigida por Guillermo Ruiz, en la que existen 2 trabajadores (2 Business Developers).

La dimensión de captación en el mercado internacional está dirigida por Sunil Mahtani, en la que participa como trabajador una persona (1 Business Developer).

Existen funciones genéricas y específicas para cada una de las dimensiones. Las funciones genéricas son: la investigación y análisis del funcionamiento del mercado en cuestión, y la captación de clientes-propietarios según las necesidades del mercado. En cuanto a las funciones específicas, estas se centran en la adaptación y adopción de medidas según las características específicas de cada mercado.

- Marketing Department o Departamento de marketing

Las funciones principales de este departamento se derivan de la creación y coordinación de estrategias de venta, estrategias de posicionamiento, y estrategias de publicidad.

En este departamento existe 1 trabajador: 1 Digital Marketing Manager.

- Listings Department o Departamento de anuncios

Las funciones principales de este departamento son todas aquellas derivadas del alta y mantenimiento del producto anunciado en la página web.

En este departamento existen 2 trabajadores: 2 Listing Assistants.

- Information Technology (IT) Department o Departamento de Tecnología de la Información

Las funciones principales de este departamento se derivan de aquellas relacionadas con la plataforma web, como por ejemplo el mantenimiento, la detección y la resolución de posibles averías, así como el diseño y el desarrollo web, la implantación de nuevas funcionalidades. Además de estrategias de contenido, organización y estructura.

Este departamento comparte algunas funciones con el departamento de Marketing derivadas de las estrategias de posicionamiento, principalmente.

En este departamento existen 4 trabajadores: 1 Back-End, 2 Front-End, y 1 Analítico-SEO.

7.3. Posicionamiento

El posicionamiento de BEROOMERS se plasma en la relación calidad y precio del servicio que ofrece, el cual se define como un asesoramiento personalizado y efectivo a los jóvenes profesionales o estudiantes que necesitan ayuda en la búsqueda de alojamiento. La calidad de los alojamientos se comprueba a través de la verificación de los mismos, y los precios son siempre competitivos. El estudiante sólo necesita entrar en el portal web www.beroomers.com y un grupo de profesionales se ponen en contacto con él para ayudarle en su búsqueda, además de los filtros que ofrece la página con el fin de facilitar la búsqueda, y que esta se procese de forma rápida y eficaz.

Además, se constituye como ventaja competitiva el componente social que ofrecen. Los inquilinos se pueden poner en contacto con sus futuros compañeros, o con inquilinos que estuvieron en otro momento pasado, para compartir experiencias, opiniones, y consejos. Así los futuros inquilinos se sienten más seguros y cómodos a la hora de alquilar un tipo de alojamiento en el que convivirán durante una estancia de duración media/larga.

El valor diferencial de BEROOMERS es la simplificación del proceso de alquiler tanto para estudiantes y profesionales jóvenes como para el propietario, lo cual permite un notable ahorro de tiempo, dinero, y situaciones incómodas y/o desagradables.

BEROOMERS cuenta con el apoyo de las opiniones de sus clientes (tanto inquilinos como propietarios) con relatos reales sobre cómo se han sentido con el servicio que les ha aportado la empresa. Además es un modelo 100% de comunicación transaccional.

La empresa ofrece más de 45.000 opciones de alojamiento distribuidas en dieciséis países y más de 70 destinos, y continúa en proceso de expansión internacional. Actualmente, la página web está disponible en dos idiomas (español e inglés) y próximamente se lanzará en otros idiomas. Además cuenta con más de 11.000 usuarios de 191 nacionalidades distintas.

Este Marketplace se posiciona en numerosas ciudades, por lo tanto, ofrecen flexibilidad en sus alojamientos en cuanto a tipo y número. Actualmente ofrecen alojamiento en los siguientes países/ciudades:

- **España:** Valencia, Sevilla, Madrid, Málaga, Granada, Barcelona, Salamanca, Alicante, Las Palmas de Gran Canaria, Murcia, A Coruña, Girona, Cádiz, Bilbao, San Sebastián, Palma de Mallorca, Pamplona, Vigo, El Masnou, San Cugat del Vallés, Rauric, Cerdanyola, Boadilla del Monte, Elche, Burjassot, Alfafara del Patriarca, Moncada, Rubí, Torrelodones, Vilassar de Mar, Sabadell, Majadahonda, Benalmádena, Sant Sadurní d'Anoia, Castellbisbal, Alcalá de Henares, San Juan de Alicante, Móstoles, Paterna, Cervelló, Burgos, Terrassa, Villaviciosa de Odón, Sant Andreu de la Barca, Rocafort, Albacete, Castellón de la Plana, Lleida, Godella, Santiago de Compostela, España la Vieja, Bétera, Fuentealbilla, Sevilla, Camas, Valencia de Don Juan, y Bellaterra.
- **Alemania:** Dresden, Berlín, Halle, Bremen, y Hamburgo.

- **Portugal**: Oporto, Lisboa, y Barcarena.
- **Italia**: Padova, Bolonia, Milán, Roma, Florencia, Torino, Venecia, y Pavía.
- **Reino Unido**: Londres, Brentford, Oxford, Royston, Exeter, Nottingham, Plymouth, Wolverhampton, y Liverpool.
- **Estados Unidos**: Nueva York, Many, Boston, San Francisco, Cambridge, Medford, Quincy, San Diego, Brookline, Belmont, Brighton, Allston, Newton, Waltham, Somerville, Malden, Watertown, Chelsea, Needham, Charlestown, Arlington, Brockton, Lexington, Everett, Chestnut Hill, Wellesley, y Revere.
- **Francia**: Lille, París, y Vanves.
- **Hungría**: Budapest.
- **Argentina**: Buenos Aires.
- **Bulgaria**: Sandanski.
- **Ecuador**: Quito.
- **Grecia**: Atenas.
- **Marruecos**: Zaouiet Bouzarktoune.
- **Perú**: Miraflores, Lima, y Arequipa.
- **Túnez**: Túnez.
- **Suecia**: Täby, Gothenburg, Estocolmo.

El procedimiento para alquilar tu alojamiento ideal es el siguiente:

- 1) Entra en la página web www.beroomers.com;
- 2) Elige una ciudad o escribe una dirección exacta para encontrar alojamiento según la cercanía e introduce las fechas de entrada y salida;
- 3) Encuentra información detallada sobre el alojamiento, el barrio y la ciudad en la que quieres vivir;

- 4) Reserva tu alojamiento con sólo un clic a través de un sistema de pago 100% seguro, con el cual no se cargara el importe total hasta que el propietario confirme tu solicitud (como máximo 2 días);
- 5) Hasta que no efectúes la entrada al alojamiento reservado no se le transfiere el dinero al propietario, con el objetivo de verificar que has entrado a vivir y has encontrado todo como lo esperabas;
- 6) Cuando se confirma la entrada se transfieren los datos del propietario para poder organizar la llegada, en la cual se firma el contrato y se hace la entrega del depósito (la cual el propietario devolverá al final de tu estancia);
- 7) Disfruta de tu experiencia sin preocuparte del alojamiento.

En el caso de los propietarios, BE ROOMERS les permite alquilar sus alojamientos de forma rápida y sencilla, tan sólo tienen que publicar su anuncio de forma totalmente gratuita, decidir si aceptan o no una reserva, y aumentar sus ingresos en el momento de la entrada del estudiante, en la cual BE ROOMERS transferirá al propietario la cantidad de un mes de alquiler descontando sus honorarios.

En esta dimensión, el proceso de reserva es el 100% online, sin llamadas ni visitas; conoces el perfil de los inquilinos antes de decidir si aceptas o no la reserva; y el equipo de BE ROOMERS estará disponible todos los días de la semana.

7.4. Competencia

Es primordial tener en cuenta el entorno competitivo en el que se mueve la actividad de la empresa. Por ello, uno de los pasos más importantes en la gestión empresarial es detectar los grupos estratégicos existentes dentro del sector.

El mercado de alojamiento para estudiantes está creciendo cada vez a mayor velocidad, por lo que existen muchas empresas que suponen una competencia para la empresa BEROOMERS, tanto a nivel nacional como a nivel internacional.

Existe dos tipos de competencia: indirecta y directa. En el caso de la competencia indirecta son todos aquellos portales webs con anuncios clasificados, como portales inmobiliarios de propiedades, portales erasmus, hoteles que ofrecen estancias de larga duración, y portales de pisos compartidos; además de las residencias y otros complejos universitarios, y los propietarios de los mismos alojamientos que no ofrecen ningún servicio adicional.

La competencia directa son todas aquellas plataformas digitales que se dedican a realizar transacciones comerciales entre propietarios e inquilinos, en cuanto a alquiler de alojamiento. Dentro de los competidores, podemos clasificarlos según los que operan a nivel nacional, y según los que operan a nivel internacional.

A nivel nacional las principales empresas competidoras son:

- HelpMadrid: es una agencia reconocida de alquiler a estudiantes internacionales de movilidad, que opera únicamente en Madrid. Dentro de sus servicios se incluye el servicio de limpieza.
- Aluni.NET: es una agencia que ofrece habitaciones en pisos compartidos. En el precio de las habitaciones están incluidos servicios como la limpieza e internet. Esta agencia opera en las siguientes ciudades: Madrid, Barcelona, Sevilla, Granada, Valencia, Alcalá de Henares y Pamplona.
- Madrideasy: es una empresa de alojamiento para estudiantes que opera con diferentes opciones de alquiler (habitaciones, apartamentos, residencias, Au pair, y familias de acogida) y ofrece servicios como recogida en el aeropuerto, servicio de limpieza, o tours turísticos por Madrid. Opera únicamente en Madrid.

A nivel internacional podemos destacar:

- Uniplaces: es un portal fundado en Portugal (Lisboa) en el año 2014 con un modelo transaccional que opera en algunas ciudades como Lisboa, Oporto, Madrid, Barcelona, Milán, Valencia, Roma, Londres, París, y Berlín. En total están presentes en 40 ciudades de España.

- Spotahome: es un portal fundado en España en el año 2014 con un modelo transaccional, donde su máxima ventaja competitiva son los videos guiados y los planos de los alojamientos que alquilan. Operan en las siguientes ciudades: Madrid, Barcelona, Valencia, Granada, Sevilla, Bruselas, Londres, Roma, Milán, París, Lyon, Dublín, Dubai, Estambul, Berlín, y Viena.
- GSA Space to Grow: es un portal fundado en 1991 en Reino Unido. Actualmente opera en Reino Unido, Alemania, Irlanda, Emiratos Árabes Unidos, Australia, Japón, e India; en total 44 ciudades distribuidas en 8 países.
- International Students House: es un portal fundado en 1917 en Londres. Actualmente opera en Londres.
- Select Property Group: es un grupo de agencias que opera desde 2004 ofreciendo habitaciones en residencias alrededor de ciudades como Manchester, Edimburgo, York, Dubái, Ras al-Jaima, Glasgow, Newcastle, Sheffield, Liverpool, Exeter, Bristol, y Southampton. Las empresas que pertenecen al grupo son: Vita Student, Affinityliving, y Citysuites. Están ubicados presencialmente en Cheshire, Shanghái y Singapur.
- Campus Living Villages: es una agencia fundada en el año 2003 en Australia, cuenta con acomodaciones en Australia, Nueva Zelanda, Reino Unido y Estados Unidos. El 42% de su cartera se encuentra en Estados Unidos.
- My Student Village: es un portal con presencia en 3 ciudades de Australia que ofrece habitaciones para estudiantes internacionales.
- EasyRoommate: es un portal fundado en 1999 con presencia en 31 países entre los que se encuentran Australia, Canadá, Hong Kong, Irlanda, Nueva Zelanda, Singapur, Reino Unido y Estados Unidos
- Gomfy: es un portal web de reservas de alojamiento con diferentes tipos de alojamiento alrededor de 55 países repartidos por Europa, Norte América, Sud-América, Oceanía, Asia, y África.

7.5. Definición de los puestos de trabajo

7.5.1. *El objetivo del departamento de RRHH*

Los objetivos principales del análisis y descripción de los puestos de trabajo son (RIBES, HERRERO, PERELLÓ, Y RUIZ, 2015):

- Determinar el perfil del ocupante del puesto;
- Servir como base para el reclutamiento de personal;
- Aportar datos reales, definidos y sistematizados para determinar el valor relativo de cada puesto;
- Definir funciones, autoridad y responsabilidades de los distintos puestos de trabajo de la empresa;
- Facilitar una base equitativa para la administración de sueldos y salarios dentro de la compañía;
- Proporcionar datos para establecer una estructura de salarios comparables a las de otras empresas del mercado laboral;
- Proporcionar una estructura para la revisión periódica de sueldos y salarios. Suministrar el material necesario como base para la capacitación del personal;
- Servir de base para los convenios colectivos y negociaciones con los sindicatos;
- Facilitar la distribución, selección, ascenso, transferencia y capacitación del personal.

7.5.2. *La Descripción del Puesto de Trabajo (DPT)*

El Análisis de Puestos de Trabajo (APT) es un proceso a través del cual la empresa recopila y analiza la información sobre un determinado puesto de trabajo con la intención de identificar las tareas, obligaciones y responsabilidades del mismo, de forma que sirvan para establecer el perfil de persona que debería ocuparlo.

La Descripción del Puesto de Trabajo (DPT) es un documento que describe las tareas, los deberes y las responsabilidades de un puesto (RIBES, HERRERO, PERELLÓ, Y RUIZ, 2015). La DPT es un informe que forma parte del proceso del APT.

Actualmente en la empresa existen 12 puestos de trabajo, a partir de los cuales se elaborará el informe DPT para cada uno de ellos.

Antes de comenzar, cabe destacar la existencia de funciones y responsabilidades comunes a todos los directores de área:

- Preparación y presentación de la documentación mensual para el análisis de resultados.
- Colaborar con los Directores de Área en los diferentes proyectos de área.
- Formar, dirigir, coordinar y controlar a los recursos humanos competentes.
- Crear una actitud competitiva y comprometida con la filosofía de la empresa.
- Dar orden, sentido, coherencia e integralidad al conjunto de funciones de cada puesto.
- Promover nuevos métodos y estrategias en su área.
- Asistencia a las reuniones diarias para la gestión y coordinación de las estrategias de la empresa.
- Realización de la contratación de personal de plantilla.
- Sostener una visión prospectiva en la detección de nuevas necesidades.

Tabla 2: Descripción del puesto de trabajo Director Área 1

<p><u>Nombre del puesto:</u> Director de Área 1</p> <p><u>Departamentos:</u> Sales y Supply Acquisition (Mercado internacional)</p> <p><u>Resumen del puesto:</u> Dirige las estrategias de la empresa con el fin de alcanzar los objetivos fijados. Guía al equipo, provee recursos, y remueve obstáculos; junto con el CEO de la empresa.</p> <p><u>Dependencia:</u> Reportará a la Junta General</p> <p><u>Funciones y Responsabilidades específicas:</u></p> <ul style="list-style-type: none">- Sostenimiento de una visión prospectiva en la detección de nuevas necesidades en el proceso de venta y captación de nuevos clientes internacionales.- Establecimiento de estrategias y planes en la consecución de objetivos de ventas y captación diarias en el mercado internacional, así como la constante motivación hacia el equipo en la consecución de los mismos.- Realización de reuniones de ventas con el fin de medir los resultados obtenidos. Determinación de las cuotas de ventas.- Gestión y mantenimiento de las relaciones profesionales en el mercado internacional.- Gestión, coordinación y control de las reservas en la plataforma web.- Revisión de la información de ventas actuales e históricas.- Fijación de precios y obtención de utilidades.
--

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3: Descripción del puesto de trabajo Director Área 2

<p>Nombre del puesto: Director de Área 2</p> <p>Departamento: Finacial-Admin, Supply Acquisition (Mercado nacional), Marketing, y Listings.</p> <p>Resumen del puesto: Es el máximo responsable de la gestión y dirección administrativa de la empresa. Se responsabiliza de dirigir, coordinar y controlar las actividades ligadas a los departamentos que dirige.</p> <p>Dependencia: Reportará a la Junta General</p> <p>Funciones y Responsabilidades específicas:</p> <ul style="list-style-type: none">- Establecer y aplicar las políticas de Recursos Humanos: gestión de las nóminas, coordinación y supervisión del pago de la nómina de la plantilla de la empresa, asegurar la correcta aplicación de la normativa laboral.- Supervisar y realizar la liquidación de impuestos nacionales e internacionales.- Gestión e interlocución con Gestorías y Proveedores legales.- Gestión y coordinación de las actividades relacionadas con la captación de nuevos clientes en el mercado español.- Gestión y coordinación de las actividades relacionadas con la promoción y publicidad de la empresa.- Análisis diario del comportamiento de la competencia y de los consumidores.- Diseño y adaptación del producto en la plataforma web.- Buscar, identificar y analizar oportunidades en nuevos mercados.- Formulación, evaluación, coordinación y control de estrategias de Marketing (producto, precio, distribución, y promoción).- Responsable de la gestión financiera de la empresa.- Elaboración de análisis e informes contables y financieros para optimizar resultados.
--

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4: Descripción del puesto de trabajo Director Área 3

<p>Nombre del puesto: Director de Área 3</p> <p>Departamento: Information Technology (IT)</p> <p>Resumen del puesto: Es el responsable técnico del desarrollo y el correcto funcionamiento de los sistemas de información desde el punto de vista de la ejecución.</p> <p>Dependencia: Reportará a la Junta General</p> <p>Funciones y Responsabilidades específicas:</p> <ul style="list-style-type: none">- Gestión de los niveles de calidad en la plataforma web.- Sostener una visión prospectiva en la detección de nuevas necesidades en el desarrollo tecnológico.- Gestión del equipo de ingeniería técnica.- Implementación de las estrategias técnicas y tecnológicas para mejorar el producto final.
--

- El mantenimiento e implementación del hardware y del software necesario para la plataforma web.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5: Descripción del puesto de trabajo Comercial

Nombre del puesto: Comercial

Departamento: Sales

Resumen del puesto: Se responsabiliza de la venta directa al cliente del producto de la empresa. Gestiona de manera rápida y eficiente las reservas a través de la plataforma web.

Dependencia: Reportará al Director de Área 1.

Funciones y Responsabilidades específicas:

- Conocimiento de las características y beneficios del producto.
- Conocimiento del proceso y las condiciones de ventas.
- Cumplimiento de los objetivos diarios de ventas.
- Análisis del comportamiento de los clientes y de la competencia.
- Realización de un informe semanal con las ventas diarias.
- Mantenimiento y mejora de la imagen corporativa en las relaciones con los clientes.
- Dar un servicio general. Atender a las reclamaciones de los clientes.
- Asesoramiento a los clientes a través de la plataforma web.
- Mantenimiento de las relaciones con los clientes-propietarios en la gestión de reservas.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6: Descripción del puesto de trabajo Financial Assistant

Nombre del puesto: Financial Assistant

Departamento: Financial-Admin

Resumen del puesto: Se responsabiliza de la realización de tareas administrativas-financieras que coordinan la actividad de la empresa.

Dependencia: Reportará al Director de Área 2

Funciones y Responsabilidades específicas:

- Formulación, ejecución y control presupuestario.
- Gestión de la tesorería de la empresa. Control y registro de ingresos y gastos.
- Responsable de la supervisión de las reservas que provee la empresa.
- Supervisión de los servicios que terceros proveen a la empresa.
- Apoyo en labores de control interno y revisiones o auditorías.
- Control de los documentos administrativos. Responsable de la documentación asociada al

<p>cobro de los servicios prestados.</p> <ul style="list-style-type: none">- Atención a las consultas de los clientes-propietarios en materia de documentación.- Recaudación del pago de facturas, y la cobranza de las deudas por pagar.
--

Fuente: Elaboración propia

Tabla 7: Descripción del puesto de trabajo Business Developer

<p><u>Nombre del puesto:</u> Business Developer</p> <p><u>Departamento:</u> Supply Acquisition</p> <p><u>Resumen del puesto:</u> Se responsabiliza de la venta del servicio prestado por la empresa al cliente propietario que desea publicar/alquilar su alojamiento. Captación, gestión y mantenimiento de clientes-propietarios.</p> <p><u>Dependencia:</u> Reportará al Director de Área 2</p> <p><u>Funciones y Responsabilidades específicas:</u></p> <ul style="list-style-type: none">- Investigación y análisis del funcionamiento del mercado nacional e internacional.- Conocimiento del comportamiento del consumidor, el cliente-propietario, y la competencia.- Conocimiento de las características del producto y el proceso de venta.- Formación continua en técnicas de venta y diálogo.- Creación y mantenimiento de relaciones profesionales nacionales e internacionales.- Atención a las consultas de los clientes-propietarios.- Adaptarse a las necesidades de cada mercado, y al funcionamiento del sector en dicho mercado.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 8: Descripción del puesto de trabajo Digital Marketing Manager

<p><u>Nombre del puesto:</u> Digital Marketing Manager</p> <p><u>Departamento:</u> Marketing</p> <p><u>Resumen del puesto:</u> Se responsabiliza de la implementación y ejecución del plan de marketing digital de la compañía, así como el reporte de los principales indicadores clave de rendimiento del departamento de Marketing.</p> <p><u>Dependencia:</u> Reportará al Director de Área 2</p> <p><u>Funciones y Responsabilidades específicas</u></p> <ul style="list-style-type: none">- Investigación de mercados y análisis de las estrategias de marketing digital de la

competencia.

- Control de la estrategia global de marketing online, inbound marketing¹, y social media marketing (SMM)².
- Gestión del branding online³ de la empresa.
- Gestión de la marca profesional y de la reputación online de la compañía.
- Creación de contenido digital capaz de atraer a nuevos consumidores.
- Análisis de la competencia en el ámbito digital y offline. Análisis de las estrategias de marketing digital de la competencia.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 9: Descripción del puesto de trabajo Listing Assistant

Nombre del puesto: Listing Assistant

Departamento: Listings

Resumen del puesto: Se responsabiliza de la creación, coordinación y control de los anuncios publicados sobre el producto y servicio de la empresa.

Dependencia: Reportará al Director de Área 2

Funciones y Responsabilidades específicas

- Creación de campañas de anuncios a través de herramientas digitales como SEM⁴.
- Ejecución de los planes de acción y cuadros de mando de la estrategia de social media de la compañía o proyecto.
- Colabora en las actividades ligadas al puesto de Digital Marketing Manager.

Fuente: Elaboración propia

¹ Es una metodología que hace uso y combina técnicas de marketing y publicidad marketing de contenidos, SEO, social media marketing, publicidad en buscadores, analítica web, email marketing, entre otros) dirigiéndose al usuario de una forma no intrusiva y aportándole valor (INBOUND CYCLE, 2015).

² Combina los objetivos de marketing en Internet con medios sociales como blogs, agregadores de contenidos, sitios de compartición de contenidos, redes sociales y sitios de microblogging, entre otros (NTICMASTER, 2015).

³ El Branding Online es el conjunto de estrategias que se ponen en práctica para construir o generar la marca de una empresa o producto (FOROMARKETING, 2016).

⁴ Es el acrónimo de (*Search Engine Marketing*) o como definición más llana es la posibilidad de crear campañas de anuncios por clic en internet a través de los buscadores más comunes (R&A MARKETING, 2016).

Tabla 10: Descripción del puesto de trabajo Back-End

<p><u>Nombre del puesto:</u> Back-End</p> <p><u>Departamento:</u> Information Technology (IT)</p> <p><u>Resumen del puesto:</u> Se responsabiliza de la programación de las funciones de la plataforma web.</p> <p><u>Dependencia:</u> Reportará al Director de Área 3</p> <p><u>Funciones y Responsabilidades específicas</u></p> <ul style="list-style-type: none">- Se encarga de la programación y todos sus componentes.- Aportar su perspectiva para evitar posibles problemas futuros en su ámbito de aplicación.- Solucionar posibles problemas, analizarlos y crear medidas para evitarlos en un futuro.- Formación constante en lenguaje de programación.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 11: Descripción del puesto de trabajo Back-Front

<p><u>Nombre del puesto:</u> Back-Front</p> <p><u>Departamento:</u> Information Technology (IT)</p> <p><u>Resumen del puesto:</u> Se responsabiliza del desarrollo de la plataforma web (estructura, estilos, colores, fondos, tamaños, animaciones y efectos, entre otros).</p> <p><u>Dependencia:</u> Reportará al Director de Área 3</p> <p><u>Funciones y Responsabilidades específicas</u></p> <ul style="list-style-type: none">- Traducir el diseño de un sitio a código HTML y CSS.- Estructurar el contenido.- Controlar las tipografías, formas del diseño, plantillas, y la interactividad.- Asegurar que los usuarios tengan una buena accesibilidad a la plataforma web y a los contenidos de la misma.
--

Fuente: Elaboración propia

Tabla 12: Descripción del puesto de trabajo Analítico-SEO

Nombre del puesto: Analítico-SEO

Departamento: Information Technology (IT)

Resumen del puesto: Se responsabiliza de crear eficiencia y eficacia en el contenido con el fin de reconducir el máximo tráfico de usuarios posibles a la plataforma web.

Dependencia: Reportará al Director de Área 3

Funciones y Responsabilidades específicas

- Maximizar la productividad de las herramientas digitales.
- Análisis y optimización de la presencia en Internet.
- Definición del tipo de contenido, tono, mensajes y palabras clave que se necesitan para atraer al posible cliente y aplicar estrategias de posicionamiento SEO⁵ o SEM.

Fuente: Elaboración propia

Después del análisis de los puestos de trabajo existentes en la empresa, se detecta que las funciones o tareas propias del departamento de recursos humanos son llevadas a cabo por los diferentes responsables de área de la empresa, y parte de las tareas necesarias han sido externalizadas.

En otro contexto, se recomendaría la creación de un puesto de dirección de los recursos humanos de la empresa, pero debido al volumen, las características de la fuerza laboral, y la cultura de la propia empresa, se considera como no necesario puesto que la Dirección General de la empresa es la ejecutora de las decisiones y directrices en esta dimensión de la empresa.

⁵ SEO (Search Engine Optimization) es la práctica de utilizar un rango de técnicas, incluidas la reescritura del código html, la edición de contenidos, la navegación en el site, campañas de enlaces y más acciones, con el fin de mejorar la posición de un website en los resultados de los buscadores para unos términos de búsqueda concretos (MUÑOZ, 2016).

8. Metodología: Estudio comparativo entre países asiáticos

En este apartado se definen las condiciones específicas de cada mercado con el fin de posicionar el servicio que ofrece la empresa y actuar de forma eficaz en cada uno de los mercados. Además, entender los factores que afectan a la actividad económica de cada país, y su influencia sobre las condiciones de mercado.

En primer lugar se analizará el entorno competitivo para detectar las oportunidades y amenazas para cada uno de los países. Puesto que los estudios no deben quedar limitados al análisis del entorno actual en términos políticos, económicos, demográficos y sociales, se procederá al análisis del funcionamiento del sector.

Las relaciones comerciales y económicas de España con Asia se encuentran en una etapa de desarrollo. La irrupción de China en el mercado internacional y la sobreexplotación del mercado europeo, son la razón principal de la expansión de las empresas hacia el este; además de ser uno de los mercados con mayores perspectivas de crecimiento del mundo.

8.1. China

8.1.1. Marco país

A) Factores políticos

En el marco político de China, ha sido fundamental su ideología basada en el marxismo-leninismo, así como las aportaciones de Mao y los líderes sucesores. China es una república socialista con un sistema regido por el Partido Comunista (PCC). Se trata no obstante, de un régimen pragmático ocupado en dos tareas esenciales: el mantenimiento de una tasa de crecimiento del 7-8% y la preservación de la estabilidad social.

En marzo de 2016 durante la XII Asamblea Popular Nacional se aprobó el XIII Plan Quinquenal 2016-20, con el objetivo de hacer frente a los problemas actuales de la economía china caracterizados por un crecimiento desequilibrado, descoordinado e insostenible. Este plan propone un modelo de desarrollo basado en la innovación, respetuoso con el medio ambiente, y con apertura al exterior basada en la estrategia Una Ruta Una Franja.

En líneas generales, el gobierno de China busca mantener una tasa de crecimiento anual del 6,5%, con el objetivo de duplicar el PIB nominal y la renta per cápita de tomando como referencia el 2010 para el año 2020, así como la consecución de: una inversión del 2,5% del PIB en I+D, avance en el proceso de urbanización, modernización de la agricultura, equilibrio entre las ciudades y las zonas rurales en el nivel de desarrollo, reducción de emisiones de dióxido de carbono, y del consumo de energía y de recursos hídricos, un desarrollo económico inclusivo, la creación de 50 millones de puestos de trabajo urbanos y reequilibrar la distribución de la renta, entre otros.

Todo ello con una estrategia de centro izquierda, que se base en la distribución de la renta y la provisión de servicios públicos que permita mejorar el bienestar y la renta de las familias, y así como consecuencia el consumo.

El aparato político en China es pesado y complicado. La Asamblea Nacional Popular es el principal órgano de poder, pero en la práctica todos los candidatos deben apoyar al Partido Comunista Chino (PCC). El PCC lidera todos los niveles de la actividad política y administrativa. Es fundamental establecer buenas relaciones con la Administración para agilizar los trámites burocráticos, que podrían arruinar un proyecto de inversión.

La corrupción puede representar una amenaza al sistema político, si el pueblo chino pierde la confianza en la capacidad de sus dirigentes de controlar y mantener integrado el país. La cultura tradicional china de dar dinero en sobres rojos (Hong Bao) hace que la corrupción no sea percibida del mismo modo que en Occidente.

Las relaciones económicas internacionales multilaterales de China son:

- Miembro de la Organización de las Naciones Unidas (ONU);

- Miembro de la APEC (Asociación para la Cooperación Económica en la región Asia-Pacífico), desde el año 1991;
- Fondo Monetario Internacional;
- Miembro de la Organización Mundial del Comercio (OMC), desde diciembre de 2001;

Las relaciones económicas internacionales regionales de China son:

- Tratado de Amistad y Cooperación del Sudeste Asiático;
- Asociación de Naciones del Sudeste Asiático (ASEAN), desde noviembre de 2002;

China también forma parte del Banco Asiático de Desarrollo (ADB), el cual tiene un papel activo en el desarrollo social y rural de China, con acciones que han favorecido al desarrollo económico, la reducción sostenible de la pobreza, la ampliación de oportunidades de empleo y el aumento del acceso a los servicios sociales. En cuanto a la asistencia técnica se han centrado en finanzas, seguridad en las minas de carbón, desarrollo sostenible, energía renovable, gestión de recursos de agua y reforma legal.

La relación China - Estados Unidos se canaliza a través del “Diálogo Económico Estratégico”.

En el caso de las relaciones de China con la Unión Europea, existe el Acuerdo de Cooperación Comercial y Económica. Así mismo, se han alcanzado acuerdos y diálogos sectoriales en los siguientes ámbitos: agricultura, tecnologías de la información, aviación civil, derechos de propiedad intelectual, competencia, políticas macroeconómicas y regulación de los mercados financieros, seguridad del consumidor, aduanas marítimas, políticas regionales, educación y cultura, marco legislativo industrial, empleo y asuntos sociales, ciencia y tecnología, energía, cooperación espacial, medioambiente, políticas comerciales, seguridad alimentaria, comercio textil, servicios de navegación vía satélite y transporte (ICEX, 2016).

Existen acuerdos bilaterales de libre comercio con Hong Kong, Macao, Suiza, Islandia, Costa Rica, Pakistán, Perú, Chile, Singapur, Nueva Zelanda, Australia y ASEAN. En el caso de Corea del Sur, China tiene un acuerdo de libre comercio pero aún no ha entrado en vigor.

Además, están en negociación con: el Consejo de Cooperación del Golfo, Noruega, Sri Lanka, China-Japón-Corea FTA, y Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP). Y en fase de estudios de viabilidad con India, Colombia, Maldivas, Georgia y Moldavia.

Con el objetivo de localizar las amenazas y las oportunidades que se derivan de la situación política del país, se recoge la siguiente tabla:

Tabla 13: Amenazas y oportunidades de los factores políticos de China

AMENAZAS	OPORTUNIDADES
País cerrado (Exportaciones>Importaciones)	“Un país, dos sistemas”
Históricas evasiones de capital y corrupción	XIII Plan Quinquenal 2016/2020
Falta de principios contables y auditoría	Miembro de diversas organizaciones internacionales
Aparato político pesado y complicado (PCC)	Miembro de ASEAN
Estrategia gubernamental ambigua en ámbito de reformas y crecimiento	Acuerdo de Cooperación Económica y Comercial con Europa
	Acuerdos de Libre Comercio con diversos países
	2º país en recibir inversión extranjera directa

Fuente: Elaboración propia

B) Factores económicos

En primer lugar, se muestra el siguiente contenido con los principales indicadores económicos, con el fin de analizar la infraestructura económica china:

Tabla 14: Datos económicos de China

OVERVIEW CHINA	
Región	Asia Oriental y el Pacífico
Población	1.367.485.388
Categoría de ingreso	Alto medio
INB per cápita (US\$)	7.380
Previsión crecimiento PIB 2016 (%)	6,5
Crecimiento PIB 2015 (%)	6,8
Crecimiento PIB 2014 (%)	7,3
Consumo privado respecto al PIB (%)	38,1
Tasa de ahorro respecto al PIB (%)	46
Inflación (%)	1,4
Tasa de desempleo (%)*	4,1
Tipos de interés (%)	4,35
Deuda pública respecto del PIB (%)	43,9
Exportaciones (millones \$)	2.276.574
Importaciones (millones \$)	1.682.069
Saldo Balanza Comercial (millones \$)	594.505
Deuda externa (millones \$)	1.529.800
Reservas internacionales (millones \$)	3.330.362
Inversión extranjera directa recibida acumulada (millones \$)	126.270
Tipo de cambio RMB/\$	6,243

Riesgo – país	A4
Clima empresarial	B

Fuente: Elaboración propia

En los años 70 una de las distribuciones de renta más equitativas del mundo era la de China. Esto cambió con la apertura al exterior del país, y con ello su crecimiento, lo que propició a la generación de una creciente desigualdad. Esto se puede ver a través del coeficiente de Gini⁶, el cual ha pasado de 0,160 en 1978 a 0,462 en 2015.

Comparándolo con otros países, la **desigualdad en la distribución de la renta** en China es menor que en países como Sudáfrica, Brasil, Chile, Rusia, Méjico, Indonesia o Turquía; y mayor que en Estados Unidos, Corea del Sur, y en la mayor parte de países occidentales.

Esta tendencia, no obstante, parece haber remitido. De hecho, la disminución de la desigualdad en la distribución de la renta es uno de los objetivos principales del XIII Plan Quinquenal, marco de referencia de la política macroeconómica para el periodo 2016-2020.

Una de las razones por las que se origina esta desigualdad es el diferencial del PIB per cápita entre las familias urbanas y las familias rurales. Así, la renta de un habitante rural es un tercio de la renta de un habitante urbano. No obstante, en los últimos años se ha observado una mayor velocidad de crecimiento en las familias rurales, aunque todavía es 2,73 veces menor que la de las familias urbanas. La reforma del sistema de registro urbano (hukou)⁷, puesta en marcha a mediados de 2014, propició en 2015 que un total de 277,47 millones de trabajadores migraran del campo a las ciudades, 3,52 millones más que en 2014, es decir un 1,3% más que en 2014.

China es el país más poblado del mundo, con más de 1.360 millones de habitantes y la **segunda potencia económica mundial** por PIB en términos de paridad de poder adquisitivo, y la cuarta economía mundial en términos de INB per cápita⁸.

La reestructuración de la economía ha resultado en un aumento del PIB de diez veces desde 1978. En 2014 China se presentó como la economía más grande del mundo (medido en paridad del poder adquisitivo (PPA)), superando a los EE.UU.

La economía de China, ha entrado en un periodo de crecimiento más lento, el **crecimiento del PIB** se ha reducido durante el periodo de 2014 – 2016. Según palabras textuales del director de la Oficina de Estadísticas, Wang Baoan: “La situación en 2016 será más o menos similar a la de 2015 y el crecimiento de la economía china seguirá encarando una situación internacional

⁶ Es un número entre 0 y 1, donde 0 se corresponde con la perfecta igualdad (todos tienen los mismos ingresos) y donde el valor 1 se corresponde con la perfecta desigualdad (una persona tiene todos los ingresos y los demás ninguno).

⁷ Es el sistema de registro que se estableció en China durante el Maoísmo. Este sistema establece una serie de beneficios sociales (sanidad, educación, etc...) para los ciudadanos registrados en una determinada localidad.

⁸ Es el ingreso nacional bruto dividido por la población a mitad de año.

complicada y volátil”. Pese a todo, considera que el logrado en 2015 es un “crecimiento moderado, pero estable y sólido”. Además se sitúa dentro del objetivo oficial del 7%.

En el ambiente de los negocios se ha creado una atmósfera de inquietud acerca de la salud de la economía China, que se ha ido incrementado por los vaivenes que han sufrido sus Bolsas impactando en los mercados financieros globales. Ante una serie de medidas desafortunadas junto con un pésimo mecanismo de interrupción automático en las caídas del mercado de valores ha hecho que los inversores sientan una cierta desconfianza en el gobierno chino.

No obstante, se prevé que el porcentaje de participación de China en el PIB mundial se incremente de alrededor de un 20% en 2025, según la compañía mundial de análisis e información industrial Londres IHS Inc.

La elevada **tasa de ahorro** (46% del PIB, frente a una tasa de consumo privado de 38,1%) refleja la sensación de incertidumbre de la ciudadanía frente la escasez de prestaciones sociales públicas en ámbitos de educación, pensiones y salud. Además las empresas privadas tienen dificultades para acceder a la financiación bancaria teniendo que recurrir a la autofinanciación, puesto que esta beneficia principalmente a las empresas públicas.

No obstante, en **consumo privado** ha crecido en 2015, debido al incremento de los salarios y el aumento de las transferencias sociales, además de la mejora de la renta disponible de las familias. Como se observa el consumo privado es poco más de un tercio del PIB lo que define los arraigados hábitos de ahorro de los hogares chinos, una cifra muy baja incluso para un país en desarrollo.

Para reducir la incertidumbre, se encuentra la reforma del “hukou” que agiliza el proceso de urbanización, y las reformas en el sector bancario y los tipos de interés que permitirán mayor acceso a la financiación a las empresas privadas.

El objetivo oficial del **nivel de inflación** para 2015 era del 3%, en el caso de China los niveles de inflación se mantuvieron muy por debajo, situándose en 1,4% interanual en 2015 (2,6% en 2013; y 2% en 2014). Esto podría deberse al descenso de los precios de importación de alimentos y materias primas, en línea con la tendencia global y por la apreciación del renminbi⁹ en términos reales. Este descenso podría deberse también al descenso de la demanda interna, lo que ha posibilitado al gobierno aplicar políticas expansivas para sustentar la recuperación de la actividad y el consumo.

En términos de **población activa** (personas entre 16 y 59 años) se ha reducido en los últimos años hasta 80 millones de personas en el periodo de 2010 a 2015, siendo actualmente el 59% de la población total. La población ocupada era de 774,51 millones de personas en 2015, descomponiéndose en un 47,8% de las personas se encontraban en zonas rurales (370 millones de personas), a pesar de que este número ha caído gracias al proceso de urbanización impulsado por el gobierno. En el caso de las zonas urbanas el número de personas ocupadas fue de 404,10 millones de personas (sufrió un aumento de 11 millones).

⁹ Moneda oficial de la República de China.

En cuanto a la descomposición de ocupados según el sector, 29,5% del total se dedican al sector primario; 29,9% del total al sector industrial; y 40,6% del total al sector servicios.

En cuanto a la **creación de empleo**, se ha experimentado un gran crecimiento en el sector servicios, gracias en parte al comercio electrónico que genera gran parte del empleo en China. Entre las grandes empresas podría destacarse la multinacional Alibaba, la cual ha superado a la norteamericana Amazon. Así, las cifras indican una ocupación de más de 2,5 millones de trabajadores directos y más de 18 millones de trabajadores indirectos gracias al comercio electrónico.

En línea con el empleo, la **tasa de desempleo** oficial en zonas urbanas se sitúa en un 4,1% en 2015, en línea con los dos años anteriores. Esta cifra no se puede considerar indicativa de la situación real (Economist Intelligence Unit la estima en 6,4% en 2015).

Frente a un aumento del desempleo en el mercado de recién graduados universitarios el gobierno está tomando medidas como el fortalecimiento de la formación profesional, modificación de las pruebas de acceso a la Universidad, y una adaptación de la demanda del mercado laboral en los planes universitarios.

Con una mejora de la distribución de la renta se pretende impulsar la demanda interna del país, y como consecuencia disminuir la diferencia de empleo y sueldos en las diferentes regiones, y entre las empresas públicas y privadas. En 2015 los salarios crecieron a mayor ritmo que el crecimiento del PIB.

Respecto a los **tipos de interés**, el gobierno aplica la política monetaria como principal herramienta para regular la economía a través del Banco Central (PBoc – People's Bank of China). A lo largo de 2014, ante la ralentización del crecimiento económico, el PBoc recortó 40 puntos básicos el tipo de interés de referencia aplicado a los préstamos a un año. Así mismo, en 2015 se han seguido produciendo bajadas en el tipo de interés hasta 5 veces, situándose este en un tipo de interés de referencia de 4,35%, todo ello con el objetivo de impulsar el consumo interno, así como evitar la colocación de capital en empresas públicas, las cuáles no cumplen los mínimos de eficiencia en su mayoría, o en gobiernos locales.

La **deuda pública** de la República de China en 2015 se sitúa en un 43,9% sobre el PIB del país. El Fondo Monetario Internacional (FMI) estima que estos niveles de deuda están dentro de los límites admisibles.

En cuanto a las **exportaciones** son elevadas, aunque generan una riqueza limitada. Por esta razón se han desarrollado objetivos prioritarios en este ámbito, apoyando el incremento del consumo interno, donde cada vez aumenta la renta media, los cuáles se recogen en el marco del XIII Plan Quinquenal (2016-2020). No obstante, el mercado de las exportaciones es muy importante para el funcionamiento económico del país, puesto que genera un gran número de empleos para trabajadores no cualificados. La disminución de la inversión en actividades inmobiliarias y activos fijos prueba de nuevo el esfuerzo del gobierno para la orientación hacia un mercado de consumo interno.

En cuanto al **saldo de la balanza comercial** de China, ésta se sitúa en un superávit de 594.505 millones de dólares en 2015. Las exportaciones (2.276.574 millones de dólares) se contrajeron

en un 2,8% interanual y las importaciones (1.682.069 millones de dólares) lo hicieron en un 14,1%.

En cuanto a la **deuda externa** que China tiene contraída en 2015, ésta asciende a 1.529.800 millones de dólares. Según la Administración Estatal de Intercambio de Divisas (SAFE), esta deuda externa es principalmente a corto plazo (el 67%), mientras que el resto es a medio y largo plazo (33%).

En el caso de las **reservas internacionales**, chinas siguen siendo las mayores del mundo, por delante de Japón, a pesar de que en 2015 disminuyeron en 512.656 millones de dólares, situándose en 3.330.362 millones de dólares.

En 2015, la **inversión extranjera directa recibida (IED)** acumulada en el país fue de 126.270 millones de dólares, dirigiéndose principalmente al sector servicios. Se encuentra en el primer lugar en la clasificación mundial de países receptores en 2014.

El **tipo de cambio** de referencia se fija a través de 35 creadores de mercado fijado por China (bancos e instituciones financieras más importantes del país). En marzo 2016, el tipo de cambio medio se situó en 6,24 RMB/US\$ (7,12 RMB/EUR).

Es importante también tener en cuenta indicadores como el riesgo-país¹⁰, el clima empresarial, facilidad de hacer negocios, facilidad de obtención de crédito y el nivel de impuestos a la hora de analizar la infraestructura económica del país.

En el caso de China, el **riesgo-país** clasificado como A4, es decir, China pertenecería al primer grupo de países con poco riesgo asociado al país. No obstante, dentro de este primer grupo se debe tener en cuenta que sería de los últimos.

Con respecto al **clima empresarial**, China se clasifica en el grupo de países B, es decir, en el segundo grupo. Esto se debe principalmente diversos factores de la actividad política y la gestión del país: la falta de mejoras del estado en términos de derechos de los ciudadanos; el pésimo sistema de protección social en cuanto a prestaciones; casos de corrupción en el gobierno; el aumento de las protestas de la clase obrera; y por último las deficiencias en la transparencia gubernamental y la protección legal de los acreedores.

Por último, este estudio se basa en el proyecto Doing Business del Banco Mundial clasificando la economía china entre 189 economías (siendo 1 la mejor clasificación y 189 la peor) en términos de: facilidad para hacer negocios, obtención de crédito, pago de impuestos, y apertura de una empresa.

¹⁰ El riesgo-país y el clima empresarial se analiza a través de la base de datos del instituto oficial COFADE10. El riesgo-país se clasifica en siete niveles de riesgo ascendentes de A a D (A1, A2, A3, A4, B, C y D), siendo A el de menor riesgo, y D el de mayor riesgo.

Tabla 15: Clasificación de China

	2016	2015
Clasificación facilidad para hacer negocios	84	83
Clasificación para la obtención de crédito	79	71
Clasificación pago de impuestos	132	133
Clasificación apertura de una empresa	136	127

Fuente: Elaboración propia a partir del proyecto Doing Business (Banco Mundial)

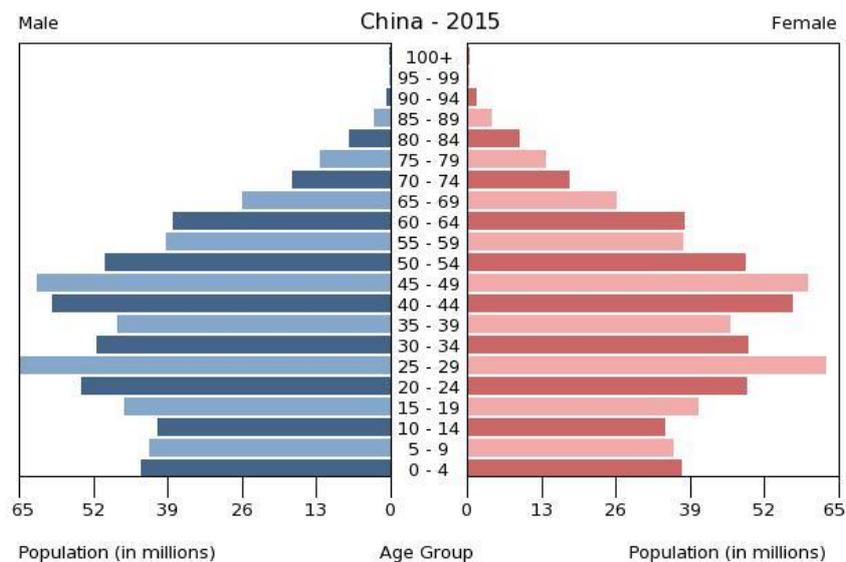
Por lo que se puede observar en términos generales, China se encontraría entre las economías intermedias, encontrándose alrededor de la clasificación intermedia de 95.

C) Factores demográficos y sociales

China está formada por una superficie aproximada de 9,6 millones de km², con fronteras con catorce Estados soberanos, siendo el tercer país más extenso por superficie terrestre detrás de la Federación de Rusia y Canadá. Además, es el país con más habitantes del mundo con una población de 1.367.485.388 personas.

A continuación se puede observar la **pirámide de la población** según edad y sexo:

Gráfico 7: Pirámide poblacional de China



Fuente: CIA (2015)

A través de la pirámide poblacional de China se puede observar la estructura de edad y sexo de la población, con la se puede obtener información respecto a la estabilidad política y social, y el desarrollo económico. Además, según la forma de la pirámide se puede ver la evolución de la población basada en la fecundidad, la mortalidad y las tendencias de migración internacional.

En el caso de la pirámide poblacional de China presenta un modelo regresivo, es decir, la base de la pirámide es más pequeña que los siguientes escalones de edad. Esto se debe a que la natalidad ha descendido en los últimos años y es baja, y como consecuencia se genera el envejecimiento de la población.

La **estructura por edades** de la población es la siguiente:

- La población entre 0 y 14 años representa un 17.08% del total
- La población entre 15 y 24 años representa un 13.82% del total
- La población entre 25 y 54 años representa un 47.95% del total
- La población entre 55 y 64 años representa un 11.14% del total
- La población con más de 65 años representa un 10.01% del total

Por tanto, el grupo con mayor porcentaje de población es el que se encuentra entre 25 y 54 años, como se observa en la pirámide.

La demografía China debe afrontar dos problemas principales: el ritmo de envejecimiento de la población, y la diferencia en el número de nacimientos de varones y hembras.

Respecto al primero, la población china envejece a mayor velocidad de la que se enriquece. Esto se puede probar a través de los sucesos ocurridos en 2012 como el cierre de más de 13.600 escuelas primarias en todo el país; además de descenso de la natalidad y el aumento de la esperanza de vida.

En el caso de la **natalidad** en 2015 se recogieron cifras que apuntan una preocupante baja tasa de natalidad, siendo 12,49 nacimientos por cada mil habitantes. En el caso de la **tasa de fecundidad**, la cifra se sitúa en 1,6 nacidos por mujer. El **crecimiento promedio** en 2015 fue de 0,45%, mientras que desde 2000 hasta 2010 fue del 0,57%; frente al 1,07% en los años 90, siendo 6 nacidos por mujer.

En cuanto a la **esperanza media** en China es de 75 años, que si se observa desde el punto de vida de la diferencia entre los grupos de hombres y mujeres, la edad media del primer grupo es de 73 años y la del segundo de 77 años, respectivamente.

La tasa de **mortalidad** está vinculada a la esperanza de vida, así cuanto mayor es la esperanza de vida, menor es el nivel de mortalidad. Así mismo, el nivel de mortalidad es de 7,53 muertes por cada 1000 habitantes de China. Algunos estudios apuntan que una tasa de mortalidad por debajo de 15 muertes por mil habitantes se considera baja.

En cuanto a las **tendencias de migración**, el ratio de migración neto (diferencia entre la entrada y la salida de migrantes) es de -0,44 migrantes por cada 1000 habitantes chinos. Por lo tanto, existen un mayor número de emigrantes.

En el caso del **desequilibrio de géneros**, el porcentaje de hombres es 51,44% de la población total, y 48,56% en el caso de las mujeres; y siendo 1,06 varones por cada mujer de la población total. Esto se puede ver por grupo de edades:

- Nacimientos: 1,15 varones nacidos por cada hembra nacida
- Desde 0 a 14 años: 1,17 varones por cada hembra
- Desde 15 a 24 años: 1,13 varones por cada hembra
- Desde 25 a 54 años: 1,04 varones por cada hembra
- Desde 55 a 64 años: 1,02 varones por cada hembra
- 65 años o más: 0,92 varones por cada hembra

Una de las razones que explica parte de la demografía de China es el **factor social**, en concreto la predilección tradicional de las familias por los hijos varones, que junto con la puesta en marcha de la política de tener solo un hijo, ocasionó numerosos abortos al averiguar que el sexo del feto era femenino.

Este factor social de predilección por el hijo varón se deriva de razones de fuerza laboral, de linaje, herencia, y la obligación de la mujer de que una vez se case debe cuidar a la familia del marido.

Algunas cifras apuntan que entre los años 2000 y 2021 habrá 23,5 millones más de jóvenes varones que mujeres chinas. No obstante, se debe de tener en cuenta el volumen de niñas no registradas debido a que las familias no declaran el nacimiento de las niñas con el fin de poder tener un varón con un nuevo embarazo; aunque la magnitud de este efecto se desconoce.

No obstante, en los últimos años se han puesto en marcha medidas para frenar el fenómeno, entre las que se encontraría la posibilidad de relajar la política de hijo único para aumentar la fertilidad; y la medida de aumentar la edad legal de jubilación de 60 a 65 años para los hombres, y 55 a 60 años para las mujeres.

Estos cambios podrían no tener efecto; en el primer caso de la política de hijo único debido al alto coste de vida y de la educación, puesto que las familias no siempre tienen recursos suficientes para tener un nuevo hijo. En el caso de la jubilación, el gobierno se encontraría con una fuerte oposición de importantes sectores profesionales, lo que podría agravar la crisis ya controlada.

Otros **factores sociales** son el idioma y la religión.

El **idioma oficial** es el Chino Mnadarín (putonghua). Así mismo, existen siete dialectos diferentes entre sí, de los que se podría destacar el hanghaihua (en la zona de Shanghái) y el guangdonghua (en el sur del país). En las relaciones comerciales con empresas extranjeras se utiliza el inglés pero es aconsejable un intérprete.

En el caso de **la religión**, la Constitución reconoce la libertad de culto. Las religiones más antiguas que conviven en el país son el confucianismo, el budismo y el taoísmo; aunque la mayoría de la población practica una mezcla de las tres. También está presente la religión musulmana y cristiana, aunque con menos seguidores.

En cuanto a **la educación**, el nivel de alfabetización de la población es de 98,6%. El sistema educativo de China es un gran éxito, sus estudiantes tienen algunas de las más altas calificaciones de pruebas en el mundo, particularmente en las ramas de matemáticas y ciencias.

8.1.2. Marco sector

A) Delimitación arancelaria

Después del crecimiento exponencial que ha sufrido China en los últimos años gracias a la apertura al exterior, se han hecho numerosos avances en materia de leyes. No obstante, aún no existe un diario oficial único donde se publiquen novedades en términos de normas, circulares, regulares y estándares que afecten al comercio de bienes y servicios. Así mismo, no existen barreras arancelarias para la exportación de este servicio.

En cuanto a las barreras no arancelarias que pueden afectar a la actividad de la empresa BE ROOMERS, S.L., podría afectarle la falta de protección de los derechos de propiedad intelectual, que aunque ha avanzado gracias al Acuerdo TRIPS es difícil garantizar su cumplimiento. Este aspecto es actualmente una amenaza para los inversores interesados en invertir en el país.

B) Estadísticas del sector

El sector del alojamiento de estudiantes cada día adquiere mayor relevancia debido a la gran movilidad de estudiantes internacionales en todo el mundo. El caso de China es de especial relevancia puesto que China es el país con mayor número de estudiantes de movilidad estudiando fuera del país. Estas cifras se sitúan en un total de 712.157 **estudiantes salientes**, y más de 377.054 **estudiantes entrantes** en 2015.

En el caso de los estudiantes que eligen China como destino, el número es menor. Sólo el 2% de los estudiantes internacionales eligen este país, del total de 19% de estudiantes estudiando en la región del este asiático-pacífico.

Los 10 **países de destino** de los estudiantes de movilidad de China más importantes son:

- Estados Unidos; al que llegan 225.474 estudiantes
- Japón; al que llegan 89.778 estudiantes
- Australia; al que llegan 87.980 estudiantes
- Reino Unido; al que llegan 81.776 estudiantes
- Corea del Sur; al que llegan 38.109 estudiantes

- Canadá; al que llegan 34.602 estudiantes
- Hong Kong; al que llegan 25.801 estudiantes
- Francia; al que llegan 25.234 estudiantes
- Alemania; al que llegan 25.234 estudiantes
- Nueva Zelanda; al que llegan 12.219 estudiantes

China acoge a más de medio millón de estudiantes internacionales de más de 160 países.

En el caso de los 10 **países de origen** de los estudiantes de movilidad que llegan a China más importantes, no existen datos oficiales censados; aunque se sabe que provienen de más de 203 países y regiones.

Está previsto que para el año 2018 la balanza de estudiantes entre los que salen del país para cursar sus estudios fuera, y los que vuelven después de realizar sus estudios en el extranjero se equipará.

Según el Ministerio de Educación de China, a fecha de 4 de julio de 2014 existían 2.542 **centros docentes superiores y universitarios** (sin contar con los centros independientes). China cuenta con más de 400 centros universitarios que acogen a estudiantes extranjeros.

Puesto que uno de los atractivos para los estudiantes para elegir país-ciudad donde estudiar es la calidad de la educación, y en concreto de las universidades, es interesante posicionar a las universidades chinas en el **ranking mundial**. Según The Times Higher Education, 39 universidades chinas se encuentran entre las 200 primeras en la clasificación como economías emergentes (ranking asiático). China es el país más presente en el ranking, y cinco universidades chinas se encuentran entre las 10 primeras.

Entre las universidades más destacables, se encuentran las que pertenecen a la C9 League, una alianza formada por las 9 universidades con mayor prestigio de China: la Universidad de Pekín, la Universidad Tsinghua, la Universidad de Fudan, la Universidad Jiao Tong de Shanghai, la Universidad de Nanjing, la Universidad de Ciencia y Tecnología de China, la Universidad de Zhejiang, la Universidad Jiao Tong de Xi'an y el Harbin Institute of Technology.

En cuanto a los universitarios que finalizan sus estudios han aumentado notablemente en los últimos años en el país. Las predicciones más modestas estiman un crecimiento del 300% de graduados entre 25 y 34 años para 2030, frente a un aumento del 30% en Estados Unidos y Europa. En el año 2030 China junto a la India, podrían formar el 60% de los egresados en carreras relacionadas con ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas (STEM), frente al 8% en Europa, y 4% en Estados Unidos.

C) Situación del sector

El coste del alquiler de alojamientos en China depende de la ciudad. Las ciudades con mayor coste de vida en China son Pekín, Hong Kong y Shanghái; las cuáles se podrían equiparar al

nivel de capitales occidentales como Nueva York, Viena o París. No obstante, en el resto de ciudades del país, los precios son muy asequibles.

El tipo de alojamiento más común para universitarios extranjeros son los campus de las universidades chinas. Esto se debe a la dificultad para encontrar pisos de alquiler debido principalmente a la barrera lingüística y a la necesidad de contar con el permiso de la universidad para vivir fuera del campus.

Las residencias de los campus cuentan con una ventaja frente al mercado privado en términos de precio, ya que éstas son mucho más baratas y además se encuentran muy cerca de las facultades. Además, la mayoría de universidades cuentan con residencias destinadas especialmente a universitarios internacionales. Suelen estar totalmente equipadas, con una, dos o tres camas y baños compartidos.

En cuanto al mercado privado de alojamiento, en China es muy variada. En ciudades como Hong Kong, Macao, Shanghái, y Pekín, los alquileres son de los más caros del país, sin embargo en pequeñas ciudades el precio de alquiler ronda entre los 100 y 200 euros mensuales.

La mayoría de los propietarios y las agencias inmobiliarias del país no ofrecen sus servicios en inglés. Esto puede suponer una gran barrera para encontrar alojamiento. Además, lo anunciado en algunos portales no coincide con el estado y las condiciones que se anuncian del alojamiento, por lo que es necesario verificarlo antes de firmar un contrato.

En el caso de los contratos, algunos pueden llevar una copia adjunta traducida en inglés, pero siempre se firmará el original en chino, por lo que se aconseja acceder a ellos a través de alguna persona originaria del país; o de algún portal con ofertas de alojamiento en inglés, aunque éste último supone encontrarse con unos precios más altos.

8.2. Hong Kong

8.2.1. Marco país

A) Factores políticos

Hong Kong es una región administrativa especial de la República Popular China, donde se aplica el modelo administrativo conocido como «un país, dos sistemas». Este modelo, consiste en el mantenimiento de un sistema económico capitalista bajo la soberanía de un país de ideología oficial comunista. Mantiene un sistema administrativo y judicial independiente, y su propio sistema de aduanas y fronteras externas (WIKIPEDIA, 2016).

La Ley Básica se considera como la Constitución de Hong Kong. El Gobierno de Hong Kong se hace cargo de cuestiones domésticas y asuntos internacionales relacionados con el comercio. En el caso de cuestiones como Defensa o Asuntos Exteriores son competencia del Gobierno central chino.

Por lo tanto, Hong Kong entre otros organismos es miembro de:

- La Organización Mundial del Comercio (OMC);
- Asia Pacific Economic Cooperation;
- Pacific Economic Cooperation Council;
- Pacific Basin Economic Council;
- Pacific Trade and Development Conference.

Así mismo, tiene acuerdos de libre comercio con China (Closer Economic Partnership Arrangement, CEPA), Chile, estados miembros de la European Free Trade Association (EFTA), y Nueva Zelanda. Así como 39 acuerdos de doble disposición (entre ellos con España).

Tabla 16: Amenazas y oportunidades de los factores políticos de Hong Kong

AMENAZAS	OPORTUNIDADES
Región administrativa de China	“Un país, dos sistemas”
Falta de libertad en Asuntos Exteriores	Sistema propio de aduanas
Falta de transparencia en los datos financieros aportados por el gobierno	Acuerdos de Libre Comercio con China, Chile, EFTA y Nueva Zelanda
	Acuerdo de doble disposición con España

Fuente: Elaboración propia

B) Factores económicos

En primer lugar, se muestra el siguiente contenido con los principales indicadores económicos, con el fin de analizar la infraestructura económica de Hong Kong:

Tabla 17: Datos económicos de Hong Kong

OVERVIEW HONG KONG	
Región	Asia Oriental y el Pacífico
Población	7.241.700
Categoría de ingreso	Alto
INB per cápita (US\$)	40.320
Previsión crecimiento PIB 2016 (%)	1,5
Crecimiento PIB 2015 (%)	2,4
Crecimiento PIB 2014 (%)	2,5
Consumo privado respecto al PIB (%)	65,7
Tasa de ahorro respecto al PIB (%)	24,8
Inflación (%)	3
Tasa de desempleo (%)	2,9
Tipos de interés (%)	0,5
Deuda pública respecto del PIB (%)	0,06
Exportaciones (millones \$)	465.197
Importaciones (millones \$)	522.118
Saldo Balanza Comercial (millones \$)	-56.921
Deuda externa (millones \$)	1.296
Reservas internacionales (millones \$)	328.500
Inversión extranjera recibida acumulada (millones \$)	1.674.135
Tipo de cambio HKD/\$	7,764
Riesgo – país	A1
Clima empresarial	A2

Fuente: Elaboración propia

La **distribución de la renta** en el país es desigual. Esto se puede observar a través del coeficiente Gini, el cual Hong se sitúa en 0,537. Se puede concluir pues, que Hong Kong es uno de los países con mayor disparidad en el reparto de riqueza entre su población. No obstante, es también uno de los países con mayor **renta per cápita** del mundo, de hecho es uno de los países que recoge un mayor número de millonarios del mundo. Ante esta disparidad, el gobierno no ha reconocido la situación de forma clara, aunque en la actualidad ha comenzado a prestar asistencia social a determinados colectivos sin recursos.

En términos de **PIB por paridad de poder adquisitivo (PPA)** Hong se encontraría en el puesto 45 del ranking mundial, aunque en términos de competitividad, Hong Kong es la más competitiva del mundo.

Hong Kong es principalmente una economía de servicios ligada al comercio y las finanzas (servicios financieros, logísticos, inmobiliarios, distribución comercial, hostelería, seguros y servicios legales). El mantenimiento de su estatus depende de lo competitiva y liberalizada que sea su economía, puesto que depende en gran medida del exterior en cuanto a algunos bienes, debido a la falta de recursos naturales básicos (materias primas, alimentos, combustible, entre otros). Esto se observa a través de la participación del sector en PIB (93%). La mayor parte del PIB es de naturaleza privada dada la muy limitada participación del estado en la economía. No obstante, la economía de Hong Kong debe ser vista dentro del marco de la economía china.

En cuanto al **crecimiento de la economía**, se han mantenido las tasas de crecimiento positivo, aunque en se prevé que para el año 2016 sufrirá una desaceleración en línea con la economía china, y la economía mundial. Según el secretario de Finanzas, el PIB en términos reales creció un 2,4% en 2015 y prevé que se sitúe entre 1% y 2% para 2016. El crecimiento del PIB en 2015 fue el inferior a la media de los diez últimos años (3,4%).

El **consumo privado** de las familias es relativamente alto en la región administrativa especial de Hong Kong, el cual experimentó en 2015 un crecimiento del 4,8% (3,2% en 2014; y 4,6% en 2013). Según el Secretario de Finanzas, el consumo tanto privado como público fue el principal motor de crecimiento del PIB. Las previsiones en cuanto al comportamiento del consumo privado en 2016 no son muy positivas, puesto que se prevé una caída entre el 10 y el 25% del precio de los activos inmobiliarios, lo que afectará de manera negativa la inversión inmobiliaria y al consumo privado. Esto podría sumarse a otros factores como una menor actividad del sector exterior, la desaceleración sufrida en el turismo, y el contexto global de austeridad.

Con respecto a la **inflación**, esta se sitúa en un 3% en 2015 (2,8% en el primer trimestre de 2016). Se espera que para los siguientes años esta tasa disminuya. La explicación de esto se puede testar a través de la combinación de diversos sucesos: la caída del precio del petróleo; la depreciación del yuan (unidad básica del renminbi chino) que contrarresta la incidencia de la política monetaria de los Estados Unidos (puesto que el HK\$ está vinculado al US\$)¹¹, cuya subida de los tipos de interés incide sobre la moneda de la región; la fase de desaceleración de la propia economía de Hong Kong.

Algunos analistas señalan que la situación se mantendrá así durante los próximos cinco años, aunque posiblemente a medida que la cuenta de capital de China se liberalice, es posible que el gobierno central quiera reforzar la soberanía sobre el territorio.

El cuanto al funcionamiento del **empleo** en la región, este se encuentra muy desregularizado y liberalizado si se compara con países europeos. El despido es libre, y el marco general puede modificarse si ambas partes están de acuerdo, con algunas excepciones. Esto hace que las fluctuaciones en el mercado de trabajo se produzcan rápidamente tanto en fases de desaceleración como de recuperación. No obstante, Hong Kong mantiene una economía de pleno empleo. Esto se prueba a través de la pequeña **tasa de desempleo** de sólo el 2,9% en 2015.

¹¹ La vinculación con el dólar americano ha conferido al dólar de Hong Kong una estabilidad en época de turbulencias financieras que es muy beneficiosa, globalmente, para la economía del lugar

El total de la **población activa** ascendió hasta 3.909.800 personas en el cuarto trimestre de 2015, de las cuales trabajaban 3.780.900.

El relación con el **tipo de interés** de referencia, en Hong Kong es muy bajo, situándose en un 0,5%. Según el Fondo Monetario Internacional (FMI) prevé que las subidas de tipos de interés de la República de China por la FED presionarán al alza los tipos de interés de Hong Kong. Este podría ser uno de los desafíos claves para la región, junto con la ralentización de la economía china y el sector de los bienes inmuebles en la región, aunque existe confianza en que Hong Kong pueda gestionar de manera eficiente estas amenazas. Los tipos de interés se mueven por tanto en línea con las decisiones de la Reserva Federal y no con las necesidades del ciclo de la economía local.

Otras de las amenazas a las que tiene que hacer frente la Región es la sostenibilidad de las pensiones por el envejecimiento de la población, por lo que tendrá que mantener el gasto controlado para no poner en peligro medidas fiscales como el mantenimiento de un nivel impositivo muy bajo y la exención de las rentas de capital o el gasto, puesto que no existe IVA.

La **deuda pública** alcanzó en 2015 un 0,06% respecto al PIB, un punto porcentual menos respecto al año 2014. Por ello, Hong Kong desde el punto de vista de la deuda respecto al PIB, es el “país” con menos deuda del mundo.

Acerca de las **exportaciones** de bienes en 2015 han sufrido una caída del 1,7% por primera vez después de 2009; en el caso de las exportaciones de servicios el descenso ha sido menor (0,6%). En el caso de las **importaciones** de bienes han caído un 2,5% en 2015, sin embargo las importaciones de servicios han aumentado un 5,1% según el departamento de Finanzas de Hong Kong. El resultado ha sido un mayor número de importaciones que de exportaciones, y con ello el **saldo de la balanza comercial** se encuentra en déficit.

Hong Kong en uno de los principales centros financieros de Asia, lo que se traduce en fuertes relaciones económicas que cabe destacar. En 2015 se sitúa como el quinto mercado en Asia para exportación de mercancías tras China, Japón, Corea del Sur, e India y por delante de Singapur, Taiwán, Indonesia y Filipinas. Asia en su conjunto (excluido Oriente Medio) supone el 6% de la exportación global.

La **deuda externa** supone un 0,4% del PIB de Hong Kong según datos de la Oficina del Censo, aunque el FMI la sitúa en el 0,1%, lo que no sería preocupante. Sin embargo, es importante tener en cuenta el aumento de la deuda de las empresas en los últimos años que podría suponer un riesgo ante una subida de los tipos de interés.

Las **reservas internacionales** ascienden a 328.500 millones de dólares, lo que suponen unos recursos financieros en divisas con los que Hong Kong podría garantizar los pagos de bienes que importa y el servicio de la deuda.

Otro punto es la **Inversión Extranjera Directa (IED)** recibida por Hong Kong, la cual se sitúa en el segundo lugar en la clasificación mundial de países receptores en 2014, detrás de China. Además, es el segundo proveedor de IED salientes del mundo. Hong Kong es uno de los nueve países en vías de desarrollo o en transición entre las veinte principales economías del mundo.

En cuanto al **tipo de cambio** el dólar de Hong Kong (HKD) está vinculado al USD a un tipo de cambio fijo 7,8 HKD/\$, con una posible fluctuación de $\pm 0,6\%$. Como consecuencia, la política monetaria está subordinada al mantenimiento de esta paridad.

Las clasificaciones de la Región según el **riesgo-país** y el **clima empresarial** son A1 y A2, respectivamente. Esto supone una clasificación alta y positiva para la región.

Por último, este estudio se basa en el proyecto Doing Business del Banco Mundial clasificando la economía china entre 189 economías (siendo 1 la mejor clasificación y 189 la peor) en términos de: facilidad para hacer negocios, obtención de crédito, pago de impuestos, y apertura de una empresa.

Tabla 18: Clasificación de Hong Kong

	2016	2015
Clasificación facilidad para hacer negocios	5	5
Clasificación para la obtención de crédito	19	24
Clasificación pago de impuestos	4	4
Clasificación apertura de una empresa	4	8

Fuente: Elaboración propia a partir del proyecto Doing Business (Banco Mundial)

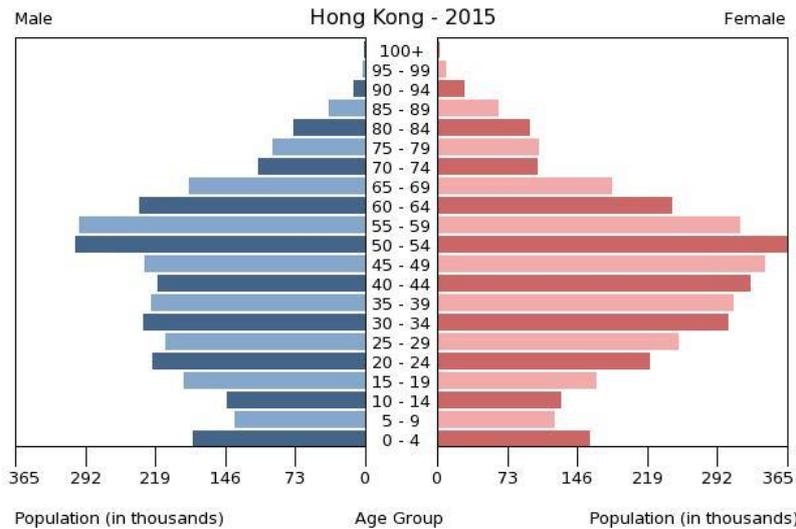
Por lo tanto, se puede concluir que Hong Kong muestra una estructura favorable con una alta facilidad para hacer negocios, la mejora en el proceso para abrir una empresa nueva, un nivel bajo de impuestos, y aunque obtenga peor clasificación en cuanto a la obtención de un crédito, sigue siendo una clasificación favorable.

C) Factores demográficos y sociales

La Región Especial de Hong Kong de la de República Popular China tiene una superficie de 1.108 km² formada por una península y varias islas situadas en la costa sur del mar de la China Meridional. Sólo el 25% de su superficie está habitado por sus 7.141.106 de habitantes, mientras que el 75% son reservas naturales.

A continuación se puede observar la **pirámide de la población** según edad y sexo:

Gráfico 8: Pirámide poblacional de Hong Kong



Fuente: CIA (2015)

Como se puede observar a través de la pirámide poblacional, conserva las mismas características que la de China, con una pirámide regresiva. No obstante, se observa una clara señal de una mayor tasa de natalidad.

La **estructura por edades** de la población es la siguiente:

- La población entre 0 y 14 años representa un 12.11% del total
- La población entre 15 y 24 años representa un 11.13% del total
- La población entre 25 y 54 años representa un 46.16% del total
- La población entre 55 y 64 años representa un 15.26% del total
- La población con más de 65 años representa un 15.34% del total

Por tanto, el grupo con mayor porcentaje de población es el que se encuentra entre 25 y 54 años, como se observa en la pirámide. Además, se detecta una población cada vez más envejecida.

En el caso de la **tasa de natalidad** es de 9,23 nacimientos por cada mil habitantes, cifra muy baja que va en línea con la **tasa de fecundidad** de 1,18 nacidos por mujer. El hecho de que tenga un índice de fecundidad inferior al índice de reemplazo (2,1 hijo por mujer) supone que no se garantiza una pirámide de población estable. En el caso del **crecimiento promedio** de la población en 2015 es de 0,38%. Estos datos se asemejan a los de China debido al vínculo de región especial administrativa. No obstante, se ha observado un ligero aumento de la tasa de natalidad, siendo en 2014 de 8,6 nacidos por cada mil habitantes.

En cuanto a la **esperanza de vida** en Hong Kong es una de las más altas del mundo siendo esta de 82 años, situándose en el ranking mundial como el séptimo país. En el caso de los hombres es de 80 años, y las mujeres de 85 años.

El **nivel de mortalidad** es de 7,07 muertes por cada 1000 habitantes. Algunos estudios apuntan que una tasa de mortalidad por debajo de 15 muertes por mil habitantes se considera baja.

En cuanto a las **tendencias de migración**, el ratio de migración neto (diferencia entre la entrada y la salida de migrantes) es de 1,68 migrantes por cada 1000 habitantes chinos. Por lo tanto, existen un mayor número de inmigrantes que llegan a la región en busca de oportunidades, aunque es relativamente bajo.

En Hong Kong también se observa la **diferencia entre sexos**, aunque en el total de la población existe un menor número de hombres por cada mujer (0,87 hombres por cada mujer), siendo el 46,57% de la población hombres, y el 53,43% de la población mujeres; en los primeros escalones de edad son los hombres los que predominan sobre las mujeres, debido a los mismos factores sociales que en China. En el caso de Hong Kong:

- Nacimientos: 1,12 varones nacidos por cada hembra nacida
- Desde 0 a 14 años: 1,13 varones por cada hembra
- Desde 15 a 24 años: 1,07 varones por cada hembra
- Desde 25 a 54 años: 0,75 varones por cada hembra
- Desde 55 a 64 años: 0,95 varones por cada hembra
- 65 años o más: 0,89 varones por cada hembra

En cuanto a los **factores sociales**, el **idioma** oficial de Hong Kong es el Chino Mandarín, aunque convive en las relaciones comerciales con el inglés, siendo un tercio de la población la que habla y entiende el inglés.

En cuanto a **la religión**, las características son las mismas que en el caso de China.

En cuanto a **la educación**, el nivel de alfabetización es alto en comparación con los países menos desarrollados de Asia, siendo éste de 92,2% del total de población (el 96% de los hombres, y el 88,2% de los hombres). Esta diferencia entre sexos se debe principalmente al papel histórico de la mujer en el ámbito familiar, donde la mentalidad era que el hombre era el que aprendía una profesión o se formaba en el ámbito profesional, y la mujer era la que cuidaba de la vida familiar. No obstante, este efecto se esta remitiendo.

8.2.2. Marco sector

A) Delimitación arancelaria

No existen barreras arancelarias y no arancelarias para el servicio que ofrece la empresa BE ROOMERS, S.L. en Hong Kong.

B) Estadísticas del sector

En el caso de Hong Kong, el número de **estudiantes entrantes** y el número de **estudiantes salientes** es prácticamente el mismo, 30.013 estudiantes y 31.825 estudiantes respectivamente.

Los 10 **países de destino** de los estudiantes de movilidad de Hong Kong más importantes son:

- Reino Unido; al que llegan 12.946 estudiantes
- Australia; al que llegan 9.244 estudiantes
- Estados Unidos; al que llegan 7.681 estudiantes
- Canadá; al que llegan 1.614 estudiantes
- Macao; al que llegan 191 estudiantes
- Corea del Sur; al que llegan 57 estudiantes
- Irlanda; al que llegan 41 estudiantes
- Suiza; al que llegan 26 estudiantes
- Brasil; al que llegan 20 estudiantes
- Suecia; al que llegan 12 estudiantes

Los 10 **países de origen** de los estudiantes de movilidad que llegan a Hong Kong más importantes son:

- China; del que provienen 25.801 estudiantes
- Corea del Sur; del que provienen 702 estudiantes
- Malasia; del que provienen 330 estudiantes
- India; del que provienen 243 estudiantes
- Indonesia; del que provienen 220 estudiantes
- Macao; del que provienen 201 estudiantes
- Pakistán; del que provienen 136 estudiantes
- Estados Unidos; del que provienen 104 estudiantes
- Bangladés; del que provienen 73 estudiantes
- Singapur; del que provienen 57 estudiantes

El **número de universidades** en Hong Kong es de 36 aproximadamente. No obstante, cada año crece el número de instituciones debido a la apuesta del gobierno por la educación superior.

En el **ranking mundial** de universidades, las 2 universidades de Hong Kong más importantes se encuentran en los puestos número 44 y número 59 (la Universidad de Hong Kong y la Universidad de Hong Kong de Ciencia y Tecnología, respectivamente), según The Times Higher Education World Rankings 2015-2016.

Las **universidades más destacadas** de Japón además de las nombradas son: la Universidad Politécnica de Hong Kong, la Ciudad Universitaria de Hong Kong, la Universidad Bautista de Hong Kong, el Instituto de Educación de Hong Kong, la Universidad de Lingnan, la Universidad Abierta de Hong Kong, y la Universidad Shue Yan de Hong Kong.

C) Situación del sector

El coste de la vida en Hong Kong depende de la misma zona, aunque no es tan caro como capitales como Londres o California. Esto se debe a que la mayoría del terreno de la región se mantiene virgen.

Las características del sector son similares a las de China. El tipo de alojamiento más común con las residencias de los campus de las universidades debido a su menor coste.

Las instituciones universitarias en Hong Kong fueron construidas en el siglo 20 por lo que cuentan con alojamientos más modernizados y con diseños más contemporáneos. El tipo de alojamiento dentro de las residencias suele ser de dos tipos: habitaciones individuales o habitaciones compartidas. Las últimas son más usuales debido al reducido espacio habitacional de la región.

En cuanto al mercado privado, los alquileres de los pisos suelen ser de un año, excepto las habitaciones compartidas que pueden ser de 3 o 6 meses. Es complicado encontrar alojamiento privado en Hong Kong debido a la poca disponibilidad, al elevado precio, y a la barrera lingüística. No obstante, existen algunos portales que ofrecen diferentes tipos de alojamiento en inglés.

8.3. India

8.3.1. Marco país

A) Factores políticos

India es una república federal democrática, que cuenta con una democracia parlamentaria con separación de poderes y reconoce los derechos de los ciudadanos. Territorialmente, está formada por 29 Estados y 7 territorios de la Unión, y la división de competencias entre el Gobierno Central y los Estados está definida por la Constitución.

Las últimas elecciones se celebraron en el año 2014, con el resultado de la derrota histórica del Partido del Congreso, el cual había gobernado durante los últimos 10 años. En este periodo se ha mostrado incapaz de resolver algunos de los graves problemas que sufre el país: escándalos de corrupción, ralentización del crecimiento, persistente inflación, y el déficit fiscal. La pérdida de credibilidad también se ha manifestado en las elecciones regionales de los dos últimos años.

El gobierno actual de Narendra Modi, defensor de la libre empresa, parece haber dotado de mayor estabilidad al país y existe confianza en que el Gobierno tiene la capacidad de realizar las reformas necesarias para atraer inversión y reconducir a India hacia la senda del crecimiento. No obstante, y pese a que las perspectivas de crecimiento ya han sido revisadas al alza y se han tomado ya medidas para mejorar la situación actual, aún es pronto para definir su evolución.

India debe reforzar su seguridad interna, enfrentándose a los siguientes retos:

- La creación de un nuevo estado, la región de Telangana, que se ha desgajado del Estado de Andhra Pradesh (capital Hyderabad) y los movimientos populares que puedan surgir con objeto de dividir otros estados;
- El resurgimiento de un viejo movimiento guerrillero de inspiración maoísta (el naxalismo) en algunas de las regiones más atrasadas del país;
- El persistente terrorismo islámico, asociado siempre desde la India con Pakistán, pero que tiene también raíces en el interior, y da lugar a más de cien muertos al año, en Nueva Delhi, Mumbai y algunas otras grandes ciudades;
- La pacificación del valle de Cachemira, en el que convergen el conflicto fronterizo con Pakistán y las reivindicaciones de autonomía/ autodeterminación, apoyadas por la gran mayoría de la población;
- La situación delicada que mantiene la India con todos sus países vecinos.

La política exterior india ha sufrido una importante transformación durante las dos últimas décadas, desde que el país iniciara una apertura económica y política a principios de los años 90 del siglo pasado. Los principales rasgos de su política exterior son:

- Defensa del multilateralismo en el tratamiento de los asuntos internacionales;
- Independencia en el desarrollo de la política exterior;
- Acercamiento a los países del entorno geográfico y los BRICS;
- Diplomacia del desarrollo. Interés en actuar conjuntamente con otros países menos favorecidos en foros internacionales para promover medidas en diversas áreas que tengan en cuenta sus intereses frente a los países ricos;
- Activa participación en nuevos foros multilaterales como el G20 y las Cumbres IBSA o BRICS, entre otros;
- Política de defensa creíble. La India no va a renunciar a mejorar y modernizar su potencial militar, en parte porque se haya localizada en un escenario inestable, y porque no forma parte de ninguna alianza militar respaldada por los EEUU. La garantía de una política de defensa creíble aparece así como una medida de prevención (disuasión) ante una posible evolución violenta en el contexto regional.

La política internacional de Modi se centra en atraer inversiones de principalmente Alemania, Rusia y Emiratos Árabes Unidos, y buscar tratados y pactos con países como Japón y Australia.

En cuanto a las relaciones de India con Estados Unidos, existe un acuerdo nuclear de transferencia de tecnología, lo que ha afianzado la relación, y en el caso de China existe un alto nivel de diálogo político.

En el caso de las relaciones de India con Europa existe un acuerdo comercial lanzado en 2004 llamado Acuerdo de Asociación Estratégica. Además, actualmente se está negociando un Acuerdo de Libre Comercio, aunque la Unión Europea se muestra reacia a abrirle el mercado de servicios hasta que la India no elimine las barreras al comercio.

En cuanto a la relación comercial entre España y La India:

- Convenio de Doble Disposición firmado en el año 1995, modificado posteriormente en el año 2013, para prevenir la evasión fiscal en materia de impuestos sobre la renta y sobre el patrimonio;
- Acuerdo de Protección Recíproca de Inversiones, regula un tratamiento justo y equitativo y plena protección y seguridad a las inversiones realizadas, y tratamiento de nación más favorecida.
- Convenio en I+D centrado en bioquímica y energías renovables para promocionar la cooperación entre investigadores y científicos.

Otros socios importantes con los que la India ha firmado acuerdos son Rusia (Acuerdo de Asociación Estratégica, 2000) y Japón (Declaración Conjunta de Cooperación sobre Seguridad entre Japón y la India, 2008).

La India es miembro de la Organización Mundial del Comercio (OMC), de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), de la Asociación Sudasiática para la Cooperación Recional (SAARC), de la Mancomunidad de Nacionales, y de la Organización de Cooperación de Shanghái (OCS), entre otros.

Tabla 19: Amenazas y oportunidades de los factores políticos de India

AMENAZAS	OPORTUNIDADES
Escenario interno inestable	Nuevo gobierno con nuevas medidas
Escenario de política de defensa inestable	Varios convenios reguladores con España
Pérdida de credibilidad en el sistema. Corrupción	Posible Acuerdo de Libre Comercio con Europa
Inestabilidad en países vecinos	Acuerdos con otros países
Constante incertidumbre sobre la situación de Cachemira	Miembro de la Organización Mundial del Comercio y otros organismos

Fuente: Elaboración propia

B) Factores económicos

En primer lugar, se muestra el siguiente contenido con los principales indicadores económicos, con el fin de analizar la infraestructura económica de India:

Tabla 20: Datos económicos de India

OVERVIEW INDIA	
Región	Asia Meridional
Población	1.267.401.849
Categoría de ingreso	Bajo medio
INB per cápita (US\$)	1,610
Previsión crecimiento PIB 2016 (%)	7,2
Crecimiento PIB 2015 (%)	7,3
Crecimiento PIB 2014 (%)	7,3
Consumo privado respecto al PIB (%)	59,7
Tasa de ahorro respecto al PIB (%)	32
Inflación (%)	5,9
Tasa de desempleo (%)	7,1
Tipo de interés	7,5
Deuda pública respecto del PIB (%)	51,7

Exportaciones (millones \$)	310.572
Importaciones (millones \$)	448.044
Saldo Balanza Comercial (millones \$)	-47.639
Deuda externa (millones \$)	461.943
Reservas internacionales (millones \$)	325.081
Inversión extranjera directa recibida acumulada (millones \$)	32.628
Tipo de cambio INR/\$	64.73
Riesgo – país	A4
Clima empresarial	B

Fuente: Elaboración propia

Según el coeficiente de Gini de la India, éste es de 0,339 (último dato disponible de 2013). Esto refleja una importante desigualdad en **la distribución de la renta**. Algunos estudios dicen que la renta del 20% de las personas más ricas es hasta 5 veces mayor que la renta del 20% de la población más pobre en el país.

En la economía mundial, la India ha surgido como una oportunidad y actualmente es uno de los países con mayor crecimiento del mundo. El **crecimiento del PIB** en el año 2015 fue de 7,3%, lo que denota un ritmo de crecimiento constante respecto 2013. Esto puede ser debido a la reducción de las exportaciones debido a una menor demanda mundial y a los dos monzones consecutivos que afectaron a la productividad de sector agrícola. No obstante, La India es la séptima potencia económica mundial.

Este crecimiento se debe principalmente al sector servicios (57,5% del PIB) siendo el motor de la economía india, siendo los subsectores financiero, de comercio, transporte y comunicaciones los más relevantes dentro del mismo.

A pesar del crecimiento económico de India y los avances en la cuestión de la reducción de la pobreza, el 21,3% de la población se encuentra por debajo del umbral de la pobreza. Esto se traduce en una cifra de 264 millones de personas que no pueden acceder a servicios básicos. Así, la apertura al comercio exterior y el crecimiento de los últimos años, han dado lugar a una mayor desigualdad entre las clases sociales.

No obstante, el nuevo gobierno del país apuesta por un crecimiento inclusivo con el fin de erradicar la pobreza del país, y poder dotarlo de programas de redistribución de la renta, trabajo decente con reinserción laboral, subsidios de desempleo, y oportunidades para todos los segmentos de la sociedad, especialmente a las personas más desfavorecidas.

En cuanto a la **tasa de consumo** privado, en el año 2015 fue de 59,7% del PIB siendo el principal motor de crecimiento, frente a una **tasa de ahorro** privado del 32% sobre el PIB. Estas cifras son positivas en líneas generales, no obstante, se debe tener en cuenta que debido al alto grado de pobreza y los escasos recursos de éstos, no tienen posibilidad alguna de ahorro privado.

En el caso de **la inflación**, muestra una evolución positiva pasando de estar en un 10,9% en 2013 a un 5,9% en 2015. Una de las razones a destacar de la bajada de la inflación es la caída

del déficit por cuenta corriente derivada de la bajada del precio del petróleo. India es uno de los importadores más importante de petróleo, y esta situación ha favorecido a la bajada de los tipos de interés. No obstante, es un país muy endeudado, con una **deuda pública** del 51,7%, respecto al PIB.

En cuanto al **empleo**, en India hay poca e incoherente información respecto al desempleo debido a dos razones principalmente: el predominio del empleo informal; y propia falta de voluntad del gobierno. Además, el mercado laboral no está prácticamente desarrollado y existe dificultad para establecer una tasa de desempleo. No obstante, según datos oficiales de la CIA la tasa de desempleo se situaría en un 7,1% en el año 2015.

Según la Oficina de Empleo de La India, el porcentaje de **población activa** es de 52,9% sobre toda la población. Y de los ocupados, el 27,8% pertenecen al sector servicios, el 19,3% al sector secundario y el 52,9% al sector primario.

El **tipo de interés** de referencia es del 7,5%, el cual es alto. Sin embargo, el gobierno está en proceso de bajar los tipos de interés con el objetivo de facilitar a las familias el acceso al crédito, y con ello reactivar el consumo.

En el caso de las **exportaciones**, India es un país muy poco abierto al exterior, de hecho es de los países asiáticos que menos depende del comercio internacional. La cuota de las exportaciones es del 3,2%, y la de las importaciones del 3%; a pesar de que con la unión del país a la Organización Mundial del Comercio (OMC) disminuyeron las barreras de entrada.

En los últimos años, han disminuido hasta un 49,4% las exportaciones de crudo y derivados del petróleo, así como las importaciones de los mismos reduciéndose hasta un 40,5%. Los principales productos exportados son bienes de ingeniería (22,15%).

Cabe destacar el caso de las exportaciones de servicios (14,7% del PIB) puesto que cada vez representan un mayor peso en la balanza corriente. India se encuentra entre los 10 países en la exportación de servicios a nivel global; aunque la economía del país se basa principalmente en el sector agrícola y el sector industrial (55% del PIB).

Los principales socios comerciales son los Estados Unidos, los Emiratos Árabes Unidos, Hong Kong, China, Reino Unido y Singapur.

Respecto a las **importaciones**, los productos con mayor cuota son los manufacturados (64%) y los bienes de ingeniería (19,29%).

Debido a la poca apertura de la economía al exterior, el **saldo de la balanza comercial** es negativo, superando las importaciones a las exportaciones.

De acuerdo con patrón de la **deuda externa** del país, existe una predilección por la deuda a largo plazo, siendo ésta un 82,2% de la deuda externa total, y la restante a corto plazo. Esto significa que con las **reservas internacionales** (325.081 millones de dólares) del país no sería suficiente para cubrir la deuda a largo plazo (379.717 millones de dólares), lo cual supone un problema de liquidez para el país.

En el caso de la **inversión extranjera directa recibida**, con los años se ha ido debilitando debido a un enfriamiento de la economía y de la inestabilidad interna del país tanto a nivel político como a nivel de conflictos regionales. A pesar de ello, algunos analistas apuntan a la posibilidad de que India acabará siendo uno de los países competitivos debidos a la cantidad de talentos en ciencia, tecnología e ingeniería que tiene el país, además de un sistema de educación sólido y con base de inglés.

Los inversores principales responsables de la inversión extranjera directa en 2015 fueron Singapur, Mauricio, Reino Unido, Países Bajos y Japón. Es caso de Mauricio es relevante, que a través de la firma de un convenio bilateral, muchas empresas utilizan Mauricio como plataforma para invertir tanto en cartera, como inversión directa, dado que este convenio permite a las empresas el establecimiento de filiales, sucursales o empresas mixtas en India, evitando el pago de impuestos sobre los beneficios. Actualmente, el Gobierno de la India se está planteando revisar este convenio.

El **tipo de cambio** de 2015 fue de 64.73 INR por dólar. Normalmente el tipo de cambio suele fluctuar en el rango de 62-67 rupias indias por dólar.

En cuanto al **riesgo país** y el **clima empresarial**, según el instituto oficial COFADE, se encontrarían en lo grupos A4 y B, respectivamente. Esto señala a un riesgo-país en límite de los países con bajo riesgo, y un clima empresarial dentro del segundo grupo de países. Esto se viene explicando a lo largo de los factores políticos y económicos.

Por último, este estudio se basa en el proyecto Doing Business del Banco Mundial clasificando la economía china entre 189 economías (siendo 1 la mejor clasificación y 189 la peor) en términos de: facilidad para hacer negocios, obtención de crédito, pago de impuestos, y apertura de una empresa.

Tabla 21: Clasificación de India

	2016	2015
Clasificación facilidad para hacer negocios	130	134
Clasificación para la obtención de crédito	42	36
Clasificación pago de impuestos	157	156
Clasificación apertura de una empresa	155	164

Fuente: Elaboración propia

Según el Doing business del Banco Mundial, India ocupa el puesto 130 en 2016, por lo que supone todavía un mercado difícil de abordar, aunque ha mejorado su posición en el último año. En cuanto al pago de impuestos y la apertura de una empresa se encuentran en posiciones bajistas, aunque ésta última ha mejorado en posiciones considerablemente en el último año. En el caso de la clasificación para la obtención de crédito, se encontraría dentro de los países con facilidad moderada.

No obstante, en el último año se han llevado a cabo reformas para descongestionar la economía, eliminar restricciones estructurales y promover la creación de empresas a través de *Make in India*. Todo esto se ha llevado a través de: transferencia de beneficios directos con el fin de mejorar la ejecución de programas de desarrollo, fomentar el ahorro, liberalizar la política de inversión directa en algunos sectores, y fomentar los vínculos financieros, entre otras cosas. Se han aprobado también algunas iniciativas como *Start-up India*.

Todo ello ha dado lugar a una mejora en el entorno empresarial, lo que ha ayudado a que se cree una mayor confianza entre los inversores.

Según el informe del Economic Survey 2014-15 de la India los principales retos son:

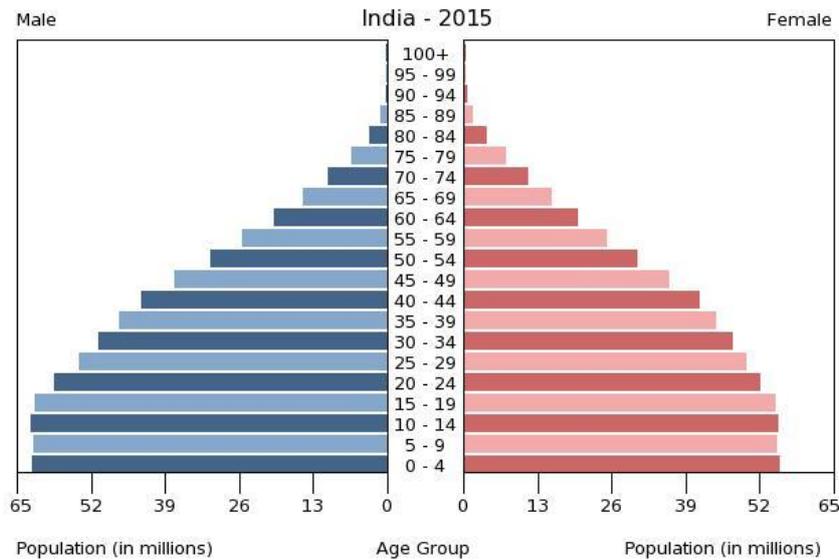
- Reformar la política de subvenciones para los más desfavorecidos;
- Reformar el sistema educativo y financiero;
- Introducción, previsiblemente para 2017, de un único impuesto indirecto GST;
- Mejorar el marco jurídico que haga posible el desarrollo de las infraestructuras básicas, imprescindibles para un desarrollo económico inclusivo haciendo especial hincapié en las infraestructuras de transporte, energía, agua potable y saneamiento.
- Reducir la dependencia de las inversiones privadas y fomentar las públicas.

C) Factores demográficos y sociales

La República de la India se ubica en el séptimo lugar de los países más extensos del mundo con una **superficie** de 3,3 millones de km². Con un total de 1.251.695.584 habitantes, es el segundo país más poblado del mundo, después de la República de China.

La India presenta la siguiente **pirámide poblacional**:

Gráfico 9: Pirámide poblacional de India



Fuente: CIA (2015)

El modelo que presenta la pirámide poblacional es progresivo, es decir, presenta una base ancha frente a los escalones superiores que poco a poco van siendo menores. Esto indica que en el país existe una natalidad alta y una mortalidad alta y progresiva según la edad. Además indica que la población es joven, y por tanto, con perspectivas de crecimiento.

Este es el principal problema demográfico que debe afrontar la India, su alta tasa de natalidad y mortalidad, junto con la pobreza de la población.

Esto se puede observar a través de la **estructura por edades** de la población:

- La población entre 0 y 14 años representa un 28.09% del total
- La población entre 15 y 24 años representa un 18.06% del total
- La población entre 25 y 54 años representa un 40.74% del total
- La población entre 55 y 64 años representa un 7.16% del total
- La población con más de 65 años representa un 5.95% del total

Con esto podemos observar como casi la mitad de la población es menor de 25 años (46,15% de la población), lo que es un claro indicio de que el país seguirá creciendo en los siguientes años.

La **tasa de natalidad** que presenta La India es de 19,55 nacidos por cada mil habitantes, así mismo el **índice de fecundidad** también es alto, siendo de 2,48 nacidos por mujer. Como consecuencia de estas altas tasas, el **crecimiento promedio** de la población fue de 1,22% en 2015, situándose en la posición 98 del ranking mundial. Aunque existan cifras altas en este ámbito, existe un control en la demografía de 3,2 niños por mujer. Sin embargo, la población sigue creciendo.

En cuanto a la **esperanza de vida**, ésta se sitúa en el puesto número 163 de 224 países en el ranking mundial, siendo ésta de 68,13 años sin diferencia de sexos (66,97 años para los hombres; y 69,42 años para las mujeres). No obstante, cada año va mejorando gracias al desarrollo que está experimentando el país.

Así mismo, la **tasa de mortalidad** es de 7,32 muertes por cada mil habitantes. Algunos estudios apuntan que una tasa de mortalidad por debajo de 15 muertes por mil habitantes se considera baja, no obstante en la India esta cifra representa un problema grave.

En términos de **tendencias de migración**, el ratio neto de migración es de -0,04 migrantes por cada mil habitantes, lo que quiere decir que existe un número mayor de emigrantes que inmigrantes, aunque el ratio es muy bajo.

La mayoría de la población se concentra en las zonas rurales (el 70% de la población), aunque parece que está apareciendo un movimiento de esta población hacia las zonas urbanas en busca de nuevas oportunidades. Las zonas más pobladas son Utar Pradesh, Bihar, Madhya Pradesh y Rajastán. Sólo estas zonas representan el 40% del total de la población, y son las que presentan un mayor ritmo de crecimiento. Esto supone un desequilibrio regional.

En cuanto a la **diferencia de la población entre sexos**, existe un número mayor de hombres (51,90%) que de mujeres (48,1%). Esto se debe básicamente a diversos factores sociales, donde la mujer tiene la posición más desfavorecida y baja respecto al hombre, con menor independencia económica y menor poder de decisión sobre los hijos que desea tener. Esto se puede observar a través del ratio de sexos:

- Nacimientos: 1,12 varones nacidos por cada hembra nacida
- Desde 0 a 14 años: 1,13 varones por cada hembra
- Desde 15 a 24 años: 1,13 varones por cada hembra
- Desde 25 a 54 años: 1,06 varones por cada hembra
- Desde 55 a 64 años: 1,01 varones por cada hembra
- 65 años o más: 0,90 varones por cada hembra

En cuanto a los **factores sociales**, el idioma oficial de La India es el hindi (hablado por el 41% de la población). Además, la Constitución de la República de la India reconoce un número total de **17 idiomas oficiales**, entre los se encuentran: inglés (el más importante, asociado a asuntos administrativos), francés, el bengalí, el télugu, el marathi, el támil, el urdu, el malabar, el canarés, el oriya, el panyabí, el asamés, el hindi, el sánscrito, entre otros. No obstante, los más extendidos son 6 de ellos: el bengalí, el támil, el télegu, el marathi, el urdu, y el guyaratí.

No obstante, aunque existen 17 idiomas oficiales, son más de 2000 idiomas o dialectos en total los hablados por todo el país.

En cuanto al factor de **la religión**, en India conviven diferentes religiones como el hinduismo (79,8%), el islamismo (14,2%), el cristianismo (2,3%), y los sijs (1,7%). Otras religiones también importantes en el país son el budismo, el jainismo y el parsis.

La coexistencia de creencias minoritarias con la fe mayoritaria del hinduismo no ha sido siempre pacífica; las tensiones entre los hindúes y los musulmanes, y entre los hindúes y los

sijis (a menudo animadas por motivos diferentes a los religiosos) han dado lugar a numerosos y cruentos conflictos.

Unas de las características sociales de la India es su diversidad étnica donde puedes encontrar: los drávidas, los mongoloides, los negros, los arios, los australoides proto, y los brachycephals occidentales.

En el ámbito de la **educación**, el nivel de alfabetización no llega al 50%, lo que supone un problema grave para la evolución del país. A pesar del esfuerzo del gobierno por frenar esta situación, los resultados no han sido los esperados.

La india debe enfrentar diversos problemas graves como los problemas de nutrición en niños, la pobreza como rasgo característico del país, y la pésima accesibilidad de la población a servicios básicos como sanidad y educación.

8.3.2. Marco sector

A) Delimitación arancelaria

La política arancelarias y de importaciones de India se ha liberalizado en los últimos años. Este proceso ha configurado de forma lenta desde 1990, y aunque se ha conseguido una notable apertura, actualmente siguen existiendo barreras al comercio internacional.

No obstante, no existen barreras arancelarias y no arancelarias para la actividad de BE ROOMERS, S.L. en este país.

B) Estadísticas del sector

India es uno de los países con mayor exportación de estudiantes del mundo, después de China. El número de **estudiantes entrantes** es de 34.419; mientras que el número de **estudiantes salientes** es de 181.872, es decir, más de 5 veces los estudiantes que llegan al país a estudiar desde otros países.

Los 10 **países de destino** de los estudiantes de movilidad de La India más importantes son:

- Estados Unidos; al que llegan 92.597 estudiantes
- Reino Unido; al que llegan 22.155 estudiantes
- Australia; al que llegan 16.150 estudiantes
- Canadá; al que llegan 9.582 estudiantes

- Emiratos Árabes; al que llegan 9.273 estudiantes
- Nueva Zelanda; al que llegan 6.845 estudiantes
- Alemania; al que llegan 5.645 estudiantes
- Ucrania; al que llegan 3.587 estudiantes
- Francia; al que llegan 1.828 estudiantes
- Arabia Saudí; al que llegan 1.817 estudiantes

Los 10 **países de origen** de los estudiantes de movilidad que llegan a La India más importantes son:

- Nepal; del que provienen 6.983 estudiantes
- Bután; del que provienen 2.362 estudiantes
- Afganistán; del que provienen 2.330 estudiantes
- Irán (República Islámica); del que provienen 2.109 estudiantes
- Malasia; del que provienen 1.874 estudiantes
- Iraq; del que provienen 1.747 estudiantes
- Rwanda; del que provienen 1.026 estudiantes
- Sri Lanka; del que provienen 991 estudiantes
- Estados Unidos; del que provienen 849 estudiantes
- Emiratos Árabes; del que provienen 805 estudiantes

La India cuenta con 322 instituciones de enseñanza superior. El reconocimiento de estas instituciones se debe a la potencia mundial en la enseñanza y desarrollo en ingenierías, y en ciencias médicas y farmacéuticas. Poseen una gran cantidad de recursos en materia de investigación.

Según The Times Higher Education World Universities Ranking, las universidades del país se encuentran en posiciones muy alejadas de las mejores del mundo. No obstante, las universidades más destacadas son: Indian Institute of Science, Indian Institute of Technology Bombay, Indian Institute of Technology Delhi, Indian Institute of Technology Kharagpur, Indian Institute of Technology Madras, Indian Institute of Technology Guwahati, e Indian Institute of Technology Kanpur.

Como se ha señalado anteriormente, India junto China, es uno de los países con mayor número de egresados universitarios.

C) Situación del sector

En el caso de India, los estudiantes internacionales suelen escoger las residencias como opción para alojarse, debido a las facilidades que ofrecen las universidades. La mayoría de las residencias se encuentran en el campus, y además suelen ser masculinas o femeninas, raramente mixtas.

Las habitaciones suelen ser muy pequeñas (10 metros cuadrados aproximadamente) y normalmente están amuebladas. Los baños suelen ser compartidos.

Un atractivo de los estudiantes a la hora de elegir alojamiento es el reducido precio en comparación con otros países asiáticos, puesto que el precio del alquiler mensual no suele superar los 20 euros con gastos incluidos.

Un factor a tener en cuenta es el funcionamiento del alquiler privado de viviendas o habitaciones, donde los propietarios no suelen formalizar el alquiler hasta que no existe un documento firmado, y por tanto existe un riesgo a perder la oportunidad de alquilar un alojamiento si otra persona ofrece un precio superior y no existe ningún documento legal firmado.

Para eliminar esta amenaza, muchos acuden a agencias inmobiliarias a un coste mayor, pero con seguridad de que la transacción se va a realizar de forma correcta. Existen algunos portales que se dedican a nivel nacional al alquiler de alojamiento, principalmente en las ciudades más importantes.

8.4. Malasia

8.4.1. Marco país

A) Factores políticos

Malasia se independizó en el año 1957 después un largo periodo de disturbios políticos y sociales, actualmente existe una aparente estabilidad política, a diferencia de sus países vecinos. Esta aparente estabilidad ha impulsado al desarrollo económico, a pesar de que se trate de una economía emergente. Además, ha sido uno de los países de la región con mayor crecimiento, por detrás de Singapur. Esto se debe a dos razones esenciales: la integración del país en la economía global, y el crecimiento de la inversión extranjera en el país.

A partir de 2015 la situación política en Malasia ha experimentado unos episodios de fuerte inestabilidad, algo a lo que estaba poco acostumbrada la población. El escándalo político-financiero en torno al fondo de inversión estratégico 1MDB ha puesto al Primer Ministro Najib en el epicentro de la polémica política, saldada con la purga del gobierno y del UMNO de figuras contrarias a la gestión del escándalo.

Como consecuencia, el gobierno ha tomado pautas que desincentivan la apertura política y la liberalización interna, adoptando una dura postura ante los críticos y deterioro de las libertades y derechos fundamentales como es la libertad de expresión de la prensa.

Todos los partidos políticos están delimitados por la pertenencia a una comunidad étnica, siendo tres las presentes en el país (malayos, chinos e indios). Muchas voces piden redefinir el contrato político-social que rige la clase política y las preferencias no aceptadas por chinos e indios a favor de la población malaya.

Las principales críticas recibidas por Malasia proceden de los elevados aranceles en los productos finales de consumo y de la escasa apertura al exterior de su sector servicios, aunque el Gobierno está esforzándose para cambiar esta situación (en abril del 2009 se decidió liberalizar 27 subsectores de distintas ramas: sanidad, transporte, informática...).

La Administración del Estado de Malasia está fuertemente centralizada. No obstante, la administración del Estado se descompone en dos niveles; por un lado el Gobierno y Administración Federal, y por otro lado los Gobiernos de los 13 estados de la federación.

Todos los ámbitos relacionados con la planificación económica son competencia del gobierno y las agencias federales. Además, el gobierno central es el único gestor encargado de recaudar los impuestos directos, y en el caso de los impuestos sobre exportaciones depende del tipo de producto pueden ser recaudados por las administraciones locales, las cuales obtienen sus principales ingresos a través de las transferencias del Gobierno Federal y del cobro de derechos sobre gas y petróleo, o rentas de inversiones.

Malasia el miembro de diversos organismos, entre ellos se encuentra:

- Banco Mundial. Desde el año 2000 actúa como prestatario

- Fondo Monetario Internacional
- Organización Mundial del Comercio (OMC)
- Asociación de Naciones del Sudeste Asiático (ASEAN)
- Asia-Pacific Economic Cooperation (APEC)
- TransPacific Partnership (TPP)

Malasia tiene en vigor acuerdos comerciales con 61 países, APPRI con 64 países, convenios de doble imposición con 70 y acuerdos marco de cooperación con otros 77 países.

Además, mantiene Acuerdos de Libre Comercio con: Japón, Pakistán, China, Corea, Nueva Zelanda, Chile, India, Australia y Turquía; y es uno de los países firmantes del TransPacific Partnership que incluye a EE. UU, Chile, Perú, Australia, Nueva Zelanda, Brunei, Singapur, Canadá, México y Vietnam.

En cuanto a los acuerdos exteriores, las iniciativas más importantes son ASEAN, proceso de diálogo multisectorial a nivel de ministros y se apoya en sendos tratados de libre comercio.

El marco legal básico de cooperación entre la ASEAN y la UE es el Acuerdo de Cooperación, con acuerdos de cooperación y asociación con cada país (PCA, Partnership and Cooperation Agreement). Y a nivel regional en la reducción de las barreras arancelarias y no arancelarias dentro del marco de la TREATI (iniciativa para el comercio transregional UE-ASEAN). A finales de 2010 se aprobó el comienzo de las negociaciones para un Acuerdo de Libre Comercio entre la UE y Malasia.

Malasia mantiene una política comercial muy activa con una larga lista de países. Sabe combinar sus posiciones en cuanto a la apertura de algunos sectores en los que no tiene intereses defensivos, con posiciones proteccionistas poco disimuladas en las áreas de interés. En unos casos se reivindica con argumentos típicos como país emergente mientras que en otros tiene actitudes más propias de un país avanzado. Las prioridades parecen estar muy centradas en Asia y el Pacífico (incluso EE. UU.), y también se dirigen hacia el Medio Oriente.

Las relaciones bilaterales con España arrastran un déficit de conocimiento mutuo por la lejanía geográfica e histórica y los escasos esfuerzos de aproximación.

Tabla 22: Amenazas y oportunidades de los factores políticos de Malasia

AMENAZAS	OPORTUNIDADES
Posibles conflictos entre las comunidades étnicas en el ámbito político-social	Integración en la economía global
Escenario político inestable (corrupción)	Miembro de diversos organismos oficiales
Deterioro de las libertades y derechos fundamentales	Acuerdos Comerciales y de Libre Comercio con numerosos países
Poca apertura del sector servicios al exterior y falta de liberalización interna	Acuerdo de Libre Comercio con la UE en proceso de negociación
Elevados aranceles en productos finales	Política comercial activa
Escasa relación bilateral con España	Miembro de ASEAN

Fuente: Elaboración propia

B) Factores económicos

En primer lugar, se muestra el siguiente contenido con los principales indicadores económicos, con el fin de analizar la infraestructura económica de Malasia:

Tabla 23: Datos económicos de Malasia

OVERVIEW MALASIA	
Región	Asia Oriental y el Pacífico
Población	30.513.848
Categoría de ingreso	Alto medio
INB per cápita (US\$)	10,660\$
Previsión crecimiento PIB 2016 (%)	4,5
Crecimiento PIB 2015 (%)	4,7
Crecimiento PIB 2014 (%)	6
Consumo privado respecto al PIB (%)	54
Tasa de ahorro respecto al PIB (%)	28
Inflación	2.1%
Tasa de desempleo (%)	3,2
Tipo de interés	3,25
Deuda pública respecto del PIB (%)	54,5
Exportaciones (millones \$)	199.475
Importaciones (millones \$)	175.292
Saldo Balanza Comercial (millones \$)	24.183
Deuda externa (millones \$)	194.857
Reservas internacionales (millones \$)	104.629
Inversión extranjera directa recibida acumulada (millones \$)	9.231
Tipo de cambio MYR/\$	4.29 MYR/\$
Riesgo – país	A3

Malasia presenta una estructura económica típica de un país emergente con la meta de convertirse en un país desarrollado para 2020. La economía de Malasia ha pasado de ser una economía de renta baja suministrador de materias primas, a una economía de renta media alta con una diversificación de los sectores productivos y una fuerte orientación al sector exterior.

Aunque el país ha sido golpeado por diversos episodios de inestabilidad como la crisis del sudeste asiático de los años 90 y la recesión mundial de 2008, siempre ha sabido gestionarlo. En el caso de la recesión mundial, en 2010 Malasia ya crecía como economía de manera fuerte (7,2%), manteniéndose alrededor de un 5% en los años posteriores.

El INB per cápita en el año 2015 ha sido de 10.660\$, lo que hace que se aproxime a países de la región. Esta cifra ha experimentado una relevante mejora, en 2009 era de 7.312\$. El objetivo del gobierno es de 15.000\$ per cápita para 2020. Malasia se posiciona en el puesto 35º como **economía mundial**.

En cuanto a la **distribución de la renta**, el **índice Gini** se sitúa en 0,401 (últimos datos de 2014) según los datos oficiales del Departamento de Estadística, lo que supone una mejora en comparación con los años 70, el cual era de 0,5. Se trata de una distribución poco equitativa, incluso cuando se compara con regiones como Singapur o Tailandia. En el índice está implícito el factor de las diferencias existentes entre etnias, en concreto los malayos como menos favorecidos. También se ha de tener en cuenta las diferencias entre poblaciones rurales y urbanas. La zona oeste del país se encuentra por delante de la zona este.

En cuanto al **crecimiento de la economía** del país, en 2015 creció a un 4,7%, 1,3 puntos porcentuales por debajo del crecimiento experimentado en el año 2014. Esto puede deberse a una fase de desaceleración económica y al contexto macro internacional para las economías emergentes asiáticas.

Los motores del crecimiento fue la demanda interna, ante una contribución negativa de la demanda externa (0,3% del PIB). Esta contribución podría suponer un peligro para el país a pesar de su poca apertura al exterior.

La aportación de la demanda interna viene explicada por el aumento del **consumo interno**, que aunque ha sufrido una desaceleración (+6% en 2014; y +5,1% en 2015) ha sido igualmente alto (54% respecto al PIB). Debido a un consumo privado alto y una **tasa de ahorro privada** (28% respecto al PIB) relativamente baja respecto al consumo, ha significado en parte el motor de la economía de Malasia.

La explicación de la desaceleración experimentada en el crecimiento del consumo privado se debe principalmente al nuevo impuesto sobre el valor añadido (GST) impulsado en abril de 2015, sumado al efecto negativo de la inflación, y al aumento del coste de vida. No obstante, el consumo privado se ha visto influenciado de manera positiva por un aumento en los salarios públicos y una mayor facilidad en la obtención de crédito.

En cuanto a la **inflación**, a principios de 2015 cayó en picado situándose en un 0,1% (febrero 2015), pero esta fue incrementándose hasta llegar a finales de 2015 a 2,1%. Esta volatilidad se debe principalmente al ajuste de los precios mundiales del petróleo, de energías y de materias primas, que contrarrestaron los efectos de un ringgit débil, la introducción del GST y las políticas de precios inflacionistas dados a finales de 2015 (motivadas por el nuevo impuesto sobre el valor añadido GST). No obstante, algunos analistas apuntan la poca fiabilidad de las estadísticas de precios oficiales debido a que no recogen correctamente las variaciones de los precios.

En cuanto al empleo, la **tasa de desempleo** se situó en un 3,2% en 2015. La **población activa** es de 13,8 millones de personas, lo que supone un 45% de la población total aproximadamente. En la composición del empleo por sectores, la agricultura recoge gran parte de los empleos (plantaciones de aceite de palma y caucho), así como la industria electrónica y el sector servicios.

El gobierno ha detectado la necesidad de aumentar el nivel de formación de la población, así como atraer talento foráneo del país (tanto los actuales como los que tuvieron que emigrar en busca de oportunidades), y el aumento de los salarios. En cuanto a los salarios, se ha anunciado que a partir de julio de 2016 entrará en vigor un salario mínimo de 1.000 MYR para la península de Malasia, y de 920 MYR para Borneo que afectará a todos los sectores excepto el de servicio doméstico.

En el sistema financiero de Malasia no ha habido problemas de liquidez ni de solvencia. El Banco Central (Bank Negara) bajó el **tipo de interés** hasta un 2% con el fin de gestionar la crisis mundial. Más tarde, tras la reactivación subió hasta 3,25% en 2015. También gestionó los flujos de capital y los tipos de cambio, flexibilizando algunas transacciones exteriores.

La **deuda pública** se sitúa en torno al 54,5% respecto al PIB. Tras una revisión del presupuesto, el déficit fue de 3,2% del PIB, tal y como marcó el objetivo para 2015.

Las **exportaciones** han experimentado una desaceleración debido a un contexto de debilitamiento de precios internacionales de petróleo y gas, así como una caída de la demanda de los productos principales producidos en el país, el aceite de palma y el caucho. Así mismo, cabe señalar que en el caso de las industrias orientadas al sector exterior, como el de productos electrónicos compensaron esta caída con un crecimiento del 8,5% en 2015. En el caso de las **importaciones** apenas variaron en el último año (un 0,4%). En términos sectoriales, los equipos electrónicos suponen un 37,4% de las exportaciones totales, y las materias primas un 32%. Con este resultado, se obtiene un **saldo de la balanza comercial** positivo.

La **deuda externa** en 2015 fue de 194.857 millones de dólares lo que supone un 56,8% del PIB del país. Dado su perfil de largo plazo, en principio no sería una cifra preocupante, debido a unas **reservas internacionales** de 104.629 millones de dólares. No obstante, se debe tener en cuenta la volatilidad cambiaria y la salida neta de capitales propiciada por la misma, además de la disminución de las reservas desde 2014 (115.930 millones de dólares)

En cuanto a la **inversión extranjera directa recibida** es de 9.231 millones de dólares, la cual ha ido disminuyendo desde el año 2013 que se situaba en 11.587 millones de dólares.

En el caso del **tipo de cambio**, el ringgit malasio (MYR) no se puede convertir plenamente y está intervenido por el Banco Central. Además ha sido la moneda asiática más afectada por la volatilidad cambiaria experimentada durante el año 2015. Esta volatilidad se debe principalmente al anuncio del *tapering*¹² y la retirada gradual de los estímulos monetarios de la FED. No obstante, éste se situaba en un 4,29 ringgit por dólar en 2015.

En el caso del **riesgo-país** y el **clima empresarial**, éstos se sitúan en el grupo A3 según la clasificación del instituto oficial COFADE. Esto sitúa al país dentro del primer grupo de países con menor riesgo-país y mejor clima empresarial, aunque se encuentra en el límite.

Por último, este estudio se basa en el proyecto Doing Business del Banco Mundial clasificando la economía china entre 189 economías (siendo 1 la mejor clasificación y 189 la peor) en términos de: facilidad para hacer negocios, obtención de crédito, pago de impuestos, y apertura de una empresa.

Tabla 24: Clasificación de Malasia

	2016	2015
Clasificación facilidad para hacer negocios	18	17
Clasificación para la obtención de crédito	28	24
Clasificación pago de impuestos	31	32
Clasificación apertura de una empresa	14	12

Fuente: Elaboración propia a partir del proyecto Doing Business (Banco Mundial)

Como se ha señalado anteriormente, el escenario económico en Malasia se ha convertido en una oportunidad para nuevas empresas que quieran implementarse en la zona asiática, como bien señala la clasificación en cuanto a apertura de una empresa y la facilidad para hacer negocios. Sin embargo, en cuanto a la clasificación para obtener crédito aunque se ubica con en buena posición entre los países, es una de las dificultades del país, así como el pago de impuestos.

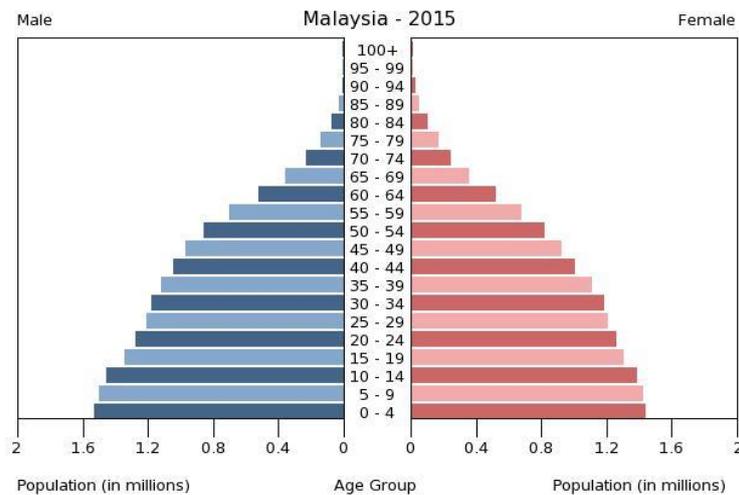
C) Factores demográficos y sociales

Malasia cuenta con 30.513.848 de habitantes ubicados en una **superficie** de 329.847 km² dividida en dos regiones por el mar de la China Meridional. Se encuentra en el puesto 43 del ranking mundial en cuanto a población.

Malasia presenta la siguiente **pirámide poblacional**:

¹² Es la reducción progresiva en la compra de bonos de deuda pública en la economía norteamericana de manera escalonada.

Gráfico 10: Pirámide poblacional de Malasia



Fuente: CIA (2015)

La pirámide de población de Malasia presenta una estructura progresiva, es decir, la base de la misma es mayor que el resto de escalones de edad. Este modelo se caracteriza por una alta tasa de natalidad y de mortalidad, así como una población joven, lo que señala posibilidades de crecimiento y desarrollo del país.

Esto se puede observar a través de la **estructura por edades**:

- La población entre 0 y 14 años representa un 28.49% del total
- La población entre 15 y 24 años representa un 16.91% del total
- La población entre 25 y 54 años representa un 41.12% del total
- La población entre 55 y 64 años representa un 7.84% del total
- La población con más de 65 años representa un 5.65% del total

Malasia presenta una demografía muy similar a la de La India, donde el 45,4% de la población es menor de 25 años.

La **tasa de natalidad** de Malasia es 19,71 nacidos por cada mil habitantes, y la **tasa de fecundidad** es de 2,55 nacidos por mujer. Esto indica una natalidad muy alta característica de una población con modelo progresivo. Así mismo, el **crecimiento promedio** de la población es 1,44%.

La **esperanza de vida** es de 74,75 años para toda la población; y 71,97 años para los hombres, y 77,73 años para las mujeres.

La **tasa de mortalidad** se sitúa en 13,27 muertes por cada mil habitantes. Así pues, rozaría el límite para estar entre una mortalidad baja y una mortalidad media (por encima de 15 muertes cada mil habitantes).

Debido a razones de desarrollo económico, los datos demográficos de Malasia no son característicos al 100% a una economía subdesarrollada. Comienza a apreciarse un descenso tanto de la natalidad como de la mortalidad típica de los países desarrollados, así como la esperanza de vida. Por ello, podríamos decir que Malasia se encuentra en un proceso de transición demográfica propia de un país desarrollado.

En cuanto a la **tendencia de migración**, el ratio de migración neto es de -0.33 migrantes por cada mil habitantes. Esto significa que existe un mayor movimiento de emigrantes. Esto se debe a que Malasia es un país en proceso de desarrollo, y por tanto, exportador de emigrantes.

En el caso del **desequilibrio de géneros**, el porcentaje de hombres es 50,71% de la población total, y 49,29% en el caso de las mujeres; siendo 1,03 varones por cada mujer de la población total. Esto se puede ver por grupo de edades:

- Nacimientos: 1,07 varones nacidos por cada hembra nacida
- Desde 0 a 14 años: 1,06 varones por cada hembra
- Desde 15 a 24 años: 1,03 varones por cada hembra
- Desde 25 a 54 años: 1,03 varones por cada hembra
- Desde 55 a 64 años: 1,03 varones por cada hembra
- 65 años o más: 0,90 varones por cada hembra

Esta tendencia es característica en economías emergentes, donde el papel de la mujer está en proceso de modernizarse con la incorporación al trabajo, la tardanza de maternidad, y la existencia de métodos anticonceptivos.

En cuanto a los **factores sociales**, el **idioma oficial** de Malasia es el bahasa malaisia, aunque también se hablan otras lenguas como el chino, el inglés o el tamil.

En el caso de **la religión**, Malasia es una sociedad en la que conviven varias religiones, aunque el Islam es la religión oficial. Esto se puede ver a través de la siguientes cifras: el 60,4% practica el islam, el 19,2% el budismo, el 9,1% el cristianismo, el 6,3% el hinduismo, y el 2,6% la religión tradicional china.

Debido a la convivencia de tres grupos étnicos principalmente, el 100% de los malayos según la Constitución son musulmanes, los chinos son budistas en su gran mayoría (75,9%), y los indios siguen el hinduismo (84,5%). No obstante, la Constitución reconoce la libertad de culto.

En términos de **educación**, El Gobierno de Malasia ofrece educación gratuita en el nivel primario y secundario. La educación primaria y secundaria está regulada por el Ministerio de Educación, mientras que la educación superior está bajo la supervisión del Ministerio de Educación Superior. El 93,1% es el nivel de alfabetización de la población de Malasia.

8.4.2. Marco sector

A) Delimitación arancelaria

No existen barreras arancelarias y no arancelarias para la actividad de la empresa BE ROOMERS, S.L. No obstante, cabe señalar que los aspectos fiscales del comercio exterior de Malasia se recogen en las leyes de impuestos especiales *Excise Act*, *Service Tax* y *Service Tax Act*.

Algunos aspectos a destacar en este ámbito son:

- Como miembro de la Organización Mundial del Comercio (OMC) Malasia aplica el Sistema Armonizado de Clasificación Arancelaria (SITC).
- Malasia concede acceso preferencial a China, Japón, Pakistán, Corea del Sur, Chile, Nueva Zelanda, India, Australia, y otros países de la ASEAN con los que mantienen Acuerdos de Libre Comercio bilaterales preferenciales.

B) Estadísticas del sector

En el caso de la balanza entre el número de **estudiantes entrantes** y **estudiantes salientes**, no existe una diferencia notable, siendo 40.471 estudiantes y 56.260 estudiantes, respectivamente.

Los 10 **países de destino** de los estudiantes de movilidad de Malasia más importantes son:

- Australia; al que llegan 15.546 estudiantes
- Reino Unido; al que llegan 13.322 estudiantes
- Estados Unidos; al que llegan 6.499 estudiantes
- Egipto; al que llegan 4.821 estudiantes
- Jordania; al que llegan 2.027 estudiantes
- India; al que llegan 1.874 estudiantes
- Nueva Zelanda; al que llegan 1.655 estudiantes
- Irlanda; al que llegan 1.258 estudiantes
- Francia; al que llegan 978 estudiantes

Los 10 **países de origen** de los estudiantes de movilidad que llegan a Malasia más importantes son:

- China; del que provienen 4.278 estudiantes
- Indonesia; del que provienen 3.754 estudiantes
- Irán (República Islámica); del que provienen 3.424 estudiantes
- Nigeria; del que provienen 2.669 estudiantes

- Yemen; del que provienen 1.945 estudiantes
- Pakistán; del que provienen 1.773 estudiantes
- Sri Lanka; del que provienen 1.218 estudiantes
- Bangladés; del que provienen 1.178 estudiantes
- India; del que provienen 1.126 estudiantes
- Botsuana; del que provienen 1.111 estudiantes

En Malasia existen 165 **universidades** repartidas por todo el país. Según The Times Higher Education World Ranking 2016, las universidades **más importantes** del país son: Universiti Teknologi Malaysia, Universiti Kebangsaan Malaysia, Universiti Putra Malaysia, Universiti Sains Malaysia, y Universiti Teknologi MARA. Muchas universidades de renombre internacional están llevando sus universidades al país, con el objetivo de que estudiantes tanto nacionales como internacionales pueden estudiar a un coste menor.

Malasia es uno de los pioneros en el desarrollo de programas educativos transnacionales, y muy competitivo en precio, las tasas de matrícula son mucho más baratas en comparación con otros países Estados Unidos, Australia, o Reino Unido.

C) Situación del sector

El mercado de alojamiento para estudiantes en Malasia es muy parecido al resto de países de Asia. Muchos de sus estudiantes se establecen en el campus de la universidad, aunque cada vez es mayor la preferencia de vivir fuera de las residencias.

En Malasia es fácil conseguir alojamiento tanto dentro del campus como fuera de él a precios razonables. Se puede encontrar apartamentos universitarios, anexos de casas y condominios totalmente equipados. Los precios se adaptan a un presupuesto medio de cualquier estudiante, y además suelen encontrarse cerca de las instituciones universitarias.

El coste de vida en Malasia es relativamente bajo si lo comparamos con otros países. Por ejemplo, el coste de vida en Sídney (Australia) es 42% superior al coste de vida en Kuala Lumpur (Malasia). El coste de vida anual para un estudiante internacional podría situarse en 2.632 dólares anuales aproximadamente.

Estudiantes de todo el mundo se desplazan hasta Malasia por la facilidad de adaptación y la posibilidad de establecerse fácilmente. Muchos de los campus de Malasia tienen un ambiente verdaderamente internacional. Las 3 principales naciones presente son Malasia, China e India, así como otros grupos, y junto con el 20% de la población de todas partes del mundo.

Existen varios portales webs que ofrecen actualmente varios tipos de alojamiento en el mercado privado de Malasia.

8.5. Singapur

8.5.1. Marco país

A) Factores políticos

Singapur después de colonia británica, se independizó en el año 1965 y desde entonces la política ha sido desarrollada por el Partido de Acción Popular (PAP) y su fundador Lee Kuan Yew.

Singapur es una República Parlamentaria con una Constitución inspirada en el parlamentarismo inglés, que fija las funciones y atribuciones de los tres poderes legislativo, ejecutivo y judicial. Sin embargo, su sistema de gobierno se asemeja más al autoritarismo que a una democracia multipartidista.

A nivel internacional, Singapur no acepta la competencia del Tribunal Internacional de Justicia para las materias previstas en su Estatuto. Hay una única Administración Central, es decir, no hay administraciones locales o regionales.

Los mecanismos de salvaguarda de Singapur en los procesos electorales y el sistema judicial no son suficientes, puesto que cada gobierno y/o partido tiende a asimilar su ideología y su ejecutoria con las del Estado. Existe una censura en los medios de comunicación tanto a nivel nacional como en las publicaciones extranjeras. No obstante, se trata de un Estado fuerte basado en un consenso sistemático que aúna voluntades y moviliza a la población hacia los objetivos fijados por el poder ejecutivo.

En el presupuesto de los años 2014, 2015 y 2016 se ha aumentado el gasto social, aunque como contrapartida se ha elevado ciertas cargas impositivas como en el alcohol, el tabaco, y en el juego, pero sin incrementar los impuestos directos (impuesto sobre las sociedades y la renta) y los impuestos indirectos (impuesto general sobre venta de bienes y servicios).

En marzo 2015 falleció el patriarca de Singapur Lee Kuan Yew, pero el Primer Ministro su hijo Lee Hsien Loong, se presentó a las elecciones parlamentarias que se celebraron en septiembre de 2015 y las ganó con un 70% de los votos.

El Gobierno de Singapur se ha caracterizado siempre por la rapidez de actuación en temas económicos, lo que le ha permitido afrontar diversas crisis con relativa facilidad y éxito. Además, no parece previsible un cambio político que modifique el status actual de un *cuasi* partido único que lidera económicamente y políticamente el país a la manera de un gobierno ilustrado preocupado en considerarse por el bienestar económico de sus ciudadanos.

Singapur es un país muy abierto al exterior. Esto se puede ver a través de: las exportaciones (superan al PIB) y la demanda externa (supone un 25% del gasto en producto interior bruto en el país). Ello le hace desarrollar unas relaciones exteriores, tanto bilaterales como multilaterales, en las que busca esa libertad de comercio e inversión en las que se basa esencialmente.

Singapur, entre otros es miembro de:

- Organización Mundial del Comercio (OMC)
- Organización de Naciones del Sudeste Asiático (ASEAN)
- Asociación Económica Estratégica Trans-Pacífico TPP

Singapur tiene Acuerdos de Libre Comercio con China (el primer acuerdo de este tipo que China ha firmado con un país asiático), Estados Unidos (además del Acuerdo Marco Estratégico), India, Nueva Zelanda, la EFTA, Australia, Reino Unido, Jordania, Japón, Corea del Sur, Panamá, Perú, Costa Rica y el Consejo de Cooperación del Golfo. Actualmente se encuentra en negociaciones con Canadá, México, Pakistán y Ucrania.

Japón es el 8º socio comercial de Singapur en 2013, con un comercio bilateral que supone alrededor del 6% del total del comercio exterior de Singapur. La firma del Acuerdo Económico para una nueva era de colaboración entre Japón y Singapur supuso el inicio de un nuevo ciclo de relaciones bilaterales.

En cuanto a las relaciones bilaterales entre Singapur y la Unión Europea, las negociaciones del Acuerdo de Libre Comercio se concluyeron en octubre de 2014. La entrada en vigor efectiva del Acuerdo podría tener lugar a mediados o finales del 2016. Singapur está muy interesado en que entre en vigor lo antes posible.

Las relaciones económicas y comerciales bilaterales discurren con normalidad, pero aún por debajo de su potencial por un cierto desconocimiento mutuo, falta de tradición, y distancia. En 2011 tuvo lugar la ratificación del Acuerdo de Doble Imposición con España.

Tabla 25: Amenazas y oportunidades de los factores políticos de Singapur

AMENAZAS	OPORTUNIDADES
No acepta la competencia del Tribunal Internacional de Justicia para algunas materias	Administración eficiente; Inexistencia de corrupción
Censura en los medios de comunicación	Buena relación con países vecinos
Falta de conocimiento, de tradición y distancia con España	Acuerdos de Libre Comercio con diversos países, y entrada de ALC en 2016 con la UE.
	Estabilidad política
	Miembro de diversos organismos oficiales

Fuente: Elaboración propia

B) Factores económicos

En primer lugar, se muestra el siguiente contenido con los principales indicadores económicos, con el fin de analizar la infraestructura económica de Singapur:

Tabla 26: Datos económicos de Singapur

OVERVIEW SINGAPUR	
Región	Asia Oriental y el Pacífico
Población	5.674.472
Categoría de ingreso	Alto
INB per cápita (US\$)	55,150\$
Previsión crecimiento PIB 2016 (%)	2
Crecimiento PIB 2015 (%)	2,2
Crecimiento PIB 2014 (%)	2,9
Consumo privado respecto al PIB (%)	38,8
Tasa de ahorro respecto al PIB (%)	46
Inflación	-0,5%
Tasa de desempleo (%)	1,9
Tipo de interés	5,4
Deuda pública respecto del PIB (%)	98,71
Exportaciones (millones \$)	312.223
Importaciones (millones \$)	267.307
Saldo Balanza Comercial (millones \$)	44.916
Deuda externa (millones \$)	0
Reservas internacionales (millones \$)	230.089
Inversión extranjera directa recibida acumulada (millones \$)*(datos 2013)	63.772
Tipo de cambio SGD/\$	1.38 SGD/\$
Riesgo – país	A1
Clima empresarial	A1

Fuente: Elaboración propia

El INB per cápita de Singapur en 2015 ha sido de 55,150\$. Singapur es un país rico con 50 años de historia, actualmente tiene un INB per cápita un 60% superior la media europea aproximadamente. Singapur se considera como la 9ª **potencia mundial**.

No obstante, el **índice Gini** apunta a una mayor desigualdad en la **distribución de la renta**, pasando de situarse en un 0,430 en el año 2000, a un 0,464 en 2014. Esto ha hecho que se cree en el escenario entre la población de disminución de la cohesión social y desafección respecto al sistema económico y político. No obstante, el Gobierno aplica transferencias sociales para reducir este efecto.

A pesar de esta sensación entre la población, el gobierno alcanzó el 70% de los votos en 2015.

En el año 2015, el **crecimiento de la economía** de Singapur fue del 2,2% frente a un 2,9% en 2014 y 4,4% en 2013; ha registrado su crecimiento más débil desde 2009. La desaceleración económica de China, el empeoramiento de las economías emergentes asiáticas, el crecimiento moderado de Estados Unidos y la Unión Europea, y la caída del precio del petróleo mundial, son las razones de la caída de la actividad económica del país.

Esta desaceleración del crecimiento también se observa a través del crecimiento de la demanda global, la cual creció en un 2%, frente a un 3,2% registrado en 2014. Dentro de ésta, la demanda externa ha sido la que más ha contribuido al crecimiento con un 1,8%, el decir, el 90% del incremento total registrado. Esto se debe a que Singapur tiene una economía orientada hacia el exterior, y depende mucho de sus exportaciones, particularmente de productos electrónicos, fármacos, y financieros; por lo que es muy vulnerable a los cambios en la demanda mundial. Así mismo, la desaceleración china y sus consecuencias han afectado de forma negativa a su economía. Singapur se considera como uno de los cuatro tigres asiáticos (junto con Hong Kong, Corea del Sur y Taiwán).

No obstante, el sector con mayor crecimiento respecto a 2014 ha sido el de servicios (3,4%), en concreto: el de comercio, el de finanzas y seguros, y el de comunicaciones.

La **tasa de ahorro** se sitúa en un 46%, mientras que la **tasa de consumo privado** se sitúa en un 38,8%. Que el consumo privado este por debajo de la tasa de ahorro puede considerarse en algunas ocasiones un peligro para la economía de un país, aunque en el caso de Singapur no resulta un hecho relevante debido al alto nivel de vida de sus habitantes. Además, la tasa de consumo privado ha crecido en un 4,46% respecto a 2014 (la cual creció sólo un 2,2% respecto a 2013).

En cuanto a **la inflación**, ésta se sitúa en un -0,5% en el año 2015, frente al 1% de 2014, y el 2,4% en 2013; esto se debe principalmente a la situación de China y a la caída generalizada del precio de petróleo.

En términos de empleo, la **tasa de desempleo** se sitúa en un 1,9%. A pesar de que la tasa de desempleo es baja, durante 2015 se han creado alrededor de 31.800 puestos de trabajo, frente a los 130.100 del año 2014. El sector que más empleo ha generado en el sector servicios, junto con el sector de la construcción, hecho que ha contrarrestado la disminución de empleo en el sector manufacturero. La **población activa** fue de 3.610.600 personas en 2015.

Un dato interesante son las medidas de restricción para la contratación de personas de otras nacionalidades implementadas por el Gobierno recientemente, con el fin de garantizar empleo para los nacionales y altos salarios. Este hecho junto con los problemas demográficos supondrá una contracción del mercado laboral en los próximos años, lo que podría amenazar al crecimiento económico del país.

El **tipo de interés** de referencia de 2015 fue de 5,4%. Singapur no utiliza los tipos de interés como política monetaria, sino utiliza más bien en la gestión del tipo de cambio.

La **deuda pública** respecto al PIB fue de 98,71% para el año 2015; 0,14 puntos porcentuales menos respecto al año 2014; y 3,41 puntos porcentuales menos respecto a 2013. La

clasificación del país a nivel mundial es (proporcionado del más alto al más bajo) el 17 de 181 países en total. Esto se debe a dos razones principalmente: por un lado a que su **deuda externa** es nula; y por otro lado, Singapur se endeuda para invertir, de tal forma que éstas deudas están respaldadas por activos. Además los beneficios que percibe de estos activos son más que suficientes para cubrir el servicio de la deuda adquirida.

En cuanto a las **exportaciones**, la cuota de mercado de las exportaciones electrónicas ha aumentado y están creciendo a buen ritmo nuevas industrias tales como la bioquímica y la farmacéutica. Sin embargo, éstas han caído en un 7,2% debido principalmente a la caída de las exportaciones de petróleo.

Los principales socios comerciales de Singapur son asiáticos los cuales representan el 74,16% de sus exportaciones. Entre ellos se encuentra China, Malasia, Hong Kong, Taiwán, Indonesia, Japón, Tailandia y Corea del Sur. Por otro lado, la Unión Europea y los Estados Unidos representan el 14,4% del valor de las exportaciones.

En el caso de las **importaciones**, cayeron en su conjunto un 12%, siendo relevante la caída de los productos no petroleros en más de un 40%. Ante unas exportaciones mayores a las importaciones, el **saldo de la balanza comercial** resultó positivo, siendo la causa del superávit de la cuenta corriente del país.

En cuanto a la **deuda externa**, Singapur no tiene deuda externa oficial del 1995.

Singapur tiene una de las mayores reservas internacionales per cápita. Las autoridades del país han defendido que los superávits de la cuenta corriente son a causa de una estrategia de acumulación de reservas como precaución ante posibles impactos adversos, así como recursos públicos para cubrir el envejecimiento de la población. Las reservas son gestionadas por la Autoridad Monetaria (MAS) y por los fondos soberanos GIC y Temasek.

Desde el año 1965 con la independización de Singapur, el país ha adoptado una posición de captación de inversión extranjera y apertura al exterior siguiendo la estrategia "*A First World Oasis in a Third World Region*", es decir, ha optado por mostrarse como un país seguro y estable, con seguridad en el marco jurídico con normas y políticas previsibles. Ello se ha reflejado en la **inversión extranjera directa recibida** con un valor de 63.772 millones de dólares (dato disponible de 2013). Además el Gobierno sigue comprometido con la atracción de capital extranjero con reducciones fiscales de carácter general e incentivos fiscales en sectores que incorporan alto valor añadido.

En cuanto al **tipo de cambio**, éste ha sido utilizado por el Gobierno para llevar a cabo políticas monetarias. El dólar de Singapur (SGD) se gestiona teniendo en cuenta una cesta de monedas de los principales socios comerciales y competidores, dándoles una ponderación según la relevancia. Con ello, la cotización del SGD puede fluctuar dentro de unos límites que no se publican. En el caso de que la fluctuación se salga fuera de la banda, la Monetary Authority of Singapore (MAS) interviene comprando o vendiendo SGD. En 2015, el tipo de cambio se situó en 1.38 SGD por dólar.

Según la clasificación del instituto oficial COFADE el riesgo-país y el clima empresarial se clasifican en el grupo A1, es decir, el más alto de todos. Esto se debe a que las empresas y las

banca tienen buenos niveles de rentabilidad y de capitalización, además de su seguridad jurídica alta; y la eficiente gestión del gobierno y la ausencia de corrupción como valor social. En general, el país cuenta con un buen nivel en servicios, transporte y telecomunicaciones.

Por último, este estudio se basa en el proyecto Doing Business del Banco Mundial clasificando la economía china entre 189 economías (siendo 1 la mejor clasificación y 189 la peor) en términos de: facilidad para hacer negocios, obtención de crédito, pago de impuestos, y apertura de una empresa.

Tabla 27: Clasificación de Singapur

	2016	2015
Clasificación facilidad para hacer negocios	1	1
Clasificación para la obtención de crédito	19	17
Clasificación pago de impuestos	5	5
Clasificación apertura de una empresa	10	6

Fuente: Elaboración propia a partir del proyecto Doing Business (Banco Mundial)

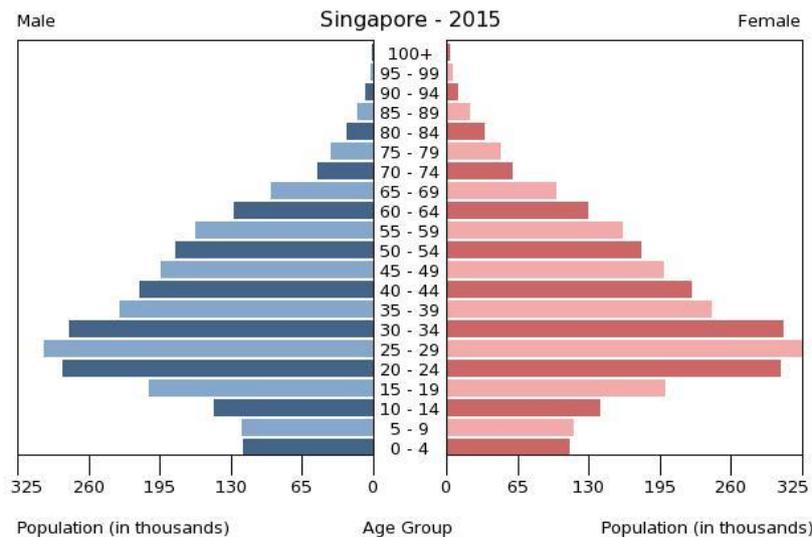
Como se puede observar a través de esta clasificación, Singapur es el mejor país en cuanto a la facilidad para hacer negocios. Así mismo, en el resto de clasificaciones se encuentra entre los primeros países, destacando ser uno de los países con menores pagos por impuestos (entre los cinco primeros). No obstante, en cuanto a la facilidad de apertura de una empresa, en el último año ha bajado algunas posiciones, aunque dentro de las primeras economías mundiales.

C) Factores demográficos y sociales

Singapur tiene una **superficie** de 717 km² con 193 km² en costas, es decir, es un país muy pequeño comparable a siete veces la ciudad de París. Este país está poblado por 5.674.472 de personas, uno de los países menos poblados del mundo pero con mayor densidad poblacional.

Singapur presenta la siguiente **pirámide poblacional**:

Gráfico 11: Pirámide poblacional de Singapur



Fuente: CIA (2015)

La presente pirámide poblacional presenta un modelo regresivo, es decir, la base de la pirámide es menos ancha que los siguientes escalones, debido a una baja tasa de natalidad, y el envejecimiento de la población.

Esto se puede observar a través de la **estructura por edades** de la población:

- La población entre 0 y 14 años representa un 13.14% del total
- La población entre 15 y 24 años representa un 17.43% del total
- La población entre 25 y 54 años representa un 50.39% del total
- La población entre 55 y 64 años representa un 10.16% del total
- La población con más de 65 años representa un 8.88% del total

Como se puede observar la mayoría de la población se concentra en los escalones intermedios de la pirámide. Esto se deriva de una baja **tasa de natalidad** de 8,27 nacidos por cada mil habitantes, y una **baja tasa de fecundidad** 0,81 nacidos por cada mujer. Así mismo, el **crecimiento promedio** de la población es de 1,89%. El hecho de que la tasa de fecundidad esté por debajo de la fecundidad de reemplazo (2,1 nacidos por mujer) puede suponer que la pirámide poblacional no sea estable.

La **esperanza de vida** es de 84,68 años (82,06 años lo hombres, y 87,5 años las mujeres), lo que supone una esperanza de vida relativamente alta, en comparación con otros países emergentes. Ésta está vinculada la **tasa de mortalidad** (3,43 muertes por cada mil habitantes). Cuanto mayor es la esperanza de vida, menor es la tasa de mortalidad.

La **tendencia de migración** es de 14,05 migrantes por cada mil habitantes, es decir, existe un mayor número de inmigrantes. Esta tendencia es cada vez mayor, debido principalmente al crecimiento de la economía sudcoreana, y las políticas del gobierno para atraer nuevas

empresas extranjeras al país. No obstante, el país ha aplicado una política migratoria restrictiva, sobre todo para trabajadores con poca cualificación.

En el caso del **desequilibrio de géneros**, el porcentaje de hombres es 48,98% de la población total, y 51,02% en el caso de las mujeres; siendo 0,96 varones por cada mujer de la población total. Esto se puede ver por grupo de edades:

- Nacimientos: 1,05 varones nacidos por cada hembra nacida
- Desde 0 a 14 años: 0,97 varones por cada hembra
- Desde 15 a 24 años: 0,95 varones por cada hembra
- Desde 25 a 54 años: 1 varones por cada hembra
- Desde 55 a 64 años: 0,83 varones por cada hembra
- 65 años o más: 0,83 varones por cada hembra

No existe ninguna evidencia clara por la que exista esta desigualdad de géneros en la población.

En cuanto a los **factores sociales**;

Singapur tiene cuatro **idiomas oficiales**: el inglés, el chino (mandarín), el bahasa y el tamil. Existe la obligación de que toda la población sea bilingüe, por un lado el inglés, y el otro idioma se escoge según el origen étnico de los progenitores. La mayoría de los habitantes (1,2 millones de personas) tienen como lengua materna el chino mandarín.

En el caso de **la religión**, el país realiza un censo cada 10 años para medir la religión y la etnia de sus habitantes, puesto que está muy ligada a la identidad étnica. La religión más practicada es el budismo (42% de la población); la segunda más practicada es el Islam (14,9% de la población); la tercera es el cristianismo (14,6% de la población; y la cuarta es el taoísmo (el 8% de la población). También se practican otras religiones como el hinduismo (4% de la población), y el judaísmo en menor proporción.

En cuanto al nivel de **educación**, el sistema sigue rasgos occidentales y es uno de los mejores del mundo. La lengua utilizada en la enseñanza es el inglés, y todos los ciudadanos están obligados a asistir a la escuela hasta el sexto nivel de educación primaria. La tasa de alfabetización es del 95,9% de toda la población.

Uno de los problemas que presenta el país es la no erradicación del trabajo infantil. Aunque la mayoría de niños y jóvenes están escolarizados, aún existe una pequeña parte de la población infantil trabajando a muy temprana edad. Una de las razones por el cual existe este problema se debe a que la edad mínima para trabajar es de 13 años.

8.5.2. Marco sector

A) Delimitación arancelaria

En Singapur no existen barreras arancelarias y no arancelarias para la empresa BE ROOMERS, S.L. No obstante cabe señalar el avance que se podría experimentar a finales de 2016 con la entrada en vigor del Acuerdo de Libre Comercio entre Singapur y la Unión Europea. Dentro de este acuerdo existen diversas mejoras, de las cuales podrían afectar a la actividad de la empresa en:

- Servicios: mejoras en servicios financieros, informáticos, telecomunicaciones, transportes, medio ambiente, y algunos servicios a organizaciones.
- Mejora de la protección en materia de propiedad intelectual respecto a la Organización Mundial del Comercio/TRIP.
- Acuerdo en Protección de Inversiones.

B) Estadísticas del sector

En Singapur son más los estudiantes que acuden al país que los que salen fuera al extranjero a cursar sus estudios. El número de **estudiantes entrantes** es de 48.938 estudiantes, mientras que el número de **estudiantes salientes** es de 22.578 estudiantes, es decir, casi la mitad.

Los 10 **países de destino** de los estudiantes de movilidad de Singapur más importantes son:

- Australia; al que llegan 9.124 estudiantes
- Reino Unido; al que llegan 5.946 estudiantes
- Estados Unidos; al que llegan 4.362 estudiantes
- Canadá; al que llegan 336 estudiantes
- Nueva Zelanda; al que llegan 266 estudiantes
- Egipto; al que llegan 252 estudiantes
- Alemania; al que llegan 236 estudiantes
- Irlanda; al que llegan 210 estudiantes
- Japón; al que llegan 209 estudiantes
- Suiza; al que llegan 135 estudiantes

En el caso de los 10 **países de origen** de los estudiantes de movilidad que llegan a Singapur más importantes, no existen datos oficiales publicados sobre el país que provienen los estudiantes internacionales.

La educación de Singapur se caracteriza por proveer educación de calidad globalmente reconocida, lo que supone una gran atracción para un número elevado de estudiantes internacionales. Las 10 universidades con mayor reconocimiento de Singapur son: National

University of Singapore (NUS), Nanyang Technological University (NTU), Singapore Management University (SMU), Singapore Institute of Management (SIM), Singapore University of Technology and Design, Melior International College, Cornell-Nanyang Institute of Hospitality Management, European Business School (EBS), Pioneer Junior College, y The Jewellery Design And Management International School. Estas universidades se encuentran en su mayoría entre las 100 primeras del mundo en el ranking mundial de The Higher Education World Ranking 2016. En concreto cabe destacar las dos primeras universidades, encontrándose en los puestos 26 y 55, respectivamente.

C) Situación del sector

El mercado del alojamiento en Singapur funciona de forma mayoritaria a través de agencias inmobiliarias y organizaciones. Si bien, existen muchas opciones para encontrar alojamiento, como las agencias “expats” (expatriados) que se centran principalmente en buscar alojamiento para extranjeros que van a pasar una temporada, como estudiantes.

No obstante, la mayoría de alumnos internacionales se deciden por los hogares subsidiados por el gobierno, proporcionados por la HDB: Housing & Development Board (la Junta de Vivienda y Desarrollo). Esta elección está motivada por las facilidades que ofrece en relación al transporte público, establecimientos comerciales, bancos, y otras facilidades; además del precio de alquiler, el cual ronda entre 400 SGD por una habitación y 3.000 SGD para un apartamento de 2 personas (entre 300 y 2.230 dólares estadounidenses, respectivamente).

Las universidades también ofrecen alojamiento, no sólo en las residencias del campus, sino en propiedades privadas concertadas con la universidad como edificios de apartamentos, por ejemplo. Las universidades que ofrecen residencias dentro del campus son la NUS (National University of Singapore) y la NTU (Nanyang Technology University). Normalmente el precio de alquiler en la residencia suele ser relativamente bajo, y ofrecen tanto habitaciones individuales como habitaciones de hasta 4 personas, e incluyen comodidades básicas como comidas, servicios de lavandería, TV y acceso a Internet.

En el caso del mercado privado el coste de vida en Singapur es relativamente bajo en comparación con las grandes ciudades occidentales. El coste de alojamiento puede variar significativamente dependiendo de la zona y las características/facilidad que se requieran. Aproximadamente, el alquiler mensual de una habitación puede variar entre 200 y 1500 dólares de Singapur (entre 150 y 1.150 dólares estadounidenses). La mejor forma de encontrar las ofertas disponibles es a través de portales web de anuncios clasificados, periódicos, y las carteras informativas de la universidad.

En Singapur existe una fuerte demanda en alojamiento, por lo que es importante lanzarse en su búsqueda con tiempo de antelación, pues el alojamiento disponible se ocupa muy rápidamente.



8.6. Japón

8.6.1. Marco país

A) Factores políticos

Japón es una monarquía constitucional con un Parlamento bicameral (Dieta o Kokai). El Jefe de Estado es el Emperador. Las elecciones generales se celebran cada cuatro años, y las elecciones de la Cámara Alta cada tres.

El partido que ha gestionado el gobierno del país desde el fin de la Segunda Guerra Mundial es el Partido Liberal Demócrata (PLD), un partido conservador centrista, exceptuando el periodo entre agosto de 1993 y enero de 1996, y en las elecciones de la Cámara Baja en 2009, en las cuáles ganó el Partido Democrático de Japón (PDJ), el cual se posiciona en el centroizquierda. Más tarde en las elecciones de 2012 dejó de obtener la mayoría absoluta, derivado del descontento de la población por la gestión de la crisis creada tras el gran maremoto, el terremoto y el gran accidente de la central nuclear de Fukushima el 11 de marzo de 2011.

Las siguientes elecciones se celebraron el 14 de diciembre de 2014 de forma anticipada debido a la publicación de los datos económicos oficiales del tercer trimestre del año, y como resultado la recesión en la que el país había entrado. No obstante, fue el Partido Liberal Demócrata (PLD) quien volvió a conseguir de nuevo la gran mayoría, y quien se encuentra en el gobierno actualmente.

Las administraciones públicas en Japón están compuestas por el Estado, 47 provincias, 941 pueblos y 1.728 ciudades. Las 47 provincias cuentan con administraciones locales, con sus parlamentos y gobiernos.

En cuanto a las relaciones políticas internacionales Japón forma parte de las principales estructuras multilaterales de cooperación internacional que componen el sistema. Aspira a convertirse en miembro permanente del Consejo de Seguridad de Naciones Unidas.

En el caso de la relación de Japón con Estados Unidos, existen los Acuerdos de Seguridad que mantienen desde la Segunda Guerra Mundial.

En el año 2015 se aprobó una nueva interpretación del artículo 9 de la Constitución japonesa, el cual regula la renuncia de su derecho de guerra a excepción del caso de autodefensa. La nueva interpretación establece el derecho de las Fuerzas de Autodefensa Japonesa a contraatacar si un aliado sufre un ataque.

En cuanto a la relación con los países vecinos, Asia Oriental ha surgido como un nuevo motor de crecimiento y desarrollo económico del mundo. Por ejemplo, China es el principal socio económico de Japón con el cual existe una relación mutuamente beneficiosa basada en intereses estratégicos comunes, principalmente en la dimensión económica y comercial. No obstante, existe un conflicto abierto a nivel territorial por el archipiélago de las islas

Senkaku/Diaoyu, y una preocupación por el incremento del gasto y la capacidad militar del Gobierno chino.

Con Rusia también mantiene diferencias territoriales sobre los territorios del norte. Las relaciones económicas y de inversión son sin embargo intensas y es posible una expansión en el terreno de los recursos energéticos y de recursos marinos.

En asuntos globales, se mantiene en una posición favorable en cuanto al pacífico, con la no proliferación nuclear, la libertad de navegación y la salvaguardia del libre comercio. En la crisis económica y financiera global, apoya las soluciones que preserven la libertad de comercio y de inversión, además de haber apoyado a los esfuerzos internacionales en la estabilización de la crisis de la deuda en Europa.

Japón forma parte de las principales organizaciones internacionales de ámbito económico financiero. Es miembro de la OCDE, del Club de Paris, la Organización Mundial del Comercio (OMC), del G-7, G-8 y G-20. Mantiene una participación destacada en el capital de las principales instituciones financieras internacionales, y es miembro de la ONU y de las instituciones y organismos internacionales asociados.

Mantiene un marcado enfoque económico en su actuación en el exterior, junto con la búsqueda de seguridad y de aprovisionamiento energético, y un fuerte vínculo económico y de seguridad con EEUU. Es miembro de Asia Pacific Economic Cooperation (APEC) y mantiene un diálogo institucionalizado con la Association of South East Asean Nations (ASEAN).

En los últimos años, su política comercial se ha centrado en extender la red de acuerdos de libre comercio tanto bilateral como multilateralmente, con socios estratégicamente importantes como con la Unión Europea (además del Acuerdo de Asociación Económica (EPA) y de un acuerdo vinculante que cubra los aspectos políticos, globales y de cooperación sectorial). En el caso de China y Corea del Sur se encuentran en fase de negociación; y en el caso de Australia se firmó en 2014.

Además se encuentran en vigor Acuerdos de Libre Comercio con: Singapur (2002), Malasia, (2006), Filipinas (2006), Tailandia (2007), Indonesia (2008), Brunei (2008) e India (2010), ASEAN (2008), Méjico (2005), Chile (2007), Suiza (2009), Perú (2011) y Mongolia (2015).

Las negociaciones de mayor trascendencia al margen de las que tiene con la UE, son las del Acuerdo de Asociación Transatlántico (TPP), finalizadas en 2015, en el que participan doce países: Singapur, Malasia, Vietnam, Brunei, Australia, Nueva Zelanda, EE.UU, Canadá, México, Perú, Chile, y Japón (que se unió a las negociaciones en julio de 2013).

La región del Asia-pacífico es de gran importancia estratégica para Japón, desde el punto de vista económico, y también político y de seguridad.

Las relaciones bilaterales entre España y Japón han mejorado durante los últimos años, tanto en el plano económico como comercial. No obstante, todavía existe margen para continuar intensificando los intercambios directos y la cooperación en terceros mercados.

En el marco del Año Dual de España con Japón, se intensificaron las actividades de promoción de productos españoles. Una vez clausurado en julio de 2014, han continuado reforzándose las

visitas institucionales y las iniciativas destinadas a promover las relaciones económicas y comerciales entre ambos países.

Tabla 28: Amenazas y oportunidades de los factores políticos de Japón

AMENAZAS	OPORTUNIDADES
Conflictos territoriales con China y Rusia	Ubicación ventajosa
Nueva interpretación del derecho de Autodefensa	Relaciones comerciales importantes con numerosos países
Inestabilidad gubernamental	Relaciones económicas y comerciales intensificadas con España
Problemas con el medio natural (consecuencias de la actividad sísmica)	Apertura al exterior intensa

Fuente: Elaboración propia

B) Factores económicos

En primer lugar, se muestra el siguiente contenido con los principales indicadores económicos, con el fin de analizar la infraestructura económica de Japón:

Tabla 29: Datos económicos de Japón

OVERVIEW JAPÓN	
Región	Asia Oriental y el Pacífico
Población	126.919.659
Categoría de ingreso	Alto
INB per cápita (US\$)	42,000\$
Previsión crecimiento PIB 2016 (%)	0,5
Crecimiento PIB 2015 (%)	0,47
Crecimiento PIB 2014 (%)	-0,03
Consumo privado respecto al PIB (%)	59,6
Tasa de ahorro respecto al PIB (%)	25,3
Inflación	0,5%
Tasa de desempleo (%)	3,3
Tipo de interés	0,07
Deuda pública respecto del PIB (%)	227,9
Exportaciones (millones \$)	625.000
Importaciones (millones \$)	648.000
Saldo Balanza Comercial (millones \$)	-23.000
Deuda externa (millones \$)	2.935.000
Reservas internacionales (millones \$)	1.233.000
Inversión extranjera directa recibida acumulada (millones \$)	9.069

*(2014)	
Tipo de cambio JPY/\$	121.1
Riesgo – país	A2
Clima empresarial	A1

Fuente: Elaboración propia

La estructura económica de Japón se caracteriza por ser dual, es decir, con grandes conglomerados de empresas multinacionales que controlan más del 50% del sector industrial y de servicios, con fuerte presencia en el exterior, y por otro lado, con una cifra alta de empresas medianas y pequeñas (la mayoría negocios familiares).

En 2012 el Gobierno puso en marcha la estrategia llamada “*Abenomics*”, una estrategia agresiva destinada a revertir el estancamiento de la economía y a convertir el país como el mejor país en el mundo para los negocios. En esta estrategia se establecieron tres objetivos principales con el objetivo de lograr un crecimiento real de la economía del 2%:

- Mantener el nivel de inflación sobre el 2%;
- Lograr una política fiscal flexible para alcanzar un equilibrio presupuestaria en 2020, utilizando estímulos fiscales si fuese necesario;
- Mejorar la tasa de crecimiento potencial con un paquete de reformas estructurales.

En 2015 se presentó el más reciente “*Abenomics 2.0.*”, en el cual se centra en lograr una economía fuerte, mejorar la tasa de natalidad y reforzar el sistema de la seguridad social.

La **distribución de la renta** es equiparable a la de los países de la OCDE, siendo el índice de Gini del país 0,321. Japón se encuentra por encima de España (0,358) y por debajo de Alemania (0,306). Japón es la tercera **potencia económica mundial**.

En cuanto a la **evolución del PIB**, el país ha experimentado un crecimiento del 0,47% en 2015, habiendo sido de -0,03% en 2014, según el World Economic Outlook de abril de 2016 del Fondo Monetario Internacional. La desaceleración sufrida en 2014 se debe en gran medida al incremento del tipo de impositivo sobre el consumo, que pasó de ser del 5% al 8% (está previsto que suba del 8% al 10% para 2017). Esto ocasionó que la **tasa de consumo privado** descendiera, así como la inversión empresarial y la demanda externa. Aun así, la tasa de consumo se mantuvo alta durante 2015 (59,6% respecto al PIB)

De acuerdo a la inflación, Japón sólo ha registrado una **tasa de inflación** negativa durante los últimos cinco años en 2011. No obstante, según el Ministerio de Finanzas de Japón, la tasa de inflación de pasó de ser de un 2,7% en 2014, a un 0,5% en 2015.

En el ámbito del **empleo**, Japón ha mantenido niveles inferiores a la media de los países avanzados. En los últimos años el desempleo ha disminuido, siendo de un 4,1% en 2012; 4% en 2013; 3,6% en 2014; y 3,3% en 2015. La tasa de desempleo total está muy cerca del pleno empleo.

Sin embargo, la tasa de paro de jóvenes entre 15 y 24 años ha aumentado, siendo del 5,8% para los hombres, y 4,2% para las mujeres (datos de 2016).

También se debe tener en consideración el funcionamiento del sistema empresarial y de relaciones laborales del país, el cual ha creado un sobre empleo en actividades de baja remuneración y de escaso valor añadido; en comparación con otros países desarrollados.

En esta dimensión, existe un factor social característico de las organizaciones y las relaciones sociales de Japón. De forma tradicional, existe una fidelidad duradera entre empleados y empleado, lo que favorece poco la movilidad laboral. Esto puede convertirse en una ventaja en periodos de crecimiento, y al mismo tiempo en un peligro en periodos de estancamiento de la economía y envejecimiento de la población. En la última recesión se han creado puestos de trabajo temporales que han dado lugar a una significativa dualidad en el mercado laboral.

Otra es la estrategia del gobierno para generar crecimiento económico a través del impulso a las mujeres al mercado laboral.

En cuanto a la **población activa** es de 65.302.348 personas (aproximadamente el 52% de la población), de las cuales el 3,07% trabaja en el sector de agricultura, el 26,3% en sector industrial, y el 70,9% en sector servicios.

El **tipo de interés de referencia** siempre se ha mantenido muy próximo a 0 y por debajo del 0,1%. A partir de 2013 y en los siguientes años, el Banco de Japón (BoJ) anunció la utilización de instrumentos de Quantitative Monetary Easing (QQE)¹³ para alcanzar una tasa de inflación por debajo del 2%. Actualmente se encuentra en el 0,07%.

A principios de 2016 el Banco de Japón (BoJ) introdujo tipos de interés negativos con un “*three-tier system*”, es decir, se aplicará a los nuevos depósitos un -0,1% en el banco central, y se dividirán los existentes en dos categorías que se retribuirán al 0,0%, y al 0,1% (Maco Add-on Balance y Basic Balance, respectivamente).

A pesar de que Japón tenga una **deuda pública** acumulada elevadísima, del 227,9% sobre su PIB (el más alto entre los países de la OCDE), la agencia Standard & Poor's califica su deuda pública a largo plazo como una deuda con perspectiva estable con una calificación de A+. No obstante, este dato supone un reto para el país.

En el caso de las **exportaciones** de mercancías, en 2015 aumentaron un 3,47% respecto 2014, mientras que las **importaciones** disminuyeron un 8,66%. A pesar de ello, el saldo de la **balanza comercio** ha sido negativo por quinto año consecutivo. No obstante el peso de las exportaciones de bienes y servicios sobre el PIB es relativamente bajo (15% aproximadamente). La balanza de servicios fue negativa en 2015, aunque mejoró en un 49,3%, respecto 2014.

Sus principales socios comerciales son: Estados Unidos, China, Corea del Sur, Taiwán y Hong Kong. En 2015 España ocupó la posición 30ª como país de destino de productos japoneses, y el 29ª como origen de sus importaciones.

¹³ Es una herramienta no convencional de política monetaria utilizada por algunos bancos centrales para aumentar la oferta de dinero, aumentando el exceso de reservas del sistema bancario, por lo general mediante la compra de bonos del propio Gobierno central para estabilizar o aumentar sus precios y con ello reducir las tasas de interés a largo plazo.

Japón es el cuarto importador mundial, con una cuota de importaciones del 4,48% en 2014 según datos de Naciones Unidas, por debajo de Estados Unidos (13,29%), China (10,79%) y Alemania (6,70%).

La **deuda externa** total de Japón asciende a 2.935.000 millones de dólares. Esta deuda está formada principalmente por sociedades captadoras de depósitos (excepto el Banco central), y por el Gobierno. Esto puede suponer un riesgo para el país puesto que la deuda a corto plazo supone el 79,2% de la deuda externa total, por lo que podría no ser capaz de hacer frente a ésta. No obstante, Japón está dotado de unas reservas internacionales de 1.233.200 millones de dólares, de las cuales el 95,6% son moneda extranjera. Japón y China son los países con mayor volumen de reservas del mundo.

Con respecto a la **inversión extranjera directa** recibida, en 2014 Estados Unidos era el principal país inversor en Japón. En 2014 se registró un aumento del 308% en la IDE, respecto el año 2013.

En el caso del **tipo de cambio**, la moneda japonesa, el yen, desde 2013 ha ido depreciando debido a la expansión monetaria llevada cabo gracias a la estrategia “*Abenomics*”. La devaluación del yen está aumentando los beneficios del país, aunque no implica un aumento de las exportaciones. En el año 2015, el tiempo de cambio era de 121.1 JPY por dólar.

Ante esta vista panorámica de la estructura económica del país, el instituto COFADE puntúa el **riesgo-país** de Japón en un A2, y **clima empresarial** en un A1.

Por último, este estudio se basa en el proyecto Doing Business del Banco Mundial clasificando la economía china entre 189 economías (siendo 1 la mejor clasificación y 189 la peor) en términos de: facilidad para hacer negocios, obtención de crédito, pago de impuestos, y apertura de una empresa.

Tabla 30: Clasificación de Singapur

	2016	2015
Clasificación facilidad para hacer negocios	34	30
Clasificación para la obtención de crédito	79	71
Clasificación pago de impuestos	121	120
Clasificación apertura de una empresa	81	77

Fuente: Elaboración propia a partir del proyecto Doing Business (Banco Mundial)

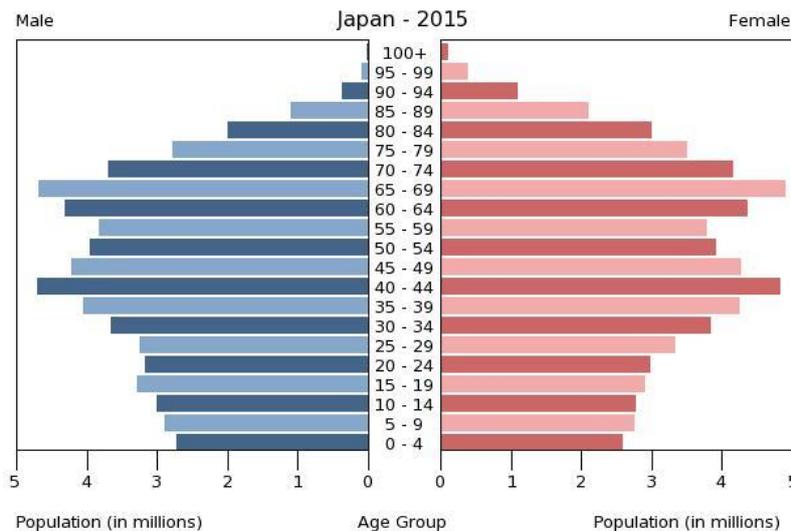
Como se puede observar, en los cuatro medidores Japón ha descendido en posiciones. No obstante en la facilidad para hacer negocios se mantiene en una posición favorable.

C) Factores sociales y demográficos

Japón es un archipiélago formado por 6.852 islas, de las cuales cuatro son las que están dotadas de una mayor **superficie**, 377.829 km² con. Este país está poblado por 126.919.659 de habitantes.

Japón presenta la siguiente **pirámide poblacional**:

Gráfico 12: Pirámide poblacional de Japón



Fuente: CIA (2015)

La presente pirámide poblacional presenta un modelo regresivo, con una base de la pirámide que indica una baja tasa de natalidad. Este modelo es propio de un país desarrollado.

Esto se puede observar a través de la **estructura por edades** de la población:

- La población entre 0 y 14 años representa un 13.11% del total
- La población entre 15 y 24 años representa un 9.68% del total
- La población entre 25 y 54 años representa un 37.87% del total
- La población entre 55 y 64 años representa un 12.76% del total
- La población con más de 65 años representa un 26.59% del total

Más del 50% de la población se concentra entre 25 y 64 años de edad. Japón presenta dos problemas demográficos: la tendencia a la disminución, envejecimiento de la población, y escasez de inmigrantes.

Tiene una baja **tasa de natalidad** es de 7,93 nacidos por cada mil habitantes, y una **tasa de fecundidad** de 1,4 nacidos por cada mujer. El hecho de que la tasa de fecundidad esté por

debajo de la fecundidad de reemplazo (2,1 nacidos por mujer) puede suponer que la pirámide poblacional no sea estable.

Así mismo, esto se refleja en el **crecimiento promedio** de la población, es de -0,16%, lo que supone una contracción demográfica, y por lo tanto un reto para el potencial de crecimiento a largo plazo del país. En los últimos 5 años la población japonesa se ha reducido hasta en casi 1 millón de personas. Esta es la primera contracción censada desde el año 1920. Es la población que más rápido está envejeciendo en el mundo.

La **esperanza de vida** es de 84,74 años (81,4 años los hombres, y 88,26 años las mujeres), lo que supone una esperanza de vida relativamente alta, en comparación con otros países emergentes, y por lo tanto un alto envejecimiento de la población.

Ésta está vinculada la **tasa de mortalidad** (9,51 muertes por cada mil habitantes). Cuanto mayor es la esperanza de vida, menor es la tasa de mortalidad.

La **tendencia de migración** es de 0 migrantes por cada mil habitantes. Esto supone un nuevo reto para el país, pues junto con su baja tasa de natalidad, necesita frenar la contracción del crecimiento poblacional atrayendo inmigrantes.

En el caso del **desequilibrio de géneros**, el porcentaje de hombres es 48,52% de la población total, y 51,48% en el caso de las mujeres; siendo 0,94 varones por cada mujer de la población total. Esto se puede ver por grupo de edades:

- Nacimientos: 1,06 varones nacidos por cada hembra nacida
- Desde 0 a 14 años: 1,07 varones por cada hembra
- Desde 15 a 24 años: 1,1 varones por cada hembra
- Desde 25 a 54 años: 0,98 varones por cada hembra
- Desde 55 a 64 años: 1 varones por cada hembra
- 65 años o más: 0,77 varones por cada hembra

En cuanto a los **factores sociales**; el **idioma oficial** en Japón es el japonés, aunque también se habla el ainu y la familia de lenguas ryukyenses. No obstante, existen numerosos dialectos diferentes según la región.

En el caso de **la religión**, las dos religiones principales son el sintoísmo y el budismo (84% de la población), aunque muchos japoneses practican las dos. Se practican también en menor medida el cristianismo (15% de la población).

En cuanto al nivel de **educación**, la tasa de alfabetización es del 99% de la población. El sistema educativo se basa en la creencia de que el éxito de la vida llega con perseverancia y trabajo duro, así la enseñanza está basada en valores morales, actitudes, y en el desarrollo de la personalidad de cada estudiante, para que se cumplan las expectativas de la sociedad nipona. Para la sociedad japonesa son más importantes los intereses colectivos de la misma sociedad, que la de cada individuo.

8.6.2. Marco sector

A) Delimitación arancelaria

No existen barreras arancelarias y no arancelarias que afecten a la actividad de la empresa BE ROOMERS, S.L.

B) Estadísticas del sector

El flujo de estudiantes en Japón es muy importante, pues un gran número de estudiantes eligen Japón para cursar sus estudios fuera de su país. Esto se puede observar a través de las cifras; siendo 135.803 **estudiantes los que llegan** a Japón, y 32.332 **estudiantes los que salen** a cursar sus estudios en el extranjero.

Los 10 **países de destino** de los estudiantes de movilidad de Japón más importantes son:

- Estados Unidos; al que llegan 18.727 estudiantes
- Reino Unido; al que llegan 3.071 estudiantes
- Australia; al que llegan 1.732 estudiantes
- Alemania; al que llegan 1.658 estudiantes
- Francia; al que llegan 1.362 estudiantes
- Corea del Sur; al que llegan 1.154 estudiantes
- Canadá; al que llegan 837 estudiantes
- Nueva Zelanda; al que llegan 729 estudiantes
- Brasil; al que llegan 358 estudiantes
- Tailandia; al que llegan 345 estudiantes

Los 10 **países de origen** de los estudiantes de movilidad que llegan a Japón más importantes son:

- China; del que provienen 89.788 estudiantes
- Corea del Sur; del que provienen 16.509 estudiantes
- Vietnam; del que provienen 4.241 estudiantes
- Nepal; del que provienen 2.426 estudiantes
- Malasia; del que provienen 2.275 estudiantes
- Indonesia; del que provienen 2.244 estudiantes
- Tailandia; del que provienen 2.150 estudiantes
- Estados Unidos; del que provienen 2.098 estudiantes
- Myanmar; del que provienen 1.133 estudiantes
- Bangladés; del que provienen 1.054 estudiantes

En Japón existen 726 **universidades en total**, tanto públicas como privadas. Las ramas más populares que estudian los estudiantes en Japón son disciplinas como Derecho, Administración, Contabilidad e Ingenierías.

Las **universidades con mayor prestigio/calidad** según The Times Higher Education World Ranking 2016 en Japón que se encuentran entre las 200 mejores universidades del mundo son: University of Tokio, Kyoto University, Tohoku University, Tokyo Institute of Technology, Osaka University, y Nagoya University. Las dos primeras serían las más destacadas posicionándose entre las 100 primeras del mundo.

C) Situación del sector

Culturalmente, las empresas japonesas han ofrecido a sus trabajadores alojamiento para algunos de sus empleados. Este factor también afecta a las universidades de Japón, las cuales ofrecen alojamiento tanto para estudiantes nacionales como internacionales en residencias. No obstante, la mayoría de estudiantes viven en apartamentos alquilados de propiedad privada.

Japón cuenta con una amplia gama en tipos de alojamiento: residencias, apartamentos, Kashima (habitación), Room Mansion (estudios), albergues de juventud, y Gaijin House (Guest House).

El gobierno y las universidades ofrecen alojamiento en residencias exclusivas para estudiantes internacionales, aunque el acceso a estas es un poco complicado debido a las plazas limitadas y por lo que pocos estudiantes internacionales pueden beneficiarse de ellas. Por esta razón, el 73% de los estudiantes internacionales viven en alojamientos de propiedad privada. El precio del alquiler es mucho menor, y no suele requerir el pago de shiki-kin (fianza) y reikin (pago como agradecimiento), aunque es necesario pagar una fianza en concepto de reserva.

No obstante, el proceso de alquiler de alojamiento en el mercado privado puede volverse un tanto complicado, pues la mayoría de agencias inmobiliarias/propietarios exigen un avalador de nacionalidad japonesa, además de la barrera lingüística. Así mismo, estos exigen el pago por adelantado del alquiler de 3 a 6 meses, lo que supone una gran inversión inicial; y los contratos de arrendamiento y la fianza no reembolsables hacen muy difícil y caro cambiar de alojamiento una vez firmado el contrato. Los apartamentos son menos económicos, pero proporcionan un nivel mayor de intimidad e independencia. Es posible encontrar una habitación a partir de 400 dólares mensuales (40.000 yenes). Se requiere el pago del shiki-kin y del reikin.

Otra opción de alojamiento interesante y cada vez más conocida es Gaijin House o Guest House, es un tipo de alojamiento pensado de manera casi exclusiva para los extranjeros. Existen muchos portales webs que comercializan con este tipo de alojamiento como: Fresia, Tatami Guesthouse, Gaijinhouse.com y Gaijinhouse.net.

En el mercado de alojamiento en Japón existe una fuera demanda, por lo que no es fácil encontrar alojamiento, especialmente en el área metropolitana de Tokio. Para buscar alojamiento privado se puede acudir a agencias inmobiliarias privadas, o acudir a la oficina internacional de la universidad, o en el centro para estudiantes Nacionales y Extranjeros Naigai Gakusei Center.

El coste del alquiler varía entre las diferentes opciones, así como dependiendo de la ciudad o la zona donde se pretenda vivir.

8.7. Corea del Sur

8.7.1. Marco país

A) Factores políticos

La República de Corea, o como también se le denomina Corea del Sur, se define como una república democrática presidencialista regida por un sistema liberal pluripartidista de democracia representativa o “figurativa”. El poder ejecutivo está dirigido por el Presidente, el cual nombra al primer ministro con la aprobación del Parlamento. El poder legislativo lo ejercen el Gobierno y la Asamblea Nacional. En el caso del poder judicial es independiente y lo ejerce la Corte Suprema, aunque en el caso de apelaciones lo ejerce el Tribunal Constitucional.

La derrota japonesa al final de la Segunda Guerra Mundial trajo la independencia al país, aunque condujo al mismo tiempo a la partición en dos partes ideológicamente confrontadas, separadas por el paralelo 38º: Corea del Sur, apoyada por los Estados Unidos y Corea del Norte, respaldada por la Unión Soviética y China.

En cuanto a la división administrativa Corea del Sur está formada por nueve provincias, seis ciudades metropolitanas, y una ciudad metropolitana de carácter especial, Seúl. A su vez, cada provincia se subdivide en entidades menores que incluyen ciudades, condados o distritos. Dentro de cada provincia hay distintas circunscripciones electorales.

Actualmente, en Corea del Sur existe una institucionalidad que resguarda los principios de la democracia, con una clara estabilidad electoral, pese a la poca institucionalidad de su sistema de partidos.

Las elecciones se celebran cada 5 años y el sufragio es universal para mayores de 20 años. El Presidente es elegido por votación popular directa sin posibilidad de ser reelecto. De los 299 representantes de la Asamblea Nacional, 56 son elegidos mediante Representación Proporcional, y 243 son elegidos por circunscripciones uninominales.

En las elecciones presidenciales de 2007 obtuvo la victoria el partido conservador Saenuri (“Nueva Frontera”). Su líder Lee Myung-bak asumió la presidencia con un programa electoral enfocado en revitalizar la economía, estabilizar el débil estado del bienestar que se había empezado a implantar en los años 1990, y asumir los retos de la globalización.

El inicio de la gestión de Myung-bak, se vio acompañada de críticas debido principalmente a la concesión masiva de indultos, junto con las medidas económicas que puso en marcha con el objetivo de reactivar el comercio y la economía del país. Entre estas medidas, se encuentra la decisión de terminar con la política exterior respecto a Corea del Norte “Sunshine policy”, lo que trajo numerosas consecuencias y un aumento de la tensión en las relaciones con su país vecino.

Su mandato se caracterizó por una apuesta decidida por el impulso económico a partir de la firma de acuerdos de libre comercio. La política exterior se basó en impulsar la imagen del país a través de una diplomacia activa y la organización de grandes eventos como la Cumbre del G20 (2010), el IV Foro de Alto Nivel de Eficacia de la Ayuda (2011); la Conferencia de Seguridad Nuclear (2012) o la Exposición Internacional de Yeosu (2012).

En las elecciones presidenciales de 2012 se alzó con la victoria la presidenta Park Geun-hye, candidata del Partido Saenuri. La Presidenta apostó por el desarrollo de políticas sociales y de redistribución de la riqueza. La creación de empleo es otra de sus prioridades, centrado su atención en el fortalecimiento de las pequeñas y medianas empresas.

Con respecto a la política hacia Corea del Norte, Park Geun-hye ha venido refiriéndose a la necesidad de impulsar un diálogo con Pyongyang que termine generando confianza y que permita a su vez el relanzamiento de las conversaciones (“trustpolicy”).

En las elecciones parlamentarias celebradas en abril de 2016, el partido conservador Saenuri, volvió a salir victorioso aunque perdió la mayoría absoluta por primera vez en 16 años, lo que dificultará los meses de mandato que aún le faltan por cumplir a la presidenta Park Geun-hye.

En cuanto a los Acuerdos de Libre Comercio, Corea del sur mantiene relaciones con: Singapur, la Asociación Europea de Libre Comercio (AELC), Estados Unidos, Chile, Perú, la Unión Europea (UE). Además del Acuerdo de Asociación Económica India - Corea. Los tratados en fase de negociación son con los siguientes: Canadá, México, el Consejo de Cooperación del Golfo (CCG), Australia, Nueva Zelanda, Colombia, Turquía.

La UE es el primer inversor y el segundo mayor exportador de Corea. Los beneficios del Acuerdo de Libre Comercio de Corea del Sur con la Unión Europea cubre temas como:

- La eliminación de aranceles de importación
- El acceso a mercados
- Los derechos de propiedad intelectual
- Las medidas sanitarias y fitosanitarias
- La contratación pública

La creciente presencia en el exterior del país ha sido uno de los principales motivos del gran desarrollo económico alcanzado por Corea del Sur.

A lo largo del tiempo la relación con China ha adquirido una creciente importancia, a pesar de la relación de China con Corea del Norte. Esto se puede ver en relación a las exportaciones coreanas, teniendo como principal destino China, mientras que Corea del Sur es su tercer mercado más importante (después de EEUU y Japón). Actualmente, ambos países han firmado el Acuerdo de Libre Comercio, y están a la espera de que entre en vigor.

Así mismo, Corea del Sur participa en reuniones trilaterales con China y Japón en el foro ASEAN+3, además de expandir su presencia en otras regiones como Oriente Próximo, Iberoamérica, Asia Central y África.

En cuanto a las relaciones bilaterales con España son buenas pero aún tenues. Las relaciones diplomáticas comenzaron en el año 1950, y se abrió la embajada española en Seúl en 1973. España se ha situado en una posición de apoyo diplomático a Corea del Sur, en el conflicto con

Corea del Norte, poniendo de manifiesto la condena a la situación de la falta de derechos humanos, los ensayos nucleares, y el desarrollo del programa de misiles en Corea del Norte.

Tabla 31: Amenazas y oportunidades de los factores políticos de Corea del sur

AMENAZAS	OPORTUNIDADES
Tensiones con Corea del Norte	Estabilidad política
	UE primer inversor y segundo exportador en Corea del Sur
	Acuerdos económicos con diversos países (ALC). Presencia en el exterior
	Acuerdo de Libre Comercio con la UE

Fuente: Elaboración propia

B) Factores económicos

En primer lugar, se muestra el siguiente contenido con los principales indicadores económicos, con el fin de analizar la infraestructura económica de Corea del Sur:

Tabla 32: Datos económicos de Corea del Sur

OVERVIEW COREA DEL SUR	
Región	Asia Oriental y el Pacífico
Población	49.115.196
Categoría de ingreso	Alto
INB per cápita (US\$)	27,090\$
Previsión crecimiento PIB 2016 (%)	2,9
Crecimiento PIB 2015 (%)	2,7
Crecimiento PIB 2014 (%)	3,3
Consumo privado respecto al PIB (%)	49
Tasa de ahorro respecto al PIB (%)	35,7
Inflación	0,7
Tasa de desempleo (%)	3,5
Tipo de interés	1,5
Deuda pública respecto del PIB (%)	34,9
Exportaciones (millones \$)	5.355.000
Importaciones (millones \$)	4.308.000
Saldo Balanza Comercial (millones \$)	1.047.000
Deuda externa (millones \$)	62.978
Reservas internacionales (millones \$)	645.400
Inversión extranjera directa recibida acumulada (millones \$)	9.898,5
Tipo de cambio KRW/\$	1.129,7

Riesgo – país	A2
Clima empresarial	A2

Fuente: Elaboración propia

La estructura económica de Corea del sur de basa en grandes conglomerados con presencia en diferentes sector económicos propios del modelo sudcoreano, con gran presencia internacional, una fuerte dimensión empresarial y tecnológica, y un fuerte crecimiento (modelo empresarial “*chaebol*”). Corea del Sur es un país con base industrial orientado a la exportación.

La **distribución de la renta** de Corea del Sur se puede medir a través del índice Gini, el cual es comparable al de los países de la OECD, siendo éste 0,313 (último dato disponible en 2014). De hecho si lo comparamos con España (0,358), Corea tiene una distribución de la renta menos desigual. Corea se sitúa como la séptima **potencia económica mundial**.

En cuanto a la **evolución del PIB**, el país ha experimentado una pequeña desaceleración pasando de un crecimiento del 3,3% en 2014, a un crecimiento del 2,7% en 2015. La actualidad económica es de relativa preocupación dado el estancamiento del crecimiento del PIB, a pesar de que el PIB crece a tasas mucho mayores que en muchos países desarrollados.

Por otro lado, en la composición del PIB por sectores destaca el sector servicios (58% sobre el PIB), seguido del sector industrial (39% del PIB) y con menor peso, el sector agrario (3%).

En cuanto a la **tasa de consumo privado**, tras la crisis financiera mundial se vio como el nivel de consumo descendió, aunque el sector exterior tuvo un papel más dinámico. No obstante, el consumo se ha ido recuperando de forma ligera, aunque sigue estando alejado de la estructura común de los países de la OCDE. La economía sudcoreana es característica por sus altos niveles de inversión, compensado por un consumo privado moderado del 49% sobre el PIB, y una **tasa de ahorro privado** del 35,7% sobre el PIB, así como un alto volumen de superávit de la balanza corriente.

En el caso de la **Inflación**, se ha reducido hasta un nivel de 0,7% en 2015, siendo del 1,3% en 2014, manteniéndose por debajo del objetivo del Banco central. Los precios se han desacelerado en los últimos años como consecuencia de un menor crecimiento económico, lo que ha despertado un temor entre los grandes conglomerados empresariales del país ante una mayor deflación.

En el ámbito del **empleo**, la tasa de desempleo se sitúa en un 3,5% en 2015. Desde 2001 las variaciones en la tasa de desempleo se han mantenido por debajo del 4%, debido a un mercado laboral con bajos costes laborales unitarios y una actividad económica dinámica. No obstante, cabe destacar que existente requisitos muy exigentes para poder calificarse como desempleado, además de la creciente existencia del autoempleo (un 31,3% en total) lo que genera cierto subempleo. El autoempleo en Corea del Sur se encuentra por encima de la media de los países de la OCDE.

No obstante, debido al grado de apertura del país al exterior, existe una ligera preocupación por el desempleo, debido a las incertidumbres sobre la evolución del mercado internacional, además de que el país no cuenta con una buena red de protección social, lo que podría generar un descenso del consumo privado considerable, y un aumento en la morosidad.

La **población activa** de Corea del Sur se encuentra alrededor de 26 millones de personas, de las cuales el 60% son ocupados. Sin embargo, existe una mayor tasa de ocupación en hombres (73,1%) que en mujeres (49,7%). El sector servicios es el principal motor de generación de empleo del país.

Debido a la desaceleración en las cifras de crecimiento de la economía, el Banco de Corea del Sur (Bank of Korea) ha tenido que bajar el **tipo de interés de referencia** en varias ocasiones, pasando de un 2,5% en 2013 a un 1,5% en 2015, con el fin de mantener la apreciación de la moneda coreana y fomentar las exportaciones.

La **deuda pública** del país se sitúa en un 34,9% respecto al PIB. El gobierno de la Sra. Park ha aumentado su deuda pública con el objetivo de aumentar el gasto social y la ayuda a las pequeñas y medianas empresas. En el año 2015, el gobierno anunció un programa de inversión pública en infraestructuras e I+D+i de 27,4 millones de dólares en sectores como: turismo, mediovisual, medicina, software, electrónica, y maquinaria, entre otros.

En cuanto a las **exportaciones**, la economía coreana presenta un elevado grado de apertura comercial, tras un elevado número de exportaciones e importaciones. No obstante, ambas han sufrido una fuerte desaceleración en los últimos años.

Una característica peculiar de las exportaciones del país, es que dependen en gran medida de las importaciones de algunos componentes, normalmente de producto de gran valor añadido o muy intensivos en mano de obra. Esto explica la gran importación de sectores específicos en el país: maquinaria mecánica y equipos de precisión, óptica, electrónica, telecomunicaciones, y fotografía. El comercio tiene una estructura fuertemente intraindustrial.

Los principales socios comerciales de Corea del Sur son: China, Estados Unidos, Japón, Hong Kong y Singapur.

Por otro lado, las **importaciones** se basan principalmente en el abastecimiento energético como el petróleo y los combustibles (suponiendo un 33% de total de sus importaciones), materias primas, y componentes necesarios para los productos exportados. Esto ha hecho que las importaciones de bienes transformados hayan experimentado un descenso mayor. Esto hace que Corea del Sur sea un país vulnerable ante cambios en los precios en el sector exterior, exponiéndose a fuertes choques de oferta. No obstante, el **saldo de la balanza comercial** se ha mantenido positivo.

La **deuda externa** se mantiene a niveles moderados respecto al PIB, siendo casi un tercio de la misma a corto plazo. Esto podría suponer un punto de peligrosidad para la economía sudcoreana, en cuanto a riesgo de liquidez. Pero dado que las **reservas internacionales** del país son muy elevadas, esto hace que la situación financiera del país sea sólida y solvente.

La **inversión extranjera directa recibida** por Corea del Sur es de 9.898,5 millones de dólares. Ésta ha ido aumentando con el paso del tiempo gracias a las medidas aportadas por el Estado. Existe la Ley fundamental Foreign Investment Promotion Act (FIPA) que regula la inversión extranjera en el país, la cual contribuye al desarrollo de la economía nacional mediante el apoyo a la inversión extranjera, con el objetivo de aumentar y facilitar la misma, y regularla de manera transparente y liberalizada.

Con el objetivo de aumentar la presencia de empresas extranjeras en el país, así como aumentar el volumen de inversión, Corea del Sur permite la ubicación de empresas coreanas en las zonas de inversión extranjera, con el objetivo de mejorar el suministro y proceso productivo de ambas. Estas zonas de inversión especiales son áreas en las que sólo se ubican empresas extranjeras las cuales gozan de incentivos fiscales y reducciones en la renta no accesibles para las empresas nacionales.

Además, el Ministerio de Economía de Corea del Sur ha creado un programa llamado “Red Carpet Service” para los inversores extranjeros potenciales, el cual facilita su estancia con diversas comodidades como la recogida en el aeropuerto, transporte durante la visita, servicios de ayudas en aduanas, y servicio de interpretación, entre otras cosas. Las condiciones para poder disfrutar de este plan es que estos inversores hayan sido recomendados por el gobierno central, regional, o por las misiones diplomáticas extranjeras o las Cámaras de Comercio en Corea.

Durante los últimos años, Reino Unido y Alemania han moderado su flujo de inversión en el país. Singapur y Hong Kong son los principales inversores de Corea del Sur, por detrás de Japón y Estados Unidos.

En cuanto al **tipo de cambio**, la excesiva volatilidad de su divisa frente al yen y al dólar está surgiendo como una preocupación para el gobierno. Debido a la depreciación de estas monedas frente al won coreano, algunos de los grandes grupos empresariales del país han levantado protestas en el ámbito de las exportaciones.

De especial preocupación es la inestabilidad económica en la zona, puesto que en 2015 se devaluó de manera forzada el yuan china, moneda contra la que compite Corea del Sur en exportaciones. No obstante, debido a la fuerte dependencia del won al dólar, se refleja una tendencia estabilizadora.

Tanto el **riesgo-país** como el **clima empresarial** se sitúan en un nivel A2. Esta puntuación positiva se debe a las medidas adoptadas por el gobierno sudcoreano por incentivar un buen clima empresarial y la atracción de inversión extranjera. En el sentido del riesgo del país habría que tener en cuenta la situación de inestabilidad con Corea del Norte. No obstante, existe un Plan Económico a tres años donde se marcan objetivos de crecimiento del 4% y donde se incluye la reunificación con Corea del Norte como futuro motor de crecimiento económico.

Por último, este estudio se basa en el proyecto Doing Business del Banco Mundial clasificando la economía china entre 189 economías (siendo 1 la mejor clasificación y 189 la peor) en términos de: facilidad para hacer negocios, obtención de crédito, pago de impuestos, y apertura de una empresa.

Tabla 33: Clasificación de Corea del Sur

	2016	2015
Clasificación facilidad para hacer negocios	4	4
Clasificación para la obtención de crédito	42	36
Clasificación pago de impuestos	29	27
Clasificación apertura de una empresa	23	16

Fuente: Elaboración propia a partir del proyecto Doing Business (Banco Mundial)

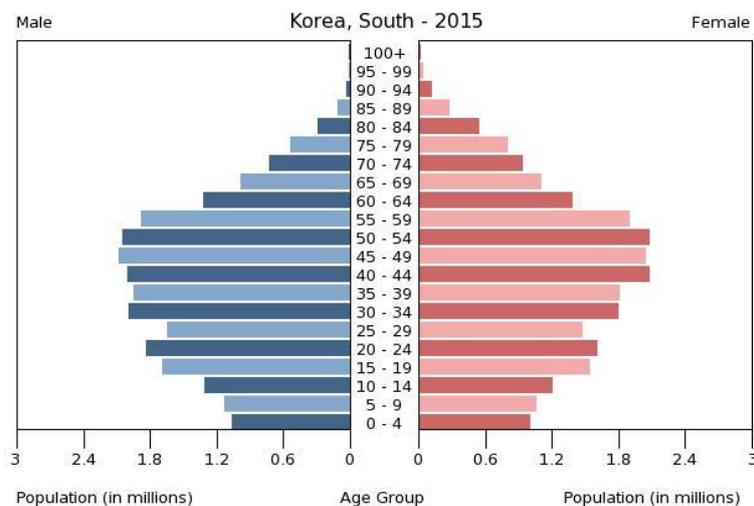
Como se puede observar, Corea del Sur es uno de los mejores países para hacer negocios. Esto podría deberse al esfuerzo de estado para incentivar esta situación. En las clasificaciones restantes, Corea del Sur tiene buenas posiciones, aunque ha sufrido un empeoramiento respecto 2015.

C) Factores sociales y demográficos

El territorio de Corea del Sur comprende la mitad sur de la península de Corea, con una **superficie** total de 100.032 km², entre la que se encuentran tres mil islas, de las cuales destacan Jeju, Ulleungdo y Dokdo. La mitad de la población del país se concentra en la capital, Seúl, o en su zona metropolitana.

A continuación se presenta su **pirámide poblacional**:

Gráfico 13: Pirámide poblacional de Corea del sur



Fuente: CIA (2015)

La presente pirámide poblacional presenta un modelo regresivo, con una base de la pirámide que indica una baja tasa de natalidad. Este modelo es propio de un país desarrollado.

Esto se puede observar a través de la **estructura por edades** de la población:

- La población entre 0 y 14 años representa un 13.69% del total
- La población entre 15 y 24 años representa un 13.52% del total
- La población entre 25 y 54 años representa un 46.63% del total
- La población entre 55 y 64 años representa un 13.14% del total
- La población con más de 65 años representa un 23.02% del total

Más del 50% de la población se concentra entre 25 y 64 años de edad.

Tiene una baja **tasa de natalidad** es de 8,19 nacidos por cada mil habitantes, es decir, una de las más bajas del mundo, y una **tasa de fecundidad** de 1,25 nacidos por cada mujer. El hecho de que la tasa de fecundidad esté por debajo de la fecundidad de reemplazo (2,1 nacidos por mujer) puede suponer que la pirámide poblacional no sea estable.

Así mismo, esto se refleja en el **crecimiento promedio** de la población, es de 0,14%

La **esperanza de vida** es de 80,04 años (76,95 años lo hombres, y 83,34 años las mujeres), lo que supone una esperanza de vida relativamente media para un país con estas características piramidales, en comparación con otros países desarrollados.

La esperanza de vida está vinculada la **tasa de mortalidad** (6,75 muertes por cada mil habitantes). Cuanto mayor es la esperanza de vida, menor es la tasa de mortalidad.

Una de las razones por las que presenta estas características la distribución de la población en la pirámide es la migración internacional después de la división de la península de Corea después de la Segunda Guerra Mundial, donde aproximadamente cuatro millones de norcoreanos cruzaron hasta Corea del Sur. Esta tendencia de aumento de la población se invirtió más tarde debido a la emigración hacia Canadá y Estados Unidos. Actualmente la **tendencia de migración** es de 0 migrantes por cada mil habitantes. Esto supone un nuevo reto para el país.

En el caso del **desequilibrio de géneros**, el porcentaje de hombres es 49,98% de la población total, y 50,02% en el caso de las mujeres; siendo 1 varón por cada mujer de la población total. Por lo que no existe desequilibrio de géneros. Esto se puede ver por grupo de edades:

- Nacimientos: 1,07 varones nacidos por cada hembra nacida
- Desde 0 a 14 años: 1,08 varones por cada hembra
- Desde 15 a 24 años: 1,13 varones por cada hembra
- Desde 25 a 54 años: 1,04 varones por cada hembra
- Desde 55 a 64 años: 0,98 varones por cada hembra
- 65 años o más: 0,71 varones por cada hembra

En cuanto a los **factores sociales**; el **idioma oficial** en Corea del Sur es el coreano, aunque también se habla el inglés como segundo idioma más hablado desde la educación secundaria.

En el caso de **la religión**, casi la mitad de la población (43,3%) no considera que pertenezca a ninguna creencia religiosa. La otra mitad de la población pertenece a la religión cristiana (31,6%) y a la budista (24,2%).

En cuanto al nivel de **educación**, es uno de los aspectos más importantes para el gobierno sudcoreano, porque se considera crucial para el éxito. Según el Programa Internacional para la Evaluación de Estudiantes de la OCDE, el país se ubicó en primer lugar en resolución de problemas, tercer lugar en matemáticas y undécimo en ciencias. El nivel de alfabetización es de 97,9%.

8.7.2. Marco sector

A) Delimitación arancelaria

En Corea del Sur no existen barreras arancelarias que afecten a la actividad de la empresa BE ROOMERS, S.L.

En el caso de las barreras no arancelarias podría afectarle la falta de transparencia reglamentaria en cuanto a la interpretación de las normas y leyes. Existe multiplicidad de legislación sobre una misma materia y esto puede dar lugar a un escenario de inseguridad jurídica.

B) Estadísticas del sector

En comparación con otros países asiáticos, en caso de Corea del Sur son más los estudiantes que salen fuera del país a realizar sus estudios universitarios, que los que llegan a él. En concreto el número de estudiantes entrantes es de 55.536; mientras que el número de estudiantes salientes es de 116.942, es decir, prácticamente el doble.

Los 10 **países de destino** de los estudiantes de movilidad de Corea del Sur más importantes son:

- Estados Unidos; al que llegan 67.592 estudiantes
- Japón; al que llegan 16.509 estudiantes
- Australia; al que llegan 6.787 estudiantes
- Reino Unido; al que llegan 4.567 estudiantes
- Alemania; al que llegan 3.469 estudiantes
- Francia; al que llegan 1.888 estudiantes

- Canadá; al que llegan 1.734 estudiantes
- Nueva Zelanda; al que llegan 1.149 estudiantes
- Malasia; al que llegan 851 estudiantes
- Hong Kong; al que llegan 702 estudiantes

Los 10 **países de origen** de los estudiantes de movilidad que llegan a Corea del Sur más importantes son:

- China; del que provienen 38.109 estudiantes
- Mongolia; del que provienen 2.475 estudiantes
- Vietnam; del que provienen 2.123 estudiantes
- Estados Unidos; del que provienen 1.447 estudiantes
- Japón; del que provienen 1.154 estudiantes
- Indonesia; del que provienen 745 estudiantes
- Pakistán; del que provienen 597 estudiantes
- India; del que provienen 585 estudiantes
- Canadá; del que provienen 523 estudiantes
- Malasia; del que provienen 456 estudiantes

En Corea del Sur hay alrededor de 400 **universidades**, tanto públicas como privadas. Las **más destacadas** según The Times Higher Education World Ranking 2016 son: Seoul National University, Pohang University of Science and Technology, Korea Advanced Institute of Science and Technology (KAIST), Sungkyunkwan University (SKKU), y Korea University. Estas universidades se encuentran entre las 200 mejores del mundo.

C) Situación del sector

En Corea conseguir un piso o una habitación de alquiler es fácil. Existen diversas formas de alojamiento: Gosiwon o gositel, estios (one room), Homestay (familias), Guest House, y residencias universitarias.

El coste de vida en el país depende de la región, siendo Seúl la más cara. No obstante, los gastos de alojamiento pueden variar dependiendo del modo de pago que se escoja. Existen varias modalidades de pago; la denominada Ha-Suk es la más cara y consiste en pagar la habitación y la comida mensualmente, en vez de pagar por un periodo de tiempo más largo.

La modalidad de alojamiento Gosiwon son estudios muy pequeños. Su precio depende de la ubicación, el tamaño, y otras facilidades. Normalmente, los propietarios exigen el pago de varias mensualidades por adelantado, esta cantidad ronda entre 300.000 y 500.000 wones (entre 260 USD y 440 USD). En cuanto al pago en concepto de fianza suele variar entre 100.000 wones (100 USD) y 1.000.000 de wones (870 USD).

La opción de alojarse con una familia es una opción cada vez más utilizada por los estudiantes internacionales, debido a la hospitalidad de las familias sudcoreanas y su disposición a enseñar los lugares típicos y a como desenvolverse durante la estancia. En esta modalidad de alojamiento existen varios portales webs, como LABO Korea, Homestay Korea, SN Global, Korea Homestay, Homestay Seúl. El coste promedio de esta opción se encuentra entre 300.000 y 500.000 wones (entre 3.000 USD y 5.000 USD).

Alquilar una habitación en alguna de las residencias que ofrecen los campus universitarios no es caro, y además ofrecen servicios adaptados a las necesidades de los estudiantes. Este tipo de alojamiento se denomina Dormitory y es una forma barata de estancia en el país. El alojamiento durante un semestre en una habitación compartida con otro estudiante puede estar en torno a los 650 USD. La habitación suele tener teléfono e internet y baño individual.

Capítulo 3:

Resultados y Conclusiones

RESULTADOS Y CONCLUSIONES

9. Resultados

El objetivo de este trabajo de fin de grado es concluir qué mercado es el más favorable para actuar según las características y necesidades de la empresa estudiada. El proceso de toma de decisiones se define como: “proceso de selección entre cursos alternativos de acción, basado en un conjunto de criterios, para alcanzar uno o más objetivos” (SIMON, 1960).

Así pues, con el objetivo de preseleccionar el mercado en el que se aconseja actuar a la empresa, se han elaborado las siguientes tablas en las que se recogen las características principales clasificadas en fortalezas (Tabla 34) y debilidades (Tabla 35) del marco-país para cada uno de los mercados.

No obstante, se debe de tener en cuenta en todo momento que tanto las fortalezas como las debilidades se pueden transformar hacia la posición opuesta según el punto de vista que se argumente. Por ello, estas características se han clasificado siempre teniendo en cuenta las necesidades de la empresa BEROOMERS.

Tabla 34: Resultados. Fortalezas del marco países

FORTALEZAS						
CHINA	HONG KONG	INDIA	MALASIA	SINGAPUR	JAPÓN	COREA DEL SUR
<ul style="list-style-type: none"> - “Un país, dos sistemas”. - XIII Plan Quinquenal 2016-2020. - Relaciones económicas exteriores. - 2ª potencia económica mundial. - Crecimiento gradual del mercado. - Reforma del “<i>hukou</i>”. - Creación de empleo gracias al comercio electrónico. - Bajadas en los tipos de interés. - La mayor IED recibida del mundo. - Excelente sistema educativo. 	<ul style="list-style-type: none"> - “Un país, dos sistemas”. - Autonomía en asuntos de comercio internacional. - Apertura al exterior. - Alta renta per cápita. - Economía de servicios. - Empleo liberalizado. Pleno empleo. - “País” con menos deuda del mundo. - 2º “país” en recibir y proveer Inversión Extranjera Directa (IED). - Vinculación de la divisa con el dólar estadounidense. - Bajo nivel de riesgo-país y buen clima empresarial. 	<ul style="list-style-type: none"> - Nuevo gobierno. - Intención de abrirse al comercio exterior. - Aceleración de la economía. - 7ª potencia económica mundial. - Consumo como principal motor de la economía. - Disminución del tipo de interés. - Sistema educativo universitario sólido y con base de inglés. - Make in India. - Perspectivas de crecimiento. 	<ul style="list-style-type: none"> - Economía emergente. - Tensiones entre chinos, malayos e hindús. - Acuerdos de Libre Comercio con diversos países. - Orientación al sector exterior. - Sistema financiero sano. - Sector de productos electrónicos en auge. - Clima empresarial favorable. - Población joven. - Posibilidades de crecimiento. - Tendencias demográficas como país desarrollado. 	<ul style="list-style-type: none"> - Eficiencia económica del país. Estabilidad política. - Apertura al exterior. - Entrada en vigor del ALC¹⁴ con Europa a finales de 2016. - 9º potencia mundial. - Deuda pública respaldada por activos rentables. - No tiene deuda externa. - Altas reservas internacionales. - "A First World Oasis in a Third World Region" - Excelentes niveles de riesgo-país y clima empresarial. - Excelente sistema educativo. Población bilingüe. 	<ul style="list-style-type: none"> - Estabilidad política. - Intensa apertura al exterior. Preserva la libertad de comercio. - Relaciones amplias con países vecinos. - Miembro de principales organizaciones mundiales. - ‘<i>Abenomics 2.0</i>’. - 3ª potencia económica mundial. - 4º importador mundial. - Gran cantidad de reservas internacionales. - Excelente clima empresarial. - Sistema educativo basado en valores. 	<ul style="list-style-type: none"> - Estabilidad política. - Apertura al exterior. - ALC con Europa. - 1º inversor: la UE. - 7ª potencia económica mundial. - Aumento de I+D+i. - Ley fundamental Foreign Investment Promotion Act (FIPA). - Zonas de inversión extranjera. - Ventajas fiscales para empresas extranjeras. - Programa “Red Carpet Service”. - Buena clasificación en riesgo-país y clima empresarial. - 50% de la población ubicada en Seúl. - Excelente sistema educativo.

Fuente: Elaboración propia

¹⁴ Acuerdo de Libre Comercio.

Tabla 35: Resultados. Debilidades del marco países

DEBILIDADES						
CHINA	HONG KONG	INDIA	MALASIA	SINGAPUR	JAPÓN	COREA DEL SUR
<ul style="list-style-type: none"> - Crecimiento desequilibrado e inestable. - Corrupción en el sistema político. - Desigualdad en la distribución de la renta. - Alta volatilidad en el mercado de valores. - Dificultad en el acceso a la financiación bancaria. - Envejecimiento de la población. - Tendencia de migración negativa. - Necesidad de intérprete para la realización de negocios. 	<ul style="list-style-type: none"> - Dependencia del gobierno chino. - Alta desigualdad en la distribución de la renta. - Falta de recursos naturales propios. - Desaceleración de la economía - Consumo como principal motor de la economía. - Posibles intenciones del gobierno central de reforzar su soberanía. - Fluctuaciones en los tipos de interés ligadas a la Reserva Federal. - Envejecimiento de la población. - Déficit en el saldo de la balanza comercial. 	<ul style="list-style-type: none"> - Falta de seguridad interna. Entorno inestable. - Baja apertura al exterior. - Gran desigualdad en la distribución de la renta. - Alto nivel de pobreza. - Problemas de liquidez. - Barreras para hacer negocios, y abrir nuevas empresas. - Población concentrada en zonas rurales. - Bajo nivel de alfabetización. 	<ul style="list-style-type: none"> - Inestabilidad política. - Deterioros en las libertades y derechos fundamentales. - Escasa apertura al exterior. - Altos niveles de aranceles. - Escasa relación bilateral con España. - Desigualdad en la distribución de la renta. - Volatilidad de la inflación. - Desaceleración del consumo interno. - Disminución de IED¹⁵ recibida. - Conversión incompleta de la divisa. 	<ul style="list-style-type: none"> - No aceptación del Tribunal Internacional de Justicia en algunas materias. - Censura de los medios. - Desigualdad en la distribución de la renta. - Desaceleración económica. - Susceptible a los cambios en el comercio exterior. - Medidas de restricción en la contratación de extranjeros. 	<ul style="list-style-type: none"> - Conflictos territoriales con China y Rusia. - ALC con Europa, y otros países. - Estructura económica dual. - Elevada deuda pública. - Balanza de servicios negativo. - Empeoramiento en la clasificación del BM16. - Disminución y envejecimiento de la población, y escasez de inmigrantes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Tensiones históricas con Corea del Norte. - "Sunshine Policy" con Corea del Norte. - Susceptible a los cambios del comercio internacional. - Falta de una buena red de protección social. - Dependiente de importaciones para generar sus productos. - Alta volatilidad de la divisa. - Falta de inmigración.

Fuente: Elaboración propia

¹⁵ Inversión Extranjera Directa

¹⁶ Banco Mundial

Además, se ha elaborado una segunda tabla complementaria con los indicadores más sensibles a tener en cuenta en el proceso de toma de decisiones (Tabla 36).

Las razones por las que se han elegido estos factores/criterios como los más sensibles en la toma de decisiones son las siguientes:

- PIB per cápita: este dato aporta información sobre la riqueza que percibe un habitante por país, y por tanto, la capacidad económica de un país.
- Riesgo-país: la clasificación de riesgo-país del instituto COFADE está basada en datos macroeconómicos, datos financieros, y datos políticos. Por lo tanto, es un medidor fiable de la situación de cada país.
- Clima empresarial: al igual que el factor riesgo-país, el instituto COFADE genera una clasificación del clima empresarial propio de cada país basado en datos del comportamiento de las empresas privadas, las regulaciones del estado, y otras actuaciones del gobierno.
- Población: es importante conocer el número de habitantes que residen en el país, con el objetivo de detectar el número posible de clientes, así como el porcentaje de población susceptible de ser clientes potenciales.
- Outbound Mobility ratio: expresa el número de estudiantes de un país determinado que cursan sus estudios en el extranjero, expresado como porcentaje del número total de estudiantes matriculados en estudios universitarios en un país extranjero. Este tipo de ratio permite analizar el comportamiento de los estudiantes de los países estudiados que salen a estudiar a un país extranjero.
- Inbound mobility ratio: expresa el número de estudiantes que han cruzado la frontera nacional o territorial para cursar sus estudios en un país determinado, expresado como porcentaje del número total de estudiantes matriculados en estudios universitarios en el país determinado. Este tipo de ratio permite analizar el comportamiento de los estudiantes internacionales que entran en cada uno de los mercados, con el objetivo de analizar el posible target de la empresa que reside fuera del mercado estudiado en cuestión.
- Número de estudiantes salientes y entrantes: este factor aumenta la información proporcionada por el anterior ratio, aportando un dato expresado numéricamente. Nos aproxima al análisis en términos absolutos de los posibles clientes potenciales.

Tabla 36: Factores sensibles a la toma de decisiones de los países

PAÍSES - FACTORES	CHINA	HONG KONG	INDIA	MALASIA	SINGAPUR	JAPÓN	COREA DEL SUR
PIB PER CÁPITA (USD)	7.572	40.033	1,608	11.049	56.287	36.222	27.970
RIESGO-PAÍS	A4	A1	A4	A3	A1	A2	A2
CLIMA EMPRESARIAL	B	A2	B	A3	A1	A1	A2
POBLACIÓN (Nº PERSONAS)	1.367.485.388	7.141.106	1.251.695.584	30.513.848	5.674.472	126.919.659	49.115.196
POBLACIÓN ENTRE 15-25 AÑOS (%)	13,82%	11,13%	18,06%	16,91%	17,43%	9,68%	13,52%
OUTBOUND MOBILITY RATIO (%)	2,1%	2,6%	0,6%	5,4%	8,8%	0,9%	3,5%
INBOUND MOBILITY RATIO (%)	0,3%	9,8%	0,1%	3,6%	19,2%	3,5%	1,7%
Nº ESTUDIANTES SALIENTES	712.157	30.013	181.872	56.260	22.578	32.332	116.942
Nº ESTUDIANTES ENTRANTES	96.409	31.825	34.419	40.471	48.938	135.803	55.536

Fuente: Elaboración propia

Una vez recogida la información sensible para la exportación del servicio ofrecido por la empresa, se ha aplicado el método multicriterio de Ponderación Lineal Scoring, puesto que es un método rápido y sencillo para identificar la mejor alternativa.

La ponderación de los criterios son las siguientes:

- 4 = Muy importante
- 3 = Algo importante
- 2 = Importancia media
- 1 = Poco importante

Aunque se ha escogido una ponderación determinada para cada uno de los factores, esto no indica que no sean importantes cada uno de ellos. Sin embargo, se considera que los factores asociados al funcionamiento del sector son más sensibles a la hora de elegir el mercado sobre el que actuar.

Tabla 37: Método Multicriterio Scoring

PAÍSES - FACTORES	<u>Ponderación</u>	CHINA	HONG KONG	INDIA	MALASIA	SINGAPUR	JAPÓN	COREA DEL SUR
PIB PER CÁPITA	2	2	6	1	3	7	5	4
RIESGO-PAÍS	3	2	6	1	3	7	5	4
CLIMA EMPRESARIAL	3	2	4	1	3	7	6	5
POBLACIÓN	2	7	2	6	3	1	5	4
POBLACIÓN ENTRE 15-25 AÑOS	3	4	2	7	5	6	1	3
OUTBOUND MOBILITY RATIO	4	3	4	1	6	7	2	5
INBOUND MOBILITY RATIO	4	2	6	1	5	7	4	3
Nº ESTUDIANTES SALIENTES	4	7	2	6	4	1	3	5
Nº ESTUDIANTES ENTRANTES	4	6	1	2	3	4	7	5
RESULTADO		114	104	81	117	152	120	124

Fuente: Elaboración propia.

El resultado que abarca este método es que la mejor alternativa, es decir, el país más favorable para la expansión de la empresa es Singapur, seguido de Corea del Sur, Japón, y China.

Cabe destacar que el conocimiento de las características generales y/o principales de cada país es un punto muy importante en el proceso de toma de decisiones sobre en qué mercado actuar. No obstante, el sector o el conjunto de sectores es el punto clave, puesto que en el primer caso son características comunes para todas las empresas, mientras que en el segundo son características específicas para cada empresa.

Por ello, es necesario dar respuesta a algunas preguntas con el objetivo de posicionar la empresa para cada uno de los mercados con el objetivo de llegar a unas conclusiones concretas y reales.

1. ¿Sería fuerte la posición competitiva actual?

Aunque la empresa Beroomers no esté presente en el mercado asiático, está preparada para entrar en el mismo, principalmente debido a la fuerte demanda de éstos en el mercado europeo y a la capacidad estratégica y de posicionamiento que posee la empresa.

No obstante, dentro de los mercados estudiados existen diferencias sustanciales.

2. ¿Puede esperarse que mejore?

Debido al crecimiento de los últimos años, no cabe duda de que el modelo que sigue Beroomers tiene éxito, teniendo en cuenta algunas posibles adaptaciones culturales. Así mismo, su expansión geográfica es cada vez más rápida, y por lo tanto, cada vez abarca un mayor número de mercados demandados actualmente por los estudiantes asiáticos, como por ejemplo Estados Unidos o América latina.

3. Ventajas de la empresa en las variables competitivas.

Algunas de las ventajas competitivas de Beroomers son:

- Producto innovador.
- Componente social sumergido en la plataforma web.
- Eficiencia y eficacia en el proceso de alquiler para propietarios y estudiantes/jóvenes profesionales
- Sistema de información que permite procesar de forma rápida e intuitiva toda la información requerida por el cliente a través de la plataforma web.
- Personal altamente cualificado que le permite brindar un excelente servicio al cliente.
- Ubicación estratégica. Presencia en Europa, Estados Unidos y América Latina.
- Modelo 100% transaccional.
- Liderazgo en costes.
- Seguridad en sus transacciones. Acompañamiento durante todo el proceso de alquiler.
- Ubicación estratégica (Universidad Politècnica de Valencia).

4. Capacidad de la empresa para defender su posición

Teniendo en cuenta las fuerzas que impulsan a los países estudiados y al sector, las presiones de la competencia y los movimientos de anticipación de los rivales, la empresa Beroomers tendrá que seguir algunos pasos para introducirse de lleno en alguno de los mercados estudiados:

1) Desarrollo del proceso de internacionalización.

Debido a las exigencias por parte de los consumidores de Asia en la necesidad de crear un lazo de confianza entre consumidores y empresa, es necesario iniciar una primera toma de contacto a través de una red comercial propia con apoyo de un agente comercial nacional para analizar el comportamiento (aceptación o rechazo) de los posibles consumidores del producto, y una campaña de publicidad para dar a conocer el servicio ofrecido por Beroomers. Aunque los análisis indican que algunos mercados tienen mayores posibilidades debido a su demanda en el mercado estudiantil internacional, es necesario testar el funcionamiento del modelo utilizado por la empresa, y realizar los posibles ajustes necesarios para su adaptación a las características culturales del país en concreto. Es un sistema de comercialización

exploratorio poco costoso y con riesgos medibles, y además está dentro de los recursos disponibles y/o alcanzables para la empresa, tanto humanos (agente comercial) como materiales (plataforma web).

2) Comercio exterior empresarial a través de inversión.

Después de esta primera toma de contacto, y una vez testado el éxito del modelo utilizado, el siguiente paso que debe de dar la empresa es la implantación de una sucursal en el país seleccionado. Lo más apropiado para entrar de lleno no sólo en el país seleccionado en particular, sino que sirva de ventana para entrar en el mercado asiático en general, es una estrategia de implantación definitiva en el mercado de destino a través de una Joint Venture, es decir, asociarse con una empresa nacional para la consecución del objetivo final, tener presencia en Asia. De esta manera, se comparten riesgos, y el proyecto se gestiona de forma conjunta, aportando conocimientos sobre el funcionamiento del mercado, una presentación como empresa nacional que aporte confianza a los posibles clientes, y el aumento de capital destinado al proyecto, entre otras cosas.

10. Conclusiones

Tras una intensa recogida de información sobre los mercados asiáticos, se recogen las siguientes conclusiones:

- La capacidad de supervivencia de la empresa se asienta en su adaptación a la evolución del entorno y en su poder frente a los competidores.
- El estudio sobre el funcionamiento de un país es muy importante a la vez que relativo, mientras que el estudio sobre el funcionamiento del sector es clave e imprescindible.

Partiendo de estas premisas y del análisis expuesto en los anteriores apartados, se concluye que el país que ofrece un mayor número de posibilidades para la expansión del producto ofrecido por la empresa BE ROOMER, S.L. es Corea del Sur.

Esta afirmación se asienta en los siguientes argumentos:

- **El tamaño de mercado.**

Corea del sur es un mercado asumible por el que puedes moverte con cierta comodidad, al contrario de los grandes mercados como China o Japón. En este sentido, Hong Kong podría ser un mercado atractivo, pero su dependencia al gobierno central de China, hace que el mercado no sea autosuficiente.

- **Los factores económicos.**

La economía de Corea del Sur es sana. Aunque la renta per cápita sea menor que en otros países (puesto nº 4 de los países estudiados) posee un valor interesante, además de una previsión de crecimiento del PIB del 2,9%. Aunque el ritmo de crecimiento del PIB sea menor que en el resto de países estudiados, Corea del sur es el único país que se prevé que siga creciendo en 2016. Junto con el resto de indicadores económicos (tasa de paro del 3,5%, superávit presupuestario acumulado del 2%, entre otros) hace que el mercado sudcoreano sea un mercado estable y atractivo.

Los factores económicos del resto de países estudiados también son interesantes, teniendo en cuenta que las economías asiáticas han experimentado un descenso en su crecimiento por los últimos acontecimientos mundiales, como la bajada del precio del petróleo, una bajada generalizada de las exportaciones, y la alta volatilidad del mercado de valores chino, que se suman a su clara dependencia con el comercio mundial exterior.

El ejemplo claro es China, la cual ha experimentado una gran desaceleración en el crecimiento del PIB en los últimos años. Aunque su crecimiento sigue siendo alto, su economía se está volviendo cada vez más inestable.

En el caso de la India, ha experimentado un gran crecimiento en su economía en los últimos años, y aunque parece ser que sufrirá una pequeña desaceleración en el año 2016, su economía es más estable, debido en parte a su poca dependencia con el comercio exterior, en comparación con el resto de países.

Japón y Singapur son los países que han experimentado una mayor desaceleración en su economía, aunque siguen siendo mercados atractivos.

- **Los factores demográficos.**

El número de habitantes de Corea del Sur está alrededor de 50 millones, y cuenta con una gran densidad de la población. Esto se prueba a través del hecho de que el 50% de la población se concentra en la capital, Seúl. No obstante, el reto actual del país es aumentar la inmigración, y combatir con la baja tasa de natalidad y el envejecimiento de la población.

Este dato es muy interesante desde el punto de vista de la empresa Beroomers, puesto que una alta concentración de población en un mismo espacio geográfico se traduce en un aumento de las posibilidades de llegar a un mayor número de clientes potenciales de un mismo país con un menor esfuerzo (tanto económico como material). Esta característica sólo se cumple en Corea del Sur.

- **Plataforma de entrada en Asia.**

Corea del Sur es una de las economías más abiertas al exterior. Además apoya la inversión extranjera como medida de crecimiento a través de regulaciones de apoyo a la inversión y a la innovación. Algunas de ellas son: Foreign Investment Promotion Act (FIPA), zonas de inversión especiales para empresas extranjeras, y el programa “Red Carpet Service”.

India es otro claro ejemplo de apoyo a la inversión extranjera, con proyectos como *Make in India* o *Start-up India*, que fomentan la creación de nuevas empresas en el país y una mejora en el clima empresarial del país. No obstante, aún sigue teniendo sólidas barreras de entrada en algunos sectores, aunque han disminuido con su entrada en la Organización Mundial del Comercio (OMC).

- **Pocas barreras de entrada.**

Aunque todos los países estudiados tienen acuerdos o relaciones económicas con otros países, Corea del Sur es el único país del mundo que tiene simultáneamente acuerdos comerciales con la Unión Europea, Estados Unidos, India, ASEAN, y Australia. Este dato es un claro ejemplo de los esfuerzos del gobierno para que el país tenga presencia en el exterior, y una vez más aumentar la inversión extranjera en el país.

- **El idioma.**

A la hora de que una empresa se traslade a otro país para abrirse un hueco en el mercado, es importante conocer el idioma que se habla en el país. El coreano es uno de los idiomas asiáticos más fáciles de aprender, puesto que tiene tan sólo 24 caracteres, frente a los 27 caracteres de España, y los 10.000 de China. Además, tiene como segundo idioma el inglés.

- **Éxito tecnológico.**

Aunque los países asiáticos están haciendo un gran esfuerzo en avances tecnológicos, en Corea del Sur existe un compromiso conjunto del gobierno y de las empresas nacionales de situarse en la vanguardia tecnológica a través de un elevado gasto en educación. Es el país con mayor gasto en educación del mundo.

De hecho, el 70% de la inversión en I+D está financiada por empresas privadas coreanas. El éxito tecnológico experimentado en los últimos años ha hecho que la República de Corea sea un mercado de prueba para la entrada de nuevas empresas extranjeras enfocadas en los nuevos usos de la tecnología. Se dice que el país está una generación por delante en el uso de la tecnología.

Corea del Sur entraría dentro de las ciudades inteligente o “*Smart city*”¹⁷. Esto se ve a través de su economía, consiguiendo que la tecnología genera más empleo y que el avance tecnológico genera nuevas oportunidades para los ciudadanos. Existe un compromiso público que se traduce en una oportunidad de negocio para Europa.

Otro ejemplo de ciudad inteligente sería Tokio (Japón).

- **Ámbito socio-cultural.**

Existe una razón emocional por lo que la cultura sudcoreana es muy afín a las características culturales del sur de Europa en general, y de España en particular. A nivel coloquial se dice que los sudcoreanos son los “latinos” de Asia. Su cultura muestra que a la hora de realizar negocios son formales pero no excesivamente protocolarios, y que la tenacidad y perseverancia es propia de su carácter. Es un país ordenado y cívico.

- **Empresa española como nexos europeos.**

En países como China o Japón existen conglomerados de empresas europeas (principalmente alemanas e italianas), los cuales han ocupado la mayoría de sectores. En el

¹⁷ Aquellas ciudades en las que las inversiones en capital humano y social, y en infraestructuras de comunicación, promueven un desarrollo sostenible y una alta calidad de vida, con una gestión de los recursos adecuada mediante un gobierno participativo.

caso de Corea del Sur, no existe ningún conglomerado empresarial que haya conseguido establecer complicidad con la población y con las empresas del país. Esto podría significar una oportunidad para la empresa Beroomers para formar un nexo entre Corea del sur y Europa como empresa española, a través de su producto.

- **Estudiantes.**

Aunque los ratios de movilidad entrante y movilidad saliente no reflejan que Corea del Sur sea el país más aventajado, se debe de tener en cuenta los países de origen de los estudiantes internacionales, y los países de destino de los estudiantes nacionales, así como el número de los mismos.

Además debe de existir un balance entre el número de estudiantes entrantes y el número de estudiantes salientes, con el objetivo de poder llegar a un número mayor de países, y por tanto, posibles clientes-estudiantes.

En el caso de los países de destino, los estudiantes sudcoreanos se trasladan a los principales países asiáticos (Japón, Malasia, o Hong Kong), y a otros países como Estados Unidos, Reino Unido, Alemania o Francia. En el caso de los países de origen, los estudiantes provienen de países como China, Estados Unidos, Japón, India, Canadá, o Malasia. Este hecho permite a la empresa poder entrar en el mercado de otros países asiáticos en el futuro, y aprovechar una oportunidad de negocio comercializando con sus recursos ubicados en los principales países europeos.

Esta elección se ha hecho basándose en un balance entre las ventajas y desventajas de cada país y del funcionamiento del sector en cada país.

Capítulo 4:

Bibliografía

BILBIOGRAFIA

11. Bibliografía

ABOUT PAYMENTS (2016). *E-commerce Market Profiles*. <<https://www.about-payments.com/knowledge-base/markets>> [Consulta: 3 de Agosto de 2016]

AGENCIA EFE (2015). *La deuda externa china se situó en 1,53 billones de dólares en septiembre*. <<http://www.efe.com/efe/espana/economia/la-deuda-externa-china-se-situo-en-1-53-billones-de-dolares-septiembre/10003-2801067/>> [Consulta: 1 de mayo de 2016]

ALUNI.NET (2016). *Información de la empresa*. <<http://www.aluni.net/es/>> [Consulta: 5 de mayo de 2016]

BBVA (2015). *El tapering: qué es y cómo afecta a los mercados financieros*. <<https://www.bbva.com/es/noticias/economia/el-tapering-que-es-y-como-afecta-a-los-mercados-financieros/>> [Consulta: 10 de agosto de 2016]

BEROOMERS (2016). *Información sobre la empresa*. <www.beroomers.com> [Consulta: 1 de marzo de 2016]

BRUN, H. (2011). *El mercado inmobiliario en economía*. <<https://hebrun.wordpress.com/category/04-economia/page/2/>> [Consulta: 20 de mayo de 2016]

CAMPUS LIVING VILLAGES (2016). *Información de la empresa*. <<https://www.campuslivingvillages.com>> [Consulta: 6 de mayo de 2016]

CBI MARKET INTELLIGENCE (2015). *Online payments methods in Europe*. <https://www.cbi.eu/sites/default/files/market_information/researches/product-factsheet-europe-online-payment-methods-2015.pdf> [Consulta: 3 de Agosto de 2016]

CBRE RESEARCH (2016). *Asia Pacific Occupier Survey 2015/2016*. <<http://www.cbre.com/search?k=ASIA+PACIFIC+OCCUPIER>> [Consulta: 21 de mayo de 2016]

CBRE RESEARCH (2016). *Asia Pacific. Real Estate Market Outlook*. <<http://www.cbre.com/research-and-reports/apac-real-estate-market-outlook-2016>> [Consulta: 21 de mayo de 2016]

CEGAJA (2016). *Universidades en Japón*. <<https://cegaja.wordpress.com/articulos/universidades-en-japon/>> [Consulta: 20 de junio de 2016]

CIA (2016). *The World Factbook*. <<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/>> [Consulta: 9 de abril de 2016]

COFADE (2016). *Economic Studies*. <<http://www.coface.com/Economic-Studies-and-Country-Risks/>> [Consulta: 1 de abril de 2016]

COMUNIDAD IEBS (2015). [Infografía] *CEO, CFO, CIO y otras siglas de altos cargos*. <http://comunidad.iebschool.com/iebs/emprendedores-y-gestion-empresarial/ceo-cfo-cio-cto/> [Consulta: 1 de agosto de 2016]

CRUZ, C. (2008). *Housing Sales and Rental Markets in Asia. The property Guide*. <<http://www.globalpropertyguide.com/investment-analysis/Housing-Sales-and-Rental-Markets-in-Asia>> [Consulta: 25 de mayo de 2016]

DOING BUSINESS (2016). *Clasificación de las economías*. <<http://espanol.doingbusiness.org/data/>> [Consulta: 12 de marzo de 2016]

EASYROOMMATE (2016). *Información de la empresa*. <<https://uk.easyroommate.com>> [Consulta: 6 de mayo de 2016]

EL PAÍS (2016). *La economía china crece al ritmo más bajo de los últimos 25 años*. <http://economia.elpais.com/economia/2016/01/19/actualidad/1453184574_248440.html> [Consulta: 1 de mayo de 2016]

ESTUDIA EN MALASIA (2015). *Ven a realizar tus sueños en Asia*. <<http://estudiaenmalasia.blogspot.de/2015/03/por-que-estudiar-en-malasia.html>> [Consulta: 10 de mayo de 2016]

FALCONMASTERS (2014). *Explicando que es Front-End, que es Back-End y sus características*. <<http://www.falconmasters.com/web-design/que-es-front-end-y-que-es-back-end/>> [Consulta: 23 de agosto de 2016]

FERNÁNDEZ, E.M. (2010). *Introducción a la Gestión (Management)*. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia.

FINANCIALRED (2015). *Ranking economías mundiales en los últimos tres años*. <<http://todoproductosfinancieros.com/ranking-economias-mundiales/>> [Consulta: 2 de mayo de 2016]

FOROMARKETING (2016). *Branding Online, necesidad para empresas*. <<http://www.foromarketing.com/el-branding-en-internet-nueva-necesidad-de-las-empresas/>> [Consulta: 23 de agosto de 2016]

GOMFY (2016). *Información de la empresa*. <<http://es.gomfy.com/>> [Consulta: 6 de mayo de 2016]

GSA SPACE TO GROW (2016). *Información de la empresa*. <<http://gsa-gp.com/>> [Consulta: 5 de mayo de 2016]

HELPMADRID (2016). *Información de la empresa*. <<http://www.helpmadrid.com/>> [Consulta: 5 de mayo de 2016]

HOTCOURSES LATINOAMERICA (2015). *Explora las 10 mejores universidades de Singapur*. <<http://www.hotcourseslatinoamerica.com/study-in-singapore/choosing-a-university/explora-las-10-mejores-universidades-de-singapur/>> [Consulta: 7 de junio de 2016]

ICEX (2016). *Información de mercados*. <<http://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/>> [Consulta: 15 de marzo de 2016]

IDABLOG (2015). *¿Qué esperamos de un desarrollador Back-end?* <<https://www.ida.cl/blog/desarrollo/que-esperamos-de-un-desarrollador-back-end/>> [Consulta: 23 de agosto de 2016]

IDABLOG (2015). *¿Qué esperamos de un desarrollador Front-end?* <<https://www.ida.cl/blog/desarrollo/desarrollador-front-end/>> [Consulta: 23 de agosto de 2016]

INBOUNDCYCLE (2015). *Inbound Marketing: ¿Qué es? Origen, metodología y filosofía*. <<http://www.inboundcycle.com/inbound-marketing-que-es>> [Consulta: 23 de agosto de 2016]

INDEX MUNDI (2016). *INB per cápita (moneda local constante)*. <<http://www.indexmundi.com/es/datos/indicadores/NY.GNP.PCAP.KN>> [Consulta: 10 de agosto de 2016]

INFO FRANQUICIAS (2016). *Beroomers, el Marketplace de alojamiento para estudiantes*. <<http://www.infofranquicias.com/cd-30414/Beroomers-el-marketplace-de-alojamientos-para-estudiantes.aspx>> [Consulta: 20 de mayo de 2016]

INTERNATIONAL STUDENTS HOUSE (2016). *Información de la empresa*. <<https://ish.org.uk/>> [Consulta: 6 de mayo de 2016]

LA RAZÓN (2014). *Universidad de Singapur lidera una lista mundial de nuevos centros académicos*. <http://www.la-razon.com/mundo/Universidad-Singapur-mundial-centros-academicos_0_2130986990.html> [Consulta: 6 de junio de 2016]

LASALLE, J.L. (2013). *Optimismo en el mercado inmobiliario internacional: Crecimiento e Inversión*. <<https://blog.anida.es/optimismo-mercado-inmobiliario-internacional-crecimiento-e-inversion/>> [Consulta: 19 de mayo de 2016]

MADRIDEASY (2016). *Información de la empresa*. <<http://www.madrideasy.com/>> [Consulta: 5 de mayo de 2016]

MARTINEZ, D., MILLA, A. (2012). *Metas estratégicas*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.

MESONERO, M., ALCAIDE, J.C. (2012). *Marketing Industrial. Cómo orientar la gestión comercial a la relación rentable y duradera con el cliente*. Madrid: ESIC.

MINISTRY OF EDUCATION OF THE PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA (2016). *Directories*. <http://www.moe.edu.cn/publicfiles/business/htmlfiles/moe/moe_2792/> [Consulta: 5 de abril de 2016]

MINISTRY OF EDUCATION SINGAPORE (2016). *Education*. <<https://www.moe.gov.sg/>> [Consulta: 6 de junio de 2016]

MINISTRY OF JAPAN (2016). *The policy of MOF*. <<http://www.mof.go.jp/>> [Consulta: 18 de junio de 2016]

MUÑOZ, R., *MARKETING XXI* (2016). *¿Qué es el SEO?* <<http://www.marketing-xxi.com/seo.html>> [Consulta: 23 de agosto de 2016]

NTICMASTER (2015). *Social Media Marketing*. <<http://www.nticmaster.com/socialmediamarketing.html>> [Consulta: 23 de agosto de 2016]

OBSERVATORIO DE LA POLÍTICA CHINA (2014). *La demografía china: viejos y nuevos problemas*. <<http://www.politica-china.org/nova.php?id=4810&clase=12&lg=gal>> [Consulta: 14 de abril de 2016]

OECD (2004). *Internationalization and Trade in Higher Education: Opportunities and Challenges*, OECD Publishing, Paris.

OECD (2009). *Higher Education to 2030, Volume 2: Globalization*. OECD Publishing.

OECD (2012). *International Migration Outlook 2012*. OECD Publishing. <http://www.oecd-ilibrary.org/social-issues-migration-health/international-migration-outlook-2012_migr_outlook-2012-en> [Consulta: 24 de mayo de 2016]

OECD (2013). *Indicators Education in Focus. Education at a Glance 2013: OECD Indicators*, OECD Publishing. <<http://www.mecd.gob.es/dctm/inee/indicator-in-focus/edif-2013--n14-esp.pdf?documentId=0901e72b8194456d>> [Consulta: 24 de mayo de 2016]

OECD / World Bank (2007). *Cross-Border Tertiary Education: A Way Towards Capacity Development*. OECD Publishing.

PLAN CAMERAL (2016). *Guía Online de apoyo a la exportación*. <<http://www.plancameral.org/>> [Consulta: 10 de marzo de 2016]

R&A MARKETING (2016). *¿Qué es SEM?* <<http://www.ra-marketing.com/que-es-sem.aspx>> [Consulta: 23 de agosto de 2016]

RIBES, G., HERRERO, A., PERELLÓ, R., RUIZ, J. (2015). *Gestión de los recursos humanos. La dirección de personas*. Valencia: Universidad Politècnica de Valencia.

RODRÍGUEZ, T. (2015). *Rentabilidad y Riesgo de la inversión inmobiliaria*. <<http://bitacoradeunpolifacetico.blogspot.de/2015/11/rentabilidad-y-riesgo-de-la-inversion.html>> [Consulta: 23 de mayo de 2016]

SANTANDER TRADE PORTAL (2016). *Hong Kong: Inversión extranjera*. <<https://es.portal.santandertrade.com/establecerse-extranjero/hong-kong/inversion-extranjera>> [Consulta: 13 de abril de 2016]

SAVILLS WORLD RESEARCH (2014). *World Student Housing 2014*. <<http://classof2020.nl/wp-content/uploads/2016/06/Spotlight-World-Student-Housing-2014-Savills.pdf>> [Consulta: 02 de junio de 2016]

SAVILLS WORLD RESEARCH (2016). *World Student Housing 2015/16*. <<http://pdf.euro.savills.co.uk/global-research/world-student-housing-2015-16.pdf>> [Consulta: 2 de junio de 2016]

SECRETARIA DE ESTADO DE COMERCIO (2016). *Ministerio de Economía y Competitividad de España. Barreras en Mercados Exteriores*. <<http://www.barrerascomerciales.es/>> [Consulta: 30 de abril de 2016]

SELECT PROPERTY GROUP (2016). *Información de la empresa*. <<http://www.selectproperty.com/>> [Consulta: 6 de mayo de 2016]

SERRA, LL., CON TU NEGOCIO (2015). *¿Qué puede aportar un 'digital marketing manager' a tu empresa?* <<http://www.contunegocio.es/redes-sociales/que-puede-aportar-un-digital-marketing-manager/>> [Consulta: 23 de agosto de 2016]

SIMON, H., (1960). *The New Science of Management Decision*. Harper and Row. Estados Unidos: Nueva York.

SINGAPORE EXPATS (2016). *Singapore Property Search*. <<http://www.singaporeexpats.com/>> [Consulta: 1 de junio de 2016]

SPOTAHOME (2016). *Información de la empresa*. <<https://www.spotahome.com/>> [Consulta: 4 de mayo de 2016]

STATISTICS KOREA (2016). *Indicators*. <<http://kostat.go.kr/portal/eng/index.action>> [Consulta: 1 de junio de 2016]

THE GUARDIAN (2014). *Top 20 countries for international students*. <<https://www.theguardian.com/higher-education-network/blog/2014/jul/17/top-20-countries-international-students>> [Consulta: 20 de marzo de 2016]

TIMES HIGHER EDUCATION (2016). *The world University Rankings*. <<https://www.timeshighereducation.com/world-university-rankings>> [Consulta: 3 de julio de 2016]

UNESCO (2009). *Global Education Digest 2009*. UNESCO Institute for Statistics, Montreal.

UNESCO INSTITUTE FOR STATISTICS (2014). *Global Flow of Tertiary-Level Students*. <<http://www.uis.unesco.org/EDUCATION/Pages/international-student-flow-viz.aspx>> [Consulta: 10 de marzo de 2016]

UNIPLACES (2016). *Información de la empresa*. <<https://www.uniplaces.com/es/>> [Consulta: 6 de mayo de 2016]

UNIVERSIA (2016). *Estudiar en el extranjero*. <<http://www.universia.es/>> [Consulta: 10 de junio de 2016]

VISIT KOREA (2015). *Estudiar en Corea*. <http://spanish.visitkorea.or.kr/spa/KE/KE_SP_2_6_1.jsp> [Consulta: 4 de junio de 2016]

VISIT KOREA (2015). *Instalarse en Corea*. <http://spanish.visitkorea.or.kr/spa/KE/KE_SP_2_5_1_3.jsp> [Consulta: 4 de junio de 2016]

WIKIPEDIA (2016). *Hong Kong*. <https://es.wikipedia.org/wiki/Hong_Kong> [Consulta: 5 de mayo de 2016]

YAO, A., DAVRADAKIS, M. (2015). *Research & Investment Strategy*. <https://www.axaim.com/en/search?p_p_id=wcm_search_WAR_wcmfront&keywords=ES_TATE+REAL+AIDAN+YAO> [Consulta: 23 de mayo de 2016]

ZAI CHINA (2011). *Diccionario: Hukou*. <<http://www.zaichina.net/2011/04/27/diccionario-hukou/>> [Consulta: 10 de agosto de 2016]

ANEXOS

ANEXOS

ANEXOS

Anexo 1: Página web de Beroomers, S.L.

¿Buscas alojamiento? ¡Dinos lo que buscas y te ayudamos! **rellenar el formulario**

BE roomers Registrarte Entrar Preferencia alojamiento Favoritos Ayuda IES Publica tu alojamiento

ENCUENTRA TU ALOJAMIENTO IDEAL

¡Reserva online y empieza a vivir tu experiencia!

Cómo funciona

Ciudad, calle, universidad, barrio... Entrada | x Salida | x **Buscar**

Ciudades Beroomers

Madrid Barcelona Valencia Londres Nueva York Boston

Ver más destinos

Cómo funciona

Habitación a primera vista
Encuentra tu habitación, piso o residencia y conecta con tus próximos roomers.

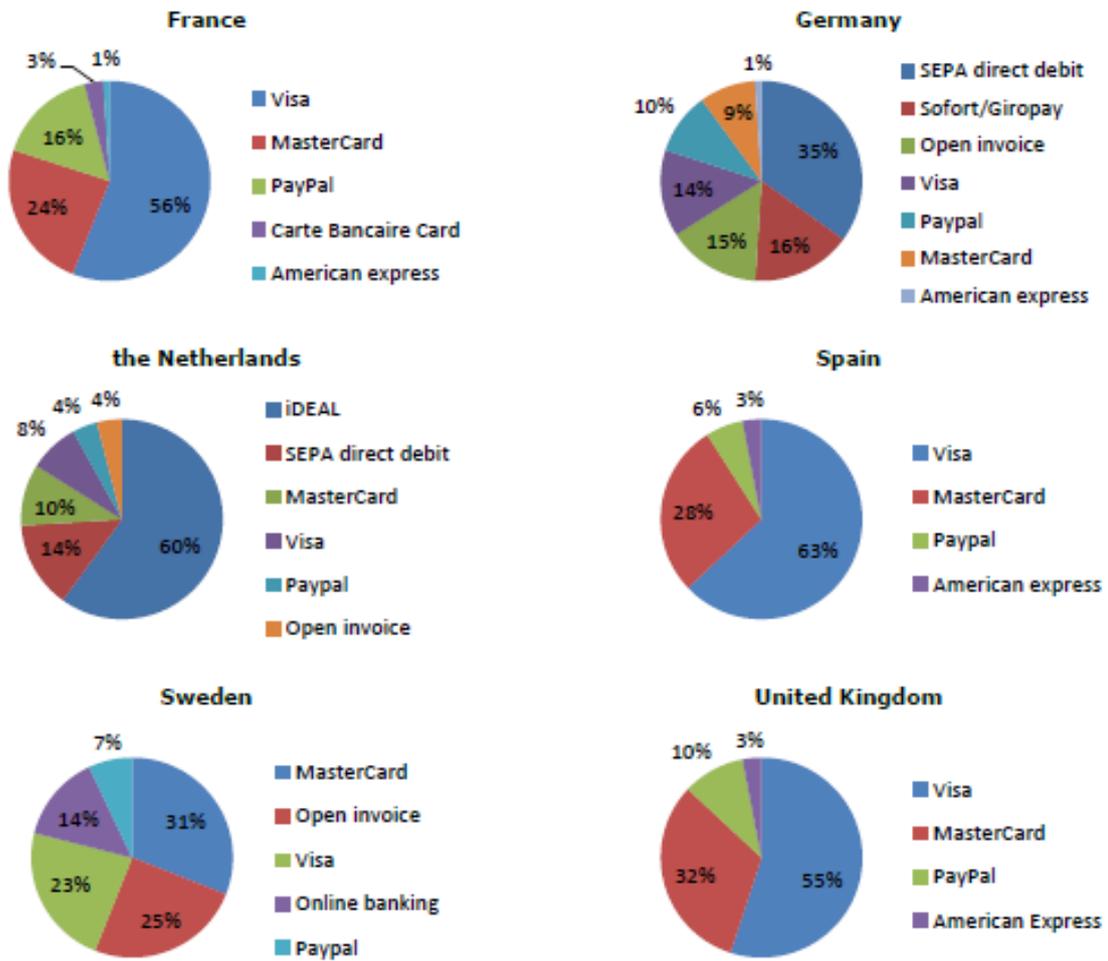
Reserva online
¡Fácil, seguro y rápido! Tu reserva se confirmará en menos de dos días laborables.

Bienvenido
Haz las maletas, instálate y empieza a vivir tu experiencia.

Leer más

Fuente: www.beroomers.com (2016)

Anexo 2: Preferencias en los métodos de pago online en los países europeos



Fuente: CBI Market Intelligence (2015)

POPULAR INDIAN ONLINE PAYMENT METHODS

-  **HDFC Bank Netbanking**
The HDFC Bank's online banking (netbanking) service allows its customers to pay online from their home banking application.
-  **MasterCard**
MasterCard is one of world's best known online payment methods and dominant credit card brands. MasterCard is truly a global payment brand, supporting 150 currencies with over 35 million acceptance locations (point-of-sale and online) in over 210 countries.
-  **Bitcoin**
Bitcoins, like real coins, can be swapped to dollars, pounds or euro (and other currencies). Bitcoin allows people to anonymously buy goods and services over the internet. Merchants benefit from worldwide acceptance, low transaction fees, no bank costs and chargeback protection.
-  **Payza**
A leading global online payment platform, Payza is available in 200+ countries and 20+ currencies.
-  **Visa**
Visa is one of world's best known online payment methods and largest credit card brand. Visa truly is a global payment brand with acceptance at point-of-sale and online in over 170 countries.
-  **ICICI netbanking**
ICICI netbanking in India allows its bank customers to use the bank's home banking to pay for online purchases.
-  **American Express**
American Express is a credit or charge card that can be used for online payments. American Express is amongst the major credit card brands in the world.
-  **Neosurf**
NEOSURF is a prepaid card (voucher) for online payments
-  **Skrill Wallet**
Skrill is the easy way to make safe and fast online payments internationally, with the highest security standards.
-  **Allied Wallet**
Allied Wallet offers an international service that connects buyers and sellers in 196 countries, providing a simple means to buy and sell online.
-  **MobiKwik**
MobiKwik is India's fastest growing mobile wallet solution. MobiKwik can be used for online and in-app purchases, mobile top-ups and bill payments (utilities, insurance). Already over 5 million Indian consumers use the MobiKwik wallet.
-  **EgoPay e-Wallet**
EgoPay is a widely accepted e-payment solution which provides an digital wallet for consumers to shop online, send money and fund Forex and cryptocurrency accounts.
-  **PayPal**
PayPal is the online payment method that enables people to send money and to shop online without sharing financial information. Shoppers can pay from their PayPal preloaded balance, directly from their bank account or stored credit cards like MasterCard and Visa.
-  **Visa Debit**
Visa Debit is a major brand of debit card issued by Visa in many countries around the world.
-  **Yandex.Money**
Yandex.Money is the largest electronic payment service in Russia, offering easy, safe, and reliable methods of paying and accepting payments online from bank cards, e-wallets, mobile phone balances, and in cash via payment kiosks.
-  **SMS Billing**
Reverse SMS billing or premium SMS service means that the user of the recipient phone rather than the message sender is charged for the cost of the SM
-  **MoneyToPay**
A prepaid, rechargeable and customized card for online purchases (co-branded MasterCard or Visa).
-  **Wire Transfer**
Wire transfer or credit transfer is a method of electronic funds transfer from one person or institution (entity) to another. A wire transfer can be made from one bank account to another bank account or through a transfer of cash at a cash office.

Fuente: About Payments (2016)

Anexo 4: Métodos de pago más populares en Japón

POPULAR JAPANESE ONLINE PAYMENT METHODS



American Express

American Express is a credit or charge card that can be used for online payments. American Express is amongst the major credit card brands in the world.



MasterCard

MasterCard is one of world's best known online payment methods and dominant credit card brands. MasterCard is truly a global payment brand, supporting 150 currencies with over 35 million acceptance locations (point-of-sale and online) in over 210 countries.



Bitcoin

Bitcoins, like real coins, can be swapped to dollars, pounds or euro (and other currencies). Bitcoin allows people to anonymously buy goods and services over the internet. Merchants benefit from worldwide acceptance, low transaction fees, no bank costs and chargeback protection.



Visa

Visa is one of world's best known online payment methods and largest credit card brand. Visa truly is a global payment brand with acceptance at point-of-sale and online in over 170 countries.



Payza

A leading global online payment platform, Payza is available in 200+ countries and 20+ currencies.



Skrill Wallet

Skrill is the easy way to make safe and fast online payments internationally, with the highest security standards.



Allied Wallet

Allied Wallet offers an international service that connects buyers and sellers in 196 countries, providing a simple means to buy and sell online.



MoneyToPay

A prepaid, rechargeable and customized card for online purchases (co-branded MasterCard or Visa).



Visa Debit

Visa Debit is a major brand of debit card issued by Visa in many countries around the world.



SMS Billing

Reverse SMS billing or premium SMS service means that the user of the recipient phone rather than the message sender is charged for the cost of the SM



EgoPay e-Wallet

EgoPay is a widely accepted e-payment solution which provides an digital wallet for consumers to shop online, send money and fund Forex and cryptocurrency accounts.



PayPal

PayPal is the online payment method that enables people to send money and to shop online without sharing financial information. Shoppers can pay from their PayPal preloaded balance, directly from their bank account or stored credit cards like MasterCard and Visa.



Yandex.Money

Yandex.Money is the largest electronic payment service in Russia, offering easy, safe, and reliable methods of paying and accepting payments online from bank cards, e-wallets, mobile phone balances, and in cash via payment kiosks.



Carrier Billing

Carrier billing lets wireless subscribers place the cost of a purchase for a digital good on their monthly phone bill. It's facilitated by providers w



Wire Transfer

Wire transfer or credit transfer is a method of electronic funds transfer from one person or institution (entity) to another. A wire transfer can be made from one bank account to another bank account or through a transfer of cash at a cash office.

Fuente: About Payments (2016)

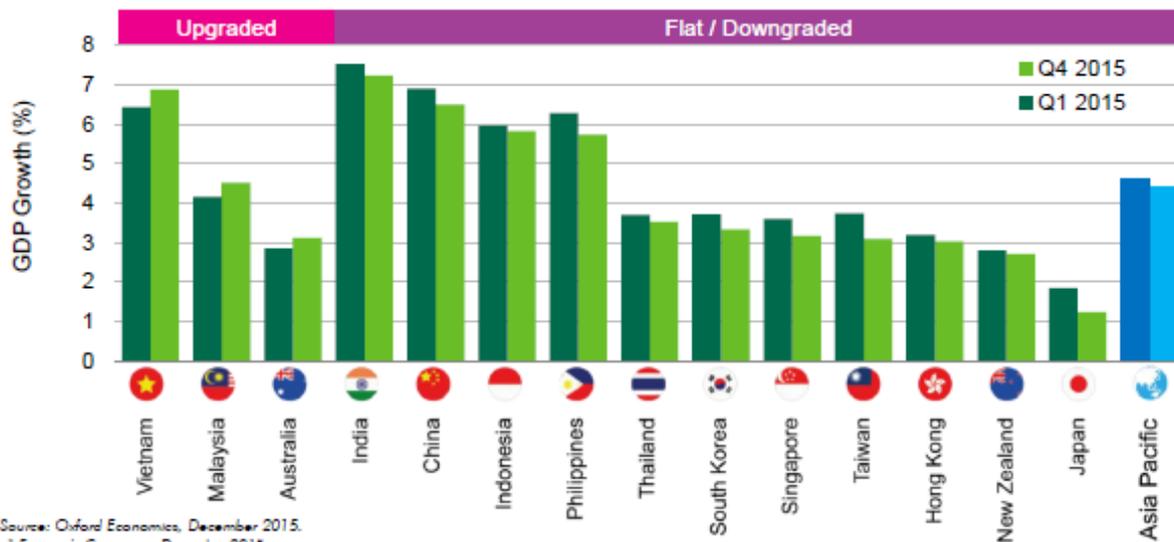
Anexo 5: Top de la inversión global de estudiantes internacionales en 2015

Top global student investment deals 2015

Buyer	Origin	Destination	Major deal
CPP Investment Board	Canada	UK	Liberty Living portfolio (£1.1bn/\$1.7bn)
Greystar/PSP	USA	UK	Nido London portfolio (£600m/\$920m)
Greystar/Goldman Sachs	USA	UK	Knightsbridge Student Housing, Westbourne portfolio (£500m/\$770m)
LetterOne Treasury Services	Luxembourg /Russia	UK	Pure Student Living portfolio (£500m/\$770m)

Fuente: World Student Housing 2015-16, Savills World Research, 2015.

Anexo 6: Previsión de evolución del PIB de las economías asiáticas para 2016



Source: Oxford Economics, December 2015.
1 Economic Consensus, December 2015

Fuente: Asia Pacific Real Estate Outlook. CBRE Research, 2016.

Anexo 7: Retos y oportunidades del sector inmobiliario en Asia-Pacífico

REAL ESTATE MARKET OUTLOOK



Fuente: Asia Pacific Real Estate Outlook. CBRE Research, 2016.

Anexo 8: Perspectiva de la evolución del alquiler por menor



Fuente: Asia Pacific Real Estate Outlook. CBRE Research, 2016.