

Cómo hacer negocios en China

Invertir con éxito en el gigante asiático



*El informe **Doing business in China**, elaborado por PwC, hace un análisis del gigante asiático desde el punto de vista de los inversores internacionales, recoge los principales aspectos que debe tener en cuenta una compañía a la hora de entrar en China y destaca las áreas geográficas con mayor potencial de crecimiento del país.*

El consumo interno en China impulsará las inversiones de empresas occidentales

China se ha convertido en un referente para las inversiones de las compañías occidentales. Solamente en 2011, la inversión extranjera en el país alcanzó los 116.000 millones de dólares. Y las previsiones de crecimiento de su economía –alrededor de un 8% anual en los próximos años– hacen pensar que seguirá siendo uno de los mercados más atractivos para las empresas occidentales.

El consumo interno en China será una de las principales palancas de su crecimiento en los próximos años. De hecho, las autoridades de la región se han propuesto doblar la renta per cápita de sus habitantes, tanto los de las zonas rurales como urbanas. Actualmente, las ventas al por menor en China ya aportan el 55% del PIB nacional, por lo que

existen grandes oportunidades de expansión para las marcas y productos extranjeros.

También los cambios demográficos que vivirá la región abrirán nuevos retos para el crecimiento de empresas occidentales. El 40% de los habitantes chinos tendrá más de 50 años en 2020,

por lo que empresas de sectores como el asegurador, el farmacéutico o el sanitario pueden aprovecharlo para abordar procesos de crecimiento en la región, en la medida en que las restricciones actuales en estos sectores se vayan reduciendo.

Peculiaridades del mercado chino

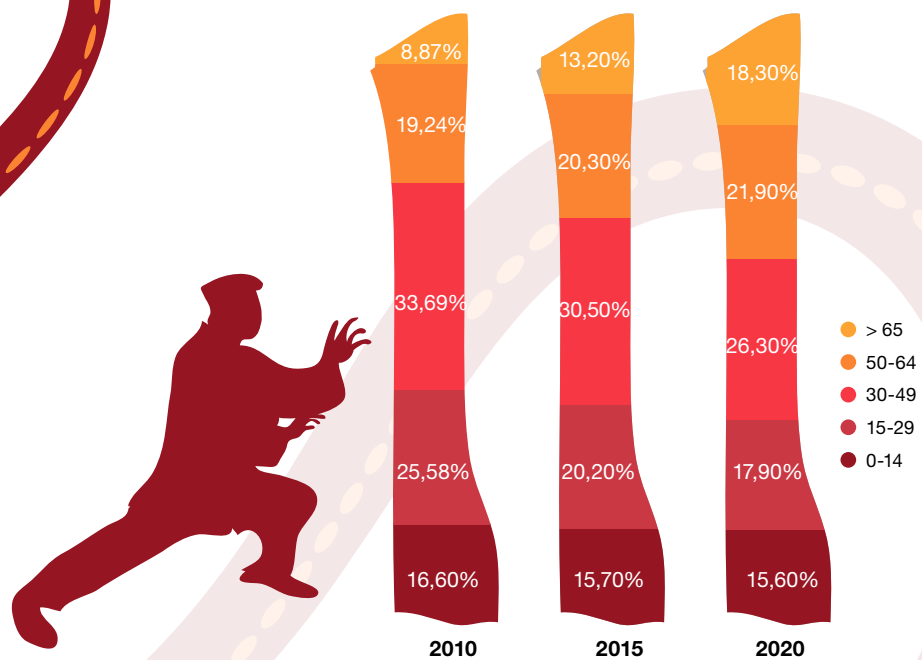
China no es país homogéneo. Por esta razón, los inversores deben tener muy claro las zonas más adecuadas para sus inversiones en función de sus objetivos. El informe divide el territorio chino en cuatro grandes áreas. Las diferencias en número de habitantes y en renta per cápita de cada una de ellas son notables.

En el **primer grupo** se encuentran cuatro de las principales ciudades del país –Beijing, Shanghai, Guangzhou y Shenzhen–. Se trata de la zona con una mayor población, ya que todas las ciudades superan los 7 millones de habitantes. Este primer grupo concentra la mayor capacidad económica del país y su renta per cápita supera los 7.970,6 euros.

El **segundo grupo** lo integran 29 ciudades que tienen una población de entre 4 y 7 millones de habitantes. En este caso, el nivel de desarrollo económico de estas urbes es entre medio y alto, con una renta per cápita que va desde los 4.291,9 hasta los 7.970,6 euros. Estas ciudades se encuentran en la zona central y oriental del gigante asiático.

Tras estos dos grupos, se sitúan el resto de ciudades, un total de 254. Su nivel de desarrollo económico es medio/bajo, con poblaciones que alcanzan los 4 millones de habitantes como máximo y unas rentas inferiores a 4.291,9 euros.

Población por grupos de edad



Áreas clave de la economía china para los próximos años, según los CEOs de empresas de todo el mundo

48%

El consumo interno impulsará el desarrollo económico del país.

43%

Profundizar la reforma financiera, promover la liberalización de divisas y controlar la política de tipos de interés.

41%

Duplicar la renta per cápita en 2020 (tanto de los ciudadanos de áreas urbanas como rurales).

32%

Hacer frente a las principales barreras que se interponen en el camino hacia el desarrollo.

26%

Transformación de las industrias tradicionales y desarrollar de forma sostenible los procesos de fabricación y producción.

Hoja de ruta para las inversiones

Las empresas españolas interesadas en invertir en China deberían plantearse una serie de aspectos antes de desembarcar en la región. El primer paso es efectuar un **análisis previo del mercado**, desde el punto de vista del producto o servicio que pretende comercializar o producir la compañía y de sus intenciones de inversión.

Otro aspecto crítico es la **gestión de riesgos**. Las compañías deben adaptarse al mercado y, lo que es más importante, a su cultura pero sin olvidar el control de los riesgos. No solamente los legales, regulatorios o fiscales, sino también los culturales, tanto desde un punto de vista relacional como empresarial.

Por otro lado, tampoco son baladíes todos aquellos temas relacionados con los **recursos humanos y el talento**. En China, por un lado, es posible encontrar profesionales con un alto grado de preparación (con los salarios acordes con los estándares occidentales o incluso mayores). Pero, al mismo tiempo, existe otro perfil de profesionales, sin formación en el exterior, y que tienden a tener una forma de trabajar un tanto inflexible, sin capacidad de adaptación, con falta de iniciativa, de manera muy jerarquizada y con poco sentido de trabajo en equipo.

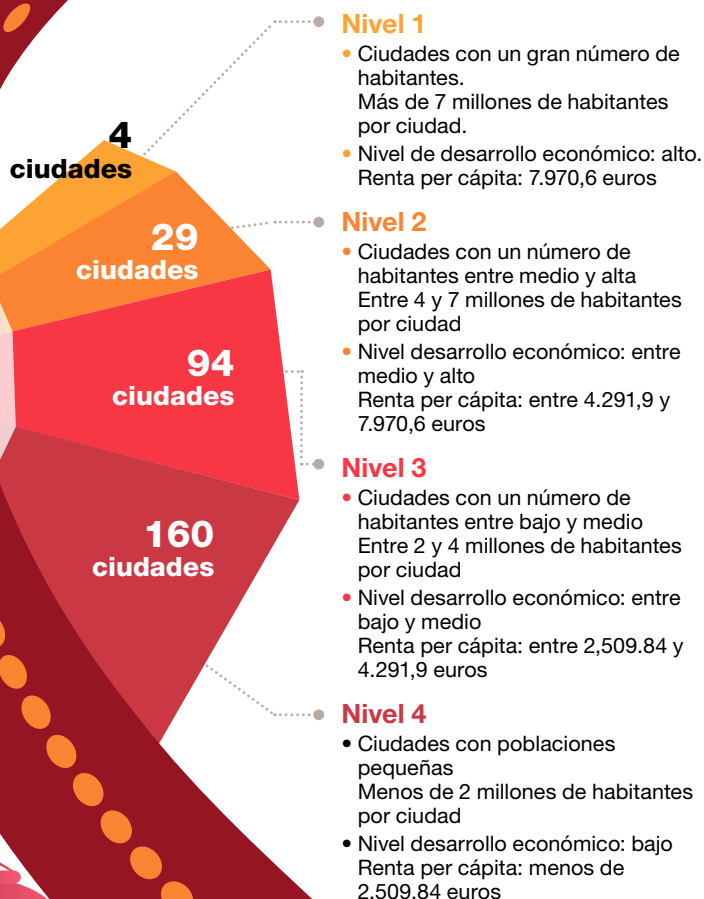
Asimismo, el informe también destaca la importancia de la gestión de la **tesorería** de las sociedades que se constituyen en China. El control de cambios es muy restringido en la región, y esto puede provocar problemas en las empresas, tanto para introducir dinero en China como para utilizarlo fuera de China si se obtienen beneficios allí. La estrategia de tesorería debería ser dinámica y flexible para tener en cuenta, constantemente, los cambios en los negocios y en las políticas reguladoras.

Por otro lado, para poder crecer en China mediante posibles fusiones y adquisiciones, es muy importante estar bien asesorado desde un punto de vista local, para ser capaz de identificar todas las cuestiones y riesgos que puede haber detrás de la inversión en una compañía china, que cuenta con peculiaridades propias de la cultura empresarial del país... Además, la situación del mercado motiva que los precios de las operaciones sean muy altos, debido al potencial futuro de la economía china.

Informe completo

Para descargarte el informe completo aplica la realidad aumentada. Sigue los pasos que aparecen en la contraportada de este documento o accede a www.pwc.es

Población de las ciudades chinas



Nivel	Ciudad	
1	Beijing	Shanghai
	Guangzhou	Shenzhen
2	Changchun	Shenyang
	Dalian	Yantai
	Zibo	Zhengzhou
	Wuxi	Nantong
	Hangzhou	Shaoxing
	Hefei	Wuhan
	Fuzhou	Quanzhou
	Tianjin	Tangshan
	Qingdao	Jinan
	Nanjing	Yangzhou
	Suzhou	Jiaxing
	Ningbo	Taizhou
	Nanchang	Changsha
	Dongguan	Foshan
	Chengdu	

18%

Bajar la intensidad y el nivel de emisiones de carbono y sustancias contaminantes.

18%

Aumentar el crecimiento del PIB mediante avances tecnológicos para crear una economía basada en la innovación.

Las claves

- El consumo interno en China será una de las principales palancas de su crecimiento en los próximos años. En la actualidad, las ventas al por menor en China ya aportan el 55% del PIB nacional, por lo que existen grandes oportunidades de expansión para las marcas y productos extranjeros.
- También los cambios demográficos que vivirá la región abrirán nuevos retos

para el crecimiento de empresas occidentales. Empresas de sectores como el asegurador, el farmacéutico o el sanitario tendrán grandes oportunidades de crecimiento, siempre y cuando las restricciones actuales en estos sectores se vayan reduciendo.

- China no es país homogéneo. Por esta razón, los inversores deberán conocer las cuatro grandes áreas en las que se divide el territorio chino.

Las diferencias en número de habitantes y en renta per cápita de cada una de ellas son notables.

- Un análisis previo del mercado, una buena gestión de riesgos y de la tesorería, el capital humano y estudiar con detalle los posibles acuerdos con socios locales, los principales pasos a seguir para las compañías que desembarcan en China.



Contactos



En España:
Javier de Paz
javier.depaz.lagar@es.pwc.com
+34 915 684 188



En China (Spanish Desk)
Carlos Martínez de Aragón
carlos.dearagon@cn.pwc.com
carlos.martinez_de_aragon@es.pwc.com
+86 (21) 2323 1489

Este documento contiene realidad aumentada.
Sigue los siguientes pasos para descubrirla:



Paso 1:
Descarga la app. Layar gratuita para iPhone o Android.



Paso 2:
Abre la app. Layar y enfoca la portada.



Paso 3:
Pulsa en la pantalla táctil sobre el contenido interactivo.



pwc

PwC ayuda a organizaciones y personas a crear el valor que están buscando. Somos una red de firmas presente en 158 países con más de 180.000 profesionales comprometidos en ofrecer servicios de calidad en auditoría, asesoramiento fiscal y legal y consultoría. Cuéntanos qué te preocupa y descubre cómo podemos ayudarte en www.pwc.es

© 2013 PricewaterhouseCoopers S.L. Todos los derechos reservados. "PwC" se refiere a PricewaterhouseCoopers S.L., firma miembro de PricewaterhouseCoopers International Limited; cada una de las cuales es una entidad legal separada e independiente.