

---

## Nota de Prensa

**Fecha** Abril de 2012  
**Contacto** Xavi Janer, PwC  
Tel: 915 685 400  
e-mail: xavier.janer.serra@es.pwc.com

**Páginas** 3

---

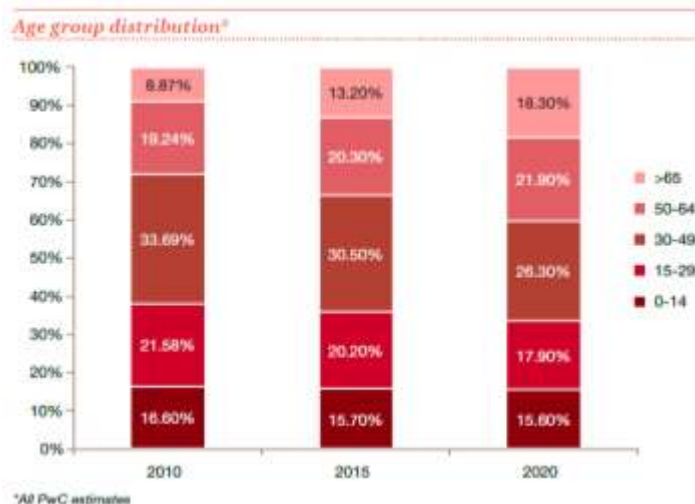
### Informe 'Doing business in China' elaborado por PwC

## El consumo interno en China impulsará las inversiones de empresas occidentales en los próximos años

- *El 40% de los habitantes en China tendrá más de 50 años en 2020, por lo que empresas de sectores como el asegurador, el farmacéutico o el sanitario tendrán grandes oportunidades de crecimiento*
- *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*

**Madrid, abril de 2013.** 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.

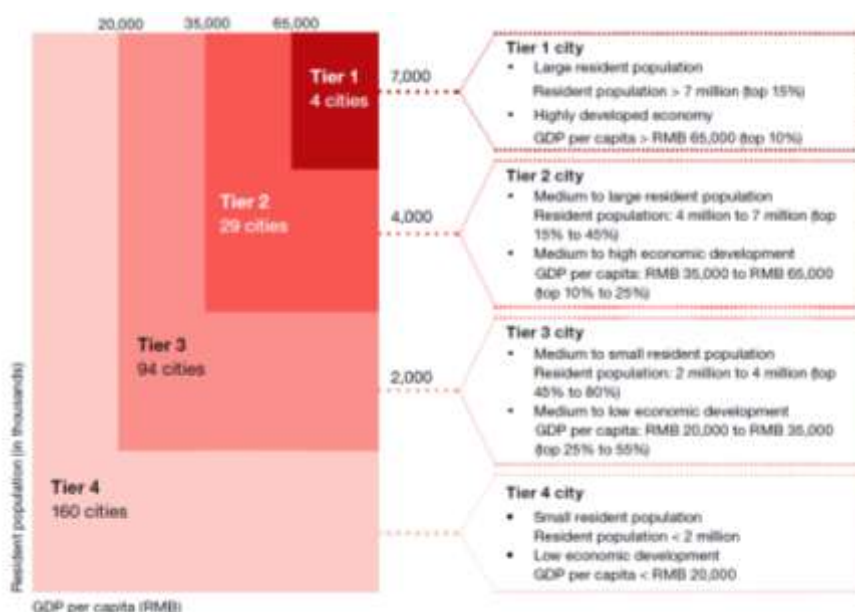
En este sentido, el informe ***Doing business in China***, elaborado por PwC, señala que el consumo interno en China será una de las principales palancas de su crecimiento en los próximos años. De hecho, las autoridades de la región se han propuesto doblar la renta per cápita de sus habitantes, tanto 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.

Sin embargo, China no es país homogéneo. Por esta razón, los inversores deberán tener muy claro las zonas más adecuadas para sus inversiones en función de sus necesidades. 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.

### ***Cómo invertir en China***

El documento plantea una serie de aspectos que todas las empresas españolas interesadas en invertir en China deberían plantearse 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 del 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. Además, en relación con la mano de obra para fábricas, los salarios se han incrementado mucho en comparación con hace unos años, y ya no resulta tan atractivo producir en China para determinadas industrias.

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. Además, es conveniente evaluar cómo la creciente internacionalización del Renminbi afecta a la empresa desde el punto de vista competitivo, de ingresos, costes, flujo de caja y riesgos. El documento señala que la optimización de efectivo y las prácticas de gestión bancaria es la mejor manera de minimizar las necesidades de financiación.

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.

Finalmente, el informe facilita información práctica, a modo de guía, sobre el régimen legal, regulatorio, laboral y fiscal aplicable en China, especialmente enfocado a empresas extranjeras que realizan inversiones en China.

**Para Carlos Martínez de Aragón, responsable del Spanish Desk de PwC China en Shanghai, “China ofrece inmensas posibilidades para que una empresa española triunfe y conquiste su mercado. Pero para ello, es fundamental entender el mercado y la cultura de China, preparar una estrategia clara y realista para acceder al consumidor chino, invertir tus mejores recursos, saber ser flexible para adaptarse a los cambios, asesorarse bien por expertos locales y mantener en todo momento el optimismo en el éxito del proyecto”.**

**Nota:**

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.com](http://www.pwc.com).