

SERVICIOS AL  
**EXPORTADOR**

**información**

2010

Guía de Mercado

**CHINA**

Documento especial para PROMO



*prom.*  
perú

## Guía del Mercado CHINA

### Información general



China es el cuarto país más grande del mundo en extensión territorial, luego de Rusia, Canadá y Estados Unidos. Tiene ocho veces el tamaño del Perú y su capital es Beijing y su ubicación geográfica permite que tenga como vecinos a 14 países, Afganistán, Bután, Birmania (Myanmar), India, Kazajistán, Kirguistán, Laos, Mongolia, Nepal, Corea del Norte, Pakistán, Rusia, Tayikistán y Vietnam.

China, con más de 1,300 millones de habitantes, es el país más poblado del mundo. La estructura de edad es la

siguiente: entre 0 y 14 años concentran el 19.8%; entre 15 y 64 años, 72.1%, mientras que 65 años y superior, el 8.1%. La edad mediana es de 34 años, la tasa de crecimiento es 0.655% y es considerada baja a nivel mundial. En todos los grupos de edad hay más hombres que mujeres excepto cuando la edad supera los 64 años. La esperanza de vida al nacer es 73 años y el 43% vive en la zona urbana y menos del 10% es analfabeto. El principal grupo étnico es Han Chinese (91.5%) y entre otras se encuentran Zhuang, Manchu, Hui, Miao, Uyghur.

El idioma oficial es el chino mandarín. Asimismo, existen más de cien dialectos utilizados en todo el territorio chino. En los negocios, se emplean el chino (mandarín y cantones) y el inglés en menor escala.

La unidad monetaria es el Renminbi Yuan (CNY). Las equivalencias monetarias en términos del dólar norteamericano USD (Unidad Monetaria de los Estados Unidos) y de los nuevos soles PEN (Perú) se indican en cuadro adjunto<sup>1</sup>.

Live rates at 2010.06.15 17:20:00 UTC	
1.00 CNY = 0.146321 USD	
China Yuan Renminbi	United States Dollars
1 CNY = 0.146321 USD	1 USD = 6.83430 CNY
1.00 CNY = 0.416183 PEN	
China Yuan Renminbi	Peru Nuevos Soles
1 CNY = 0.416183 PEN	1 PEN = 2.40279 CNY

### Tendencias económicas

Las reformas orientadas al mercado implementadas por el gobierno chino en las últimas dos décadas han tenido un impacto profundo en su economía y en la mundial. Luego de ingresar como miembro a la OMC, en diciembre del 2001, las inversiones extranjeras en el país se ha fortalecido considerablemente. El énfasis del gobierno chino para orientar las inversiones hacia el sector manufacturas ha ocasionado una saturación del mercado en algunas industrias, mientras que el sector servicios se encuentra poco desarrollado.

Debido a la crisis financiera, en el 2009 el PBI se desaceleró ligeramente aunque incrementó 8.7%, valor superior a la meta del Gobierno. De esta manera, la economía china se mantuvo estable y se evitó la expansión del desempleo como ocurrió en Estados Unidos y Europa.

<sup>1</sup> Para mayor información: [www.xe.com](http://www.xe.com)

**Cuadro N° 1:**  
**Indicadores Económicos en China**

Indicadores económicos	2008	2009	2010*	2011*
Crecimiento real del PBI (%)	9.6	8.7	10.0	9.9
PBI per cápita (US\$)	3,404	3,678	3,999	4,441
Tasa de inflación (%)	5.9	-0.7	3.1	2.4
Tasa de desempleo (%)	4.2	4.3	-	-

\* Según estimaciones del Fondo Monetario Internacional  
Fuente: FMI – World Economic Outlook Database

Los pronósticos para el presente año devuelven la confianza en la estabilidad de la principal economía emergente. Sin embargo, luego de desatarse la crisis en Grecia ha vuelto a renacer la preocupación por el supuesto sobre calentamiento y la posibilidad que se esté formándose otra burbuja financiera en esta economía y que podría tener nefastas consecuencias para el mundo.

**Cuadro N° 2:**  
**Ranking de Facilidad para hacer Negocios 2010**

Criterios	China	Perú	Colombia	México	El Salvador	Vietnam
Facilidad de hacer negocios	89	56	37	51	84	93
Apertura de un negocio	151	112	74	90	121	116
Manejo permiso de construcción	180	116	32	37	128	69
Contrato de trabajadores	140	112	63	136	106	103
Registro de propiedades	32	28	51	99	46	40
Obtención de crédito	61	15	61	61	43	30
Protección de los inversores	93	20	5	41	119	172
Pago de impuestos	125	86	115	106	134	147
Comercio transfronterizo	44	91	97	74	61	74
Cumplimiento de contratos	18	114	152	81	50	32
Cierre de una empresa	65	99	32	24	81	127

Fuente: Doing Business. Banco Mundial.

China es uno de los principales productores y consumidores de productos agrícolas en el mundo. Cerca de la mitad de la fuerza laboral se dedica al sector agrícola, aunque sólo el 10% de la tierra es adecuada para el cultivo. La agricultura contribuye con el 13 al PBI de China.

Los chinos se encuentran entre los principales productores de arroz, maíz, trigo, soja, vegetales, té y cerdo del mundo. Asimismo, el sector industrial y construcción representa el 46% del PBI del país. Los principales sectores industriales son el minero, procesamiento de hierro, maquinarias, textiles y confecciones, químicos, fertilizantes, automóviles, entre otros. Cabe mencionar que China fue el destino preferido de las fábricas extranjeras debido a la fuerza laboral de bajo costo<sup>2</sup>. En los últimos dos años esta tendencia ha cambiado debido al incremento en los costos productivos y están surgiendo nuevas alternativas como Vietnam.

En el Cuadro N° 2 se presenta la clasificación global de los datos de *Doing Business*, de la "Facilidad de hacer negocios" (entre 181 economías) y la clasificación por cada tema, tanto para el Perú, China y otras economías cercanas. El Perú se encuentra en la posición 56° en el

<sup>2</sup> FITA (The Federation of International Trade Associations)

ranking global con respecto a la facilidad de hacer negocios, mientras que China se encuentra en la posición 89º. La ventaja peruana se centra en el manejo de permiso de construcción, la apertura de negocios, el contrato de trabajadores y el pago de impuestos.

### **Regulaciones a las importaciones y aranceles**

Las importaciones en China están sujetas a un plan de control estatal y son reguladas de diversas formas como licencias de importación e inspección de *commodities*. La aplicación de estas regulaciones depende de la prioridad que el gobierno chino le asigne a estos productos. Existen bienes restringidos que están sujetos a la planificación estatal y su aprobación debe tramitarse antes que la licencia de importación. Las importadoras autorizadas solo necesitan licencias generales que les permite nacionalizar productos dentro de su ámbito y límites autorizados y que no sean restringidos por el gobierno.

El Ministerio de Comercio es el responsable de la administración de las licencias de importación a nivel nacional. Las agencias autorizadas emiten las licencias según las regulaciones incluidas en los listados de mercancías sujetos a control de permisos y emisión diferenciada de productos. Para obtener un permiso, las empresas deben completar el llenado de una solicitud. Además debe presentar la licencia comercial para corporaciones que ha pasado la revisión anual y el formulario de registro de empresas de comercio exterior. Las empresas con inversión extranjera deben presentar el Instrumento de Aprobación para las empresas con inversión extranjera.

La aduana revisará y desaduanará las mercancías sobre la base de las licencias válidamente emitidas con antelación a la operación de importación. Estos permisos tienen una validez de un año y se puede usar solo en un distrito aduanero.

Existen cuotas de importación para más de 400 productos tales como automóviles, alimentos y textiles. Algunos de los productos que tienen cuotas de importación son el trigo, maíz, arroz, aceite de soya, algodón, cebada, aceites vegetales y fertilizadores. El criterio para establecer estas cuotas no se encuentra disponible al público en general. Además, la mayoría de los productos importados en China se encuentran sujetos a inspección. Incluso se realiza una inspección preliminar en el país exportador para algunos productos (textiles, por ejemplo) o una inspección en el puerto o aeropuerto de destino a fin de verificar que los productos cumplan con los estándares chinos. Estos controles se realizan directamente y de manera exclusiva por las autoridades chinas.

Los documentos exigidos son el conocimiento de embarque (guía aérea), facturas, packing list, contrato de compra venta. Para distintas mercancías se exigen documentos tales como el libro de registro para materiales suplementarios, libro de registro para procesamiento comercial, documento de despacho para mercancías importadas, permiso de importación automático para productos mecánicos y electrónicos.

Al momento de importar se aplica el derecho de aduana (DA) que pueden ser de dos clases el arancel general o el preferencial otorgado a aquellos países que han firmado acuerdos comerciales con China. A nivel interno, se debe considerar el IVA (impuesto al valor agregado), a menos que se apliquen algunas reglas especiales, y el impuesto al consumo (IC) que se aplica a 11 categorías de bienes de consumo que incluyen tabaco, bebidas alcohólicas, cosméticos, productos para el cuidado de la piel y el cabello, joyas, fuegos artificiales, gasolina, petróleo diesel, neumáticos, motos y automóviles.

A continuación se detallan algunos de los principales productos importados por China desde Perú con los respectivos aranceles que este país le aplica a nuestro país, al mundo y los tres principales competidores de cada partida.

**Cuadro N° 3:**  
**Aranceles para productos peruanos en China**

HS6	Descripción	Mundo (%)	Perú (%)	Rank Perú	Principales competidores (%)
0307.49	Pota congelada	12.0	10.8	3	EEUU(20), Corea(16), Perú(15)
1605.90	Almejas, locos preparados	5.0	5.0	1	Perú(69), Japón(8), Chile(6)
0806.10	Uva fresca	13.0	7.8	3	Chile(55), EEUU(33), Perú(7)
1212.20	Algas	15.0	13.8	3	Indonesia(48), Chile(32), Perú(11)
2810.00	Óxido de boro	5.5	5.0	5	Rusia(25), Chile (24), Turquía(20)
0304.29	Filetes de pescado congelado	10.0	0.0	3	Rusia(35), EEUU(17), Perú(8)
6105.10	Camisas de algodón	16.0	16.0	6	Hong Kong(37), Italia(20), Turquía(8)
3203.00	Materias colorantes	6.5	6.3	5	Alemania(14), India(13), Japón(13)
6109.10	Polos de algodón	14.0	12.6	16	Italia(16%), Turquía(10%), Portugal(9)
3202.10	Productos curtientes sintéticos	6.5	5.2	17	Alemania(22), Italia(19), India(11)
4407.29	Madera aserrada tropical	0.0	0.0	13	Myanmar(23), Brasil(19), Indonesia(19)
2817.00	Óxido de zinc	5.5	4.8	7	Taiwán(39), Corea del Sur(15), Japón(9)
0303.80	Hueveras de pescado	10.0	10.0	4	Rusia(50), EEUU(40), Japón(4)
3205.00	Lacas colorantes	6.5	0.0	7	EEUU(44), Japón(15), Reino Unido(11)
0804.50	Mango	15.0	12.0	5	Myanmar(44), Tailandia(33), Filipinas(15)

Fuente: World Trade Atlas. Aduana china.

### Distribución y transporte de mercaderías

Anteriormente dominado por un sistema controlado por el estado, las reglas que gobiernan la administración del comercio no se encuentran bien estructuradas en China. Las principales zonas comerciales en el país se encuentran localizadas cerca de Shanghai, Beijing, Guanzhou y Hong Kong. Hong Kong mantendrá su estatus de puerto de comercio libre por 50 años a partir de la reunificación con China.

Existen diferencias entre las zonas urbanas y rurales en China. El 75% de los puntos de venta se concentran en la parte este del país. En la zona urbana la población tiene un ingreso per cápita promedio de US\$ 800 dólares, mientras que en la zona rural el ingreso promedio es de US\$ 270 dólares.

La distribución del sector minorista se encuentra desarrollado en las grandes ciudades y pueblos. Con los hipermercados sucede lo mismo. El mercado de consumo masivo se encuentra dominado por grupos asiáticos tales como Shanghai Bailin que tiene 5,000 puntos de venta. Sin embargo, existen grupos extranjeros que se han establecido de manera satisfactoria en China como Carrefour que se ha convertido en el quinto distribuidor en China. Otros hipermercados importantes son Wal-Mart (con 55 puntos de venta), Tesco y Park 'n Shop. En las zonas rurales, el comercio tradicional sigue siendo de suma importancia debido a que aún las empresas extranjeras no se han establecido.

Es aconsejable contar con un agente especializado y que goce de buenas relaciones institucionales a fin de vender en China. Si una empresa exportadora desea ingresar al mercado chino grandes volúmenes, se debe considerar la apertura de una oficina de representación en China. En efecto, el gobierno chino alienta el establecimiento de empresas extranjeras.

En cuanto al transporte de mercaderías, el principal puerto de entrada es Shanghai. En 2009, ingresaron a través de este puerto mercancías por US\$ 190 millones lo que representó el 18.9% del total de importaciones de China. Otros puertos importantes son: Shenzhen (13.3%), Nanjing (11.6%), Qingdao (8.7%), Huangpu (6.4%), Tianjin (6.3%), entre otros. Las compras desde el Perú también ingresan por Shanghai (15.0%), Nanjing (13.2%) y Qingdao (8.6%).

Los principales aeropuertos internacionales son: Beijing, Guangzhou Baiyun, Shanghai Hongqiao, Chengdu, Shenzhen y Xiamen<sup>3</sup>.

**Cuadro Nº 4:**  
**Importaciones según Puerto de Entrada**  
**(Miles de millones de dólares)**

Puerto de Entrada	2009	Part. 09 (%)
Shanghai	190	18.9
Shenzhen	134	13.3
Nanjing	116	11.6
Qingdao	88	8.7
Huangpu	65	6.4
Tianjin	63	6.3

Fuente: World Trade Atlas

### Tendencias del consumidor de China

El tamaño de la economía china, que se hace cada vez de mayor nivel adquisitivo y que tiene conciencia de ello, lo hace un mercado atractivo para todo tipo de producto desde pasta de dientes hasta autos de lujo, pasando por servicios financieros.

<sup>3</sup> FITA (The Federation of International Trade Associations)

China se está urbanizando rápidamente pero aún es un país de extremos. Menos del 40% vive en la zona urbana y la renta creció al mismo nivel del PBI, aproximadamente 10% al año, mientras que en la región rural 1%. Incluso al interior de las ciudades existe mucha disparidad.

El consumidor quiere productos que sean prácticos y que funcionen bien, sin embargo, ya están comenzando a fijarse en las marcas que transmiten una imagen de éxito y como una forma de sentirse especiales. Con tanta diversidad es fácil comprender que no se puede generalizar en China y además la demanda está cambiando muy rápido.

En este país se estiman entre 25 y 30 millones de hogares de clase media<sup>4</sup> y 8 millones de familias ricas. El crecimiento de la renta de clase media constituye el principal factor del aumento de la demanda en diversas categorías de consumo como televisores, cerveza, telefonía móvil, computadoras personales, etc., con alta penetración en China.

La proporción del gasto en sectores como alimentos, vivienda y productos y servicios para el hogar disminuyeron durante el periodo 1990-2005 y se estima que esta tendencia continué hasta el 2015. Sin embargo, la proporción del gasto en sectores como vivienda, artículos para la salud y servicios médicos, transporte, comunicaciones, educación y hoteles y catering se incrementaron durante el mismo.

**Cuadro Nº 5:**  
**Gasto del consumidor de China: 1990-2015**  
**(Cifras en millones de Yuan Renminbi)**

	1990	1995	2000	2005	2010	2015
Alimentos y bebidas	411,422	1,202,687	1,329,841	1,745,753	2,007,748	2,286,568
Bebidas alcohólicas y tabaco	43,796	85,396	109,020	144,196	163,685	195,581
Prendas de vestir y calzado	142,586	321,287	333,057	473,783	547,138	611,790
Vivienda	55,690	167,736	355,268	599,025	695,668	799,261
Artículos del hogar y servicios	63,321	199,086	292,312	384,721	426,412	460,237
Art. salud y servicios médicos	13,405	73,824	211,735	314,691	366,069	414,280
Transporte	9,224	55,674	110,260	163,115	187,329	210,365
Ocio y recreación	40,439	98,564	177,069	261,485	310,575	352,804
Educación	30,703	111,095	242,081	401,121	476,196	581,457
Hoteles y catering	30,765	113,241	200,757	306,653	355,801	399,900
Art. diversos y servicios	43,285	118,282	260,464	370,265	398,260	415,156
Total	919,786	2,735,368	4,316,584	6,042,734	6,869,805	7,745,593

Fuente: Euromonitor

Hasta hace algunos años, los consumidores chinos no se preocupaban por la estructura de su dieta de alimentación. Hoy en día, se encuentran más interesados en el valor nutricional de los alimentos. La carne de res es menos popular que los vegetales y las frutas, especialmente para residentes urbanos. Los vegetales y las frutas orgánicas gozan de mayor popularidad debido a las preocupaciones sobre seguridad alimentaria así como protección del medio ambiente. Otro factor que contribuye al aumento en el gasto en alimentos es que las personas salen a comer con mayor frecuencia que en años anteriores a restaurantes, "fast-food", entre otros.

<sup>4</sup> Entre US\$ 4,300 y 8,700 de renta anual.

**Relaciones bilaterales Perú – China**

Las relaciones bilaterales entre Perú y China se establecieron desde noviembre de 1971 y se han fortalecido con los años. Hoy, China es el segundo socio comercial del Perú. Hace algunos años, ambos países establecieron una relación bilateral de asociación de cooperación integral. En marzo del presente año, entró en vigencia el tratado de libre comercio entre ambos países.

El Perú cuenta con una embajada en China, ubicada en la ciudad de Beijing. En el siguiente link podrá encontrar información sobre las inversiones, comercio, cultura, entre otros temas, así como también los números de contacto: <http://bio-visa.com/program/com/peruinsp/index.php>

**Intercambio comercial China con el mundo**

En 2009 la balanza comercial de China tuvo un saldo favorable de US\$ 198 miles de millones. Las exportaciones alcanzaron US\$ 1,202 miles de millones y las importaciones US\$ 1,004 miles de millones lo que significó retrocesos de 15.9% y 11.2%, respectivamente.

Los cinco principales mercados de destino de las exportaciones chinas representaron el 49% del total exportado y destacaron Estados Unidos (18%), Hong Kong (14%) y Japón (8%). Los cinco principales países proveedores de China concentraron el 48% y los primeros fueron Japón (13%), Corea del Sur (10%) y Taiwán (9%). El Perú fue el 37º proveedor y 52º mercado de destino con participaciones de 0.50% y 0.23%, respectivamente.

**Cuadro Nº 6:**  
**Intercambio comercial China – Mundo**  
**(Cifras en miles de millones US\$)**

Régimen	2005	2006	2007	2008	2009
Exportaciones	762	969	1,218	1,429	1,202
Importaciones	660	792	956	1,131	1,004
Balanza Comercial	102	177	262	298	198
Intercambio comercial	1422	1761	2174	2,560	2,206

Fuente: World Trade Atlas

**Intercambio comercial Perú – China**

El intercambio comercial peruano con China fue US\$ 7,147 millones en el año 2009, lo que representó un descenso de 3%, con respecto al año previo debido a una demanda de productos desde el Perú. La balanza comercial volvió a ser positiva a favor del Perú.

**Cuadro Nº 7:**  
**Intercambio comercial Perú – China**  
**(Cifras en millones de US\$)**

Régimen	2005	2006	2007	2008	2009
Exportaciones	1,879	2,164	3,050	3,636	4,079
Importaciones	958	1,371	2,256	3,725	3,069
Balanza Comercial	920	793	793	-89	1,010
Intercambio comercial	2,837	3,535	5,306	7,362	7,147

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERU.



**Cuadro N° 8:**  
**Exportaciones por sectores económicos**  
**(Cifras en millones de US\$)**

Sector	2008	2009	Var. %
<b>Tradicional</b>	<b>3,426</b>	<b>3,896</b>	<b>13.7</b>
<b>Míneros</b>	<b>2,618</b>	<b>3,002</b>	<b>14.7</b>
Cobre	1,568	1,721	9.8
Plomo	509	498	-2.2
Zinc	238	459	93.2
Hierro	267	250	-6.5
Estaño	0	31	0.0
Oro	27	28	2.2
Resto	9	15	72.3
<b>Pesquero</b>	<b>750</b>	<b>707</b>	<b>-5.7</b>
Harina de pescado	741	677	-8.7
Aceite de pescado	9	30	257.1
<b>Petróleo y derivados</b>	<b>58</b>	<b>186</b>	<b>223.3</b>
Crudo	58	0	-100.0
Derivados	0	186	0.0
<b>No tradicional</b>	<b>210</b>	<b>183</b>	<b>-13.0</b>
Agropecuario	25	20	-19.9
Textil	12	17	43.0
Pesquero	91	47	-48.1
Químico	13	23	85.2
Metal - Mecánico	2	0	-81.8
Sidero - Metalúrgico	4	3	-20.5
Maderas y papeles	63	71	13.4
Pieles y cueros	1	0	-75.0
<b>Total</b>	<b>3,636</b>	<b>4,079</b>	<b>12.2</b>

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERU.

Las exportaciones peruanas a China alcanzaron US\$ 4,079 millones lo que significó un aumento de 12.2% respecto al año anterior mientras que las importaciones descendieron. La mayor parte de las exportaciones peruanas a China se concentra en el sector minero. Minerales como el cobre, plomo, hierro y zinc son los de mayor valor exportado. Las exportaciones tradicionales alcanzaron los US\$ 3,896 millones, lo que significó un crecimiento del 13.7%.

Los principales sectores del rubro no tradicional fueron: pesquero (US\$ 47 millones), maderas y papeles (US\$ 71 millones), agropecuario (US\$ 20 millones), químico (US\$ 23 millones), textil-confecciones (US\$ 17 millones) y en menor proporción el sector sidero-metalúrgico (US\$ 3 millones).

Los principales productos exportados a China pertenecen a los sectores maderas y pesca en el rubro no tradicional. Destaca las tablillas de madera para pisos, que es un producto intermedio utilizado en el boom de la construcción en China. Asimismo, se puede observar productos marinos como las almejas preparadas, pota congelada y filetes de pescado, entre otros. Se espera que la reciente entrada en vigencia del TLC con esta economía permita la incursión de nuevos y más productos no tradicionales como los agropecuarios.

**Cuadro N° 9**  
**Perú: Principales productos de exportación no tradicionales a China**  
**(Cifras en millones de US\$)**

Nº	Partida	Descripción	2008	2009	Var. (%)
1	440929	Tablillas para parqué tropicales	51	51	-0.9
2	160590	Almejas, locos preparados	68	31	-53.9
3	440799	Madera aserrada	8	17	111.3
4	390760	Politereftalato de etileno	8	13	52.7
5	510539	Pelo fino de alpaca	9	12	32.7
6	030749	Pota congelada	19	11	-40.6
7	121220	Alga fresca	12	8	-37.5
8	080610	Uva fresca	8	6	-18.1
9	281000	Óxido de boro	2	6	240.0
10	140490	Materias especias vegetales	4	5	23.2
11	030429	Filete de pescado congelado	2	3	47.8
12	440710	Madera aserrada de conífera	2	2	3.8
13	760200	Residuos de aluminio	1	1	22.4
14	280490	Selenio	1	1	40.2
15	320500	Lacas colorantes	1	1	109.6
	Otros		14	13	-5.9
	Total		210	183	-13.0

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERU.

### Comunicación Intercultural

En tiempos de la globalización, la comunicación intercultural se ha convertido en una herramienta básica para los negocios que se realizan entre personas de diferentes grupos culturales. La capacidad intercultural es la habilidad de comunicarse de forma óptima con personas de otras culturas teniendo en cuenta las necesidades básicas para tener éxito: entender el comportamiento y la forma de pensar de los demás.

**Consejos para negociar en China.** Tener conocimiento sobre la cultura de un país, antes de hacer negocios, es una muestra de respeto y consideración y suele ser profundamente apreciada. Aquellos que comprenden la cultura tienen más oportunidad de desarrollar relaciones de negocios exitosas y de largo plazo.

Si quiere hacer negocios con China es muy probable que deba viajar miles de kilómetros para conocer a su contraparte. Cuando esté en ese destino, por ningún motivo deberá saludar con abrazos o palmadas en la espalda. Esta es una de las normas básicas de protocolo que todo emprendedor debe conocer. Algo tan simple como mirarlos a los ojos durante un tiempo prolongado puede ser "fatal" para el desarrollo de su proyecto exportador.

Es necesario que el empresario visite frecuentemente el mercado chino antes de iniciar negocios. La confianza es un término fundamental para la cultura de ese país, y no existen plazos fijos que le aseguren cuando la obtendrá. Tenga en cuenta que las negociaciones siempre se realizarán en grupo, por lo que deberá viajar acompañado por un equipo negociador, es decir por lo menos dos personas.

En las conversaciones hay ciertos temas que debe procurar evitar como la política, el gobierno y su vecino Taiwán. En cambio, opte por comentar sobre el progreso de la economía china, su cocina o el tipo de productos que podrá adquirir en su país.

La sociedad china es formal y protocolaria, y también puntual. Esto último es fundamental, dado que los empresarios chinos lo relacionan con el respeto y la seriedad en los negocios.

Ellos, incluso, llegan antes a las reuniones.

Una consejo fundamental es contratar un intérprete profesional, dado que los empresarios del gigante asiático tienden a utilizar la dificultad del idioma como una táctica negociadora, pudiendo incluso culpar al intérprete por posibles malentendidos.

### **Oportunidades Comerciales**

Se identificaron los productos potenciales exportables a este mercado a través de la metodología de la CEPAL (Comisión Económica para América Latina) complementada con las matrices de productos priorizados del Plan de Desarrollo del Mercado de China (POM de China); este último es desarrollado por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR).

Para aplicar la metodología de la CEPAL se halló la tasa de crecimiento y la participación promedio estandarizada de las importaciones de China (del periodo comprendido entre los años 2005 y 2009). Con ambas variables se forman cuadrantes que se cruzan en el origen (0,0) y de esta forma se logra clasificar a los sectores y productos. Si ambas variables, tanto la tasa de crecimiento como la participación, son positivas el producto se clasifica como producto estrella; si el crecimiento es positivo y la participación negativa, el producto se clasifica como prometedor. Por otro lado, si el crecimiento es negativo y la participación es positiva el producto se clasifica como consolidado, y en el caso en que ambos valores son negativos el producto se considera como estancado.

Para este mercado se han priorizado el sector agrícola, industria alimentaria y pesca, los cuales son calificados como prometedores. En la siguiente tabla se encuentran los 30 productos potenciales como resultado del análisis, el sector al que pertenecen y su clasificación.

**Cuadro Nº 10**  
**Productos potenciales para el mercado de China**

Partida	Descripción	Sector	Clasificación
071410	Raíces de Mandioca (Yuca)	Agrícola	Estrella
120740	Sésamo (Ajonjolí)	Agrícola	Estrella
110814	Fécula De Mandioca (Yuca)	Agrícola	Estrella
080300	Banano fresco	Agrícola	Estrella
080610	Uva fresca	Agrícola	Estrella
080450	Mango fresco	Agrícola	Estrella
121220	Alga	Agrícola	Prometedor
090111	Café	Agrícola	Prometedor
080711	Sandía	Agrícola	Prometedor
081110	Fresa (Frutilla)	Agrícola	Prometedor
080520	Mandarina	Agrícola	Prometedor
080550	Limón	Agrícola	Prometedor
090411	Paprika	Agrícola	Prometedor
200830	Agrios (Cítricos) conservados	Alimentos	Prometedor
180400	Manteca, grasa y aceite de cacao	Alimentos	Prometedor
180500	Cacao en polvo	Alimentos	Prometedor
200820	Piñas (Ananás) conservadas	Alimentos	Prometedor
210320	Salsa de tomate	Alimentos	Prometedor
200210	Tomate entero o en trozos	Alimentos	Prometedor
200570	Aceitunas en conserva	Alimentos	Prometedor
030379	Pescado congelado	Pesquero	Estrella
030749	Pota congelada	Pesquero	Prometedor
030613	Langostinos	Pesquero	Estancado
030614	Cangrejo congelado	Pesquero	Prometedor
030374	Caballa congelada	Pesquero	Estancado
030624	Cangrejo refrigerado	Pesquero	Prometedor
030380	Huevera de pescado	Pesquero	Estancado
030791	Moluscos refrigerados	Pesquero	Prometedor

Adicionalmente se pueden mencionar productos de otros sectores que fueron incluidos en el POM. En el sector textil se encuentran los siguientes productos potenciales polos y camisetas de algodón, camisas de tejido de punto para caballeros y niños, blusas para adolescentes, camisas o camisas-blusas, de punto dirigido para nichos de mercado alto. Del sector químico se prioriza la materia colorante de origen animal o vegetal, óxidos de boro y ácidos bóricos, óxido de zinc, otras barras y varillas, trabajadas no más allá de laminado en caliente, estirado en caliente o extruido, aleaciones de zinc (laminado), alambre de cobre con aleación de zinc

Para el sector sidero-metalúrgico se encuentra cobre refinado, placas, láminas, hojas y cintas de zinc, aleaciones de zinc, barras de cobre y perfiles, mientras que en el sector maderas se prioriza a las maderas aserradas y cortadas longitudinalmente y pulidas, madera aserrada o desbastada longitudinalmente, madera bien formada diferente del tipo conífero, hojas para chapado, preparaciones de belleza, maquillaje y cuidado de la piel.

**Contactos**

- Ministerio de Comercio de China <http://english.mofcom.gov.cn>
- National Bureau of Statistics of China [www.stats.gov.cn/english/](http://www.stats.gov.cn/english/)
- Aduanas de China [www.customs.gov.cn](http://www.customs.gov.cn)
- Asian Development Bank [www.adb.org](http://www.adb.org)

**Fuentes**

- The Federation of International Trade Associations (FITA)
- Fondo Monetario Internacional (FMI)
- Euromonitor
- Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú
- Centre of Intercultural Competente (<http://www.cicb.net/Espanol/espanol.html>)
- Economía y Negocios ([www.economiaynegocios.cl](http://www.economiaynegocios.cl))
- Regulaciones y estándares en China  
([www.export.gov/china/exporting\\_to\\_china/importregs.asp](http://www.export.gov/china/exporting_to_china/importregs.asp))
- <http://web.ita.doc.gov/tacgi/overseasnew.nsf/alldata/China#Tariffs>