



SERVICIOS - FICHA DE MERCADO

CHINA





Datos generales

- Población : 1,385 millones (est. 2018)
- Moneda : Yuan Renminbi Chino CNY
- PBI per cápita : US\$ 16,700 (est. 2017)
- Tasa desempleo: 3,9% (est. 2017)
- Tasa inflación : 1,6 % (est. 2017)
- Capital : Beijing
- Religión : Tradicional China (21,9%), Budista (18,2%), Cristiana (5,1%), Musulmana (1,8%)
- Idioma : chino mandarín



Sector Servicios

- Las importaciones chinas de servicios han registrado un crecimiento de +12,3% durante el último año.
- Las importaciones de servicios chinas han crecido a una tasa promedio de +21,3% durante los últimos cuatro años, pasando de ser US\$ 432,883 millones en el año 2014 a ser US\$ 525,040 millones al cierre del año 2018.
- Las principales industrias que importaron servicios en china durante el último año fueron viajes (US\$ 276,840 millones), otros servicios de negocios (US\$ 47,282 millones), uso de propiedad intelectual (US\$ 35,591 millones), otros servicios (US\$ 137,109 millones).

Oportunidades comerciales

- **Software:** De acuerdo al portal Xinhua, los ingresos del sector sumaron US\$ 9,400 millones al cierre del año 2018, registrando un crecimiento de +14,2% con respecto al año anterior. Según el Ministerio de Industria y Tecnología de la información, este crecimiento es igual al del año 2017. En término detallados, los ingresos por los servicios de computación en la nube y comercio electrónico crecieron en más del 20% cada uno; mientras que los ingresos por software de seguridad informática y del industrial registraron crecimiento del 14,8% y 14,2%, respectivamente.
- **Ingeniería:** A través del programa “MIC 2025” (Made in China) el Gobierno chino busca asegurar la posición de China como una potencial mundial de alta tecnología. Este programa fue lanzado por el Gobierno en el año 2015, inspirado en la “industria 4,0” de Alemana y propone modernizar la capacidad industrial china.
- **Financiero:** De acuerdo a lo indicado en julio 2019 por el portal “Bloombreg News”, China esta abriendo más el sector financiero a la inversión extranjera, a fin de desarrollar y consolidar este sector poco desarrollado a la fecha. Para mayor detalle visitar [link](#)

Intercambio comercio de bienes y servicios

Intercambio de servicios China – Mundo (US\$ millones)

Indicadores	2014	2015	2016	2017	2018	Var% Prom 14-18	Var.% 18/17
Exportaciones	219,141	218,634	209,529	228,090	266,841	5,0%	17,0%
Importaciones	432,883	435,541	452,097	467,589	525,040	21,3%	12,3%
Balanza Comercial	-213,742	-216,907	-242,568	-239,499	-258,199	-	-
Intercambio comercial	652,024	654,175	661,626	695,680	791,881	5,0%	13,8%

Intercambio comercial China – Perú (US\$ millones)

Indicadores	2014	2015	2016	2017	2018	Var% Prom 14-18	Var.% 18/17
Exportaciones	7,043	7,411	8,493	11,627	13,235	17,1%	13,8%
Importaciones	8,426	8,250	7,842	8,420	9,610	3,3%	14,1%
Balanza Comercial	-1,383	-839	651	3,207	3,625	-	-
Intercambio comercial	15,469	15,661	16,335	20,047	22,846	10,2%	14,0%



FICHA PAÍS

CHINA

Costos

- Salario mensual para personal de servicio al cliente o call center 2019: US\$ 3,700,00 ([Fuente: Salary Explorer](#))
- Salario Mensual para Gerente de Call Center: US\$ 4,650,00 ([Fuente: Salary Explorer](#))
- Salario Mensual para Gerente de Servicio al Cliente: US\$ 5,150,00 ([Fuente: Salary Explorer](#))

Oficinas Comerciales

- Sra. Diana Elizabeth Pita Rodríguez
Consejera Comercial del Perú en Beijing
dpita@mincetur.gob.pe
- Sr. Vladimir Kocerha Cavero
Consejero Comercial del Perú en Shangái
vkocerha@mincetur.gob.pe
- Sr. Erick Elvis Aponte Navarro
Consejero Comercial del Perú en Hong Kong
eaponte@mincetur.gob.pe

Tips de negociación

- Para los chinos las relaciones son importantes al momento de hacer negocios, por eso en las primeras reuniones de negocios se habla de todo un poco, menos de negocios. La mirada directa es fundamental
- Se debe tomar en cuenta que las costumbres de la cultura china son distintas a las de América Latina, por eso es mejor que sea usted quien rompa el hielo. En estas conversaciones siempre es bueno saber algunas frases básicas en chino mandarín.
- Los chinos son muy formales, por lo general reciben a otros empresarios en un salón en el cual habrá una mesa en cuya cabecera se sentará el “señor”, quien indicará dónde se sienta el empresario y su equipo.
- Es importante que se muestre una visión de largo plazo, sin plazos forzosos. Es primordial que se vean más de una vez. No mostrarse desesperado si es que pasa el tiempo y no solicita una muestra del producto o servicio. Esto sucederá hacia la quinta o sexta reunión. Las visitas deben ser recíprocas.
- Los chinos no toleran las imprecisiones, el empresario debe conocer el más mínimo detalle de su producto o servicio.
- A pesar del alto desarrollo tecnológico, los empresarios consideran que estas herramientas no reemplazan al encuentro personal.

Acceso a mercados

- Perú y China cuentan con una Tratado de Libre Comercio, el cual facilita el comercio entre ambos países. Para mayor detalle puede visitar: [APC PERÚ-CHINA](#)

Contactos – Promperu

- David Edery
Coordinador (Franquicias y BPO-centros de contacto)
dedery@promperu.gob.pe
Teléfono: 616-7400 anexo 2504
- Carla Rojas
Especialista línea Editorial, Imprenta, Marketing Digital y Animación:
ccrojas@promperu.gob.pe
Teléfono: 616-7400 anexo 2628
- Sylvia Valverde
Especialista línea Ingeniería, Arquitectura y Servicios a la Minería
svalverde@promperu.gob.pe
Teléfono: 616-7400 anexo 2250
- Gabriela Cárdenas
Especialista línea Software gcardenas@promperu.gob.pe
Teléfono: 616-7400 anexo 2404
- Jackeline Castillo
Especialista línea Franquicias jicastillo@promperu.gob.pe
Teléfono: 616-7400 anexo 2217