

秘中商会

# ¿PORQUE CHINA?

Documento elaborado por la Gerencia de Comercio Exterior de CAPECHI

**CAPECHI**

Cámara de Comercio Peruano China



# ASIA EN EL MUNDO



La Región Asia Pacifico representó más del **60% del PBI mundial del año 2007** y China es uno de sus líderes

China es uno de los países del Grupo BRIC's con el más alto potencial de crecimiento en el mundo

cámara de comercio  
peruano china



秘中商会

# EL ATRACTIVO DE ASIA



- ❑ Zona más dinámica en la economía mundial
  - Crecimiento
  - Comercio internacional
  - Innovación tecnológica
  - Acumulación de reservas internacionales
- ❑ Irrupción de China como un actor global
- ❑ Reordenamiento de Asia en torno a esta dinámica
- China
- ❑ Interés inédito de Asia por establecer relaciones estratégicas con América Latina.



# LA OPORTUNIDAD CHINA



*Pero saber dónde y cómo empezar es esencial*

cámara de comercio  
peruano china



秘中商会

# CHINA, COMO ACTOR GLOBAL



## ➤ CRECIENTE RELEVANCIA EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

- Precios de commodities
- Dinamismo de Asia; ayudando a Japón y al sudeste asiático
- Mercado clave para exportaciones de la UE y de Japón
- Acumulación de reservas internacionales

# CHINA, COMO ACTOR GLOBAL



- CADA VEZ MÁS IMPORTANTE EN LA MANTENCIÓN DE EQUILIBRIOS ECONÓMICOS GLOBALES.
  - Colabora con oferta abundante y barata a mantener demanda elevada pero con baja inflación en US
  - Provee ahorros baratos a US, manteniendo baja la tasa de interés.

# ¿ PORQUE CHINA ES IMPORTANTE ?



- 20% de la población mundial.
- En 2007 fue la **3ra Economía Mundial** (en 2045 será la 1ra )
- El **1er receptor** de Inversión Extranjera Directa
- Renta Per Capita se ha cuadruplicado en los últimos 25 años.
- Importa US \$2,170 millones de dólares diarios.
- Un promedio 400,000 nuevos ricos por año
- Es el mayor consumidor mundial de carbón, hierro, cobre, cemento



Fuente: **Ministerio de Comercio Exterior y Turismo**  
Elaboración: **Gerencia de Comercio Exterior – CAPECHI**

cámara de comercio  
peruano china



秘中商会

# ¿ PORQUE CHINA ES IMPORTANTE ?



## China produce mundialmente el .....



- **70%** de juguetes
- **60%** en bicicletas
- **60%** en calzados y **33%** en bolsos y maletines
- **60%** de productos de cerámica
- **50%** en micro – ondas
- **30%** en aparatos de TV
- **20 – 25 %** en lavadoras y refrigeradoras
- **40%** en celulares
- **30%** reproductores multimedia portátiles
- Tercer productor de vehículos con 8.88 millones en 2007.

Fuente: **Ministerio de Comercio de China**

Elaboración: **Gerencia de Comercio Exterior – CAPECHI**

cámara de comercio  
peruano china



# INDICADORES ECONOMICOS

## AÑO 2007



El P.B.I. creció 10 veces desde 1978 hasta 2007 (Se calcula que de 2006 a 2020 crecerá 10 veces más)

INDICADORES ECONOMICOS	AÑO	
	2006	2007
PBI (US\$ millones)	: US\$ 2.7 trillones	US\$ 3.4 Trillones
Tasa de Crecimiento PBI	: 11.1 %	11.4%
Ingreso Per cápita	: US\$ 2,069	US\$ 2,070
Tasa de Inflación	: 1.5%	4.8%
Tasa de Desempleo	: 4.1%	4 %
Tasa de Cambio	: US\$ 1 = 7.5 Yuan	US\$ 1 =6.95 Yuan
Reservas Internacionales	: US\$ 1.07 trillones	US\$ 1.5 Trillones
Exportaciones	: US\$ 969,000 millones	US\$ 1,218,000 millones
Importaciones	: US\$ 792,000 millones	US\$ 955,800 millones
Intercambio Comercial	: US\$ 1'761,000 millones	US\$ 2,173,800 millones
Inversión extranjera	: US\$ 69,500 millones	US\$ 74,800 millones

**Fuente:** Buró Nacional de Estadísticas de China

**Elaborado:** Gerencia de Comercio Exterior - CAPECHI

cámara de comercio  
peruano china



# CHINA COMO PAIS



importa  
US \$2,170  
millones de  
dólares diarios

Ingreso  
Per cápita  
US\$ 2,070

Población  
1,321'000,000  
habitantes



intercambio  
comercial con  
el mundo  
creció en más  
del 24%

Un promedio  
400,000  
nuevos ricos  
por año

Es el mayor  
consumidor  
mundial de carbón,  
hierro, cobre,  
cemento

Es la tercera  
economía  
después de US  
y Japón

cuenta con 200  
puertos en sus  
14,500 Km

cámara de comercio  
peruano china



# CHINA COMO PAIS



- Se crearon en China 12 millones de nuevos puestos de trabajo.
- La inflación llegó a 4.8% anualizado
- China es el 1º tenedor mundial de reservas en divisas y oro (\$ 1,528.200 millones)
- China: principal comprador de títulos de deuda pública de USA (\$ 250.000 millones)

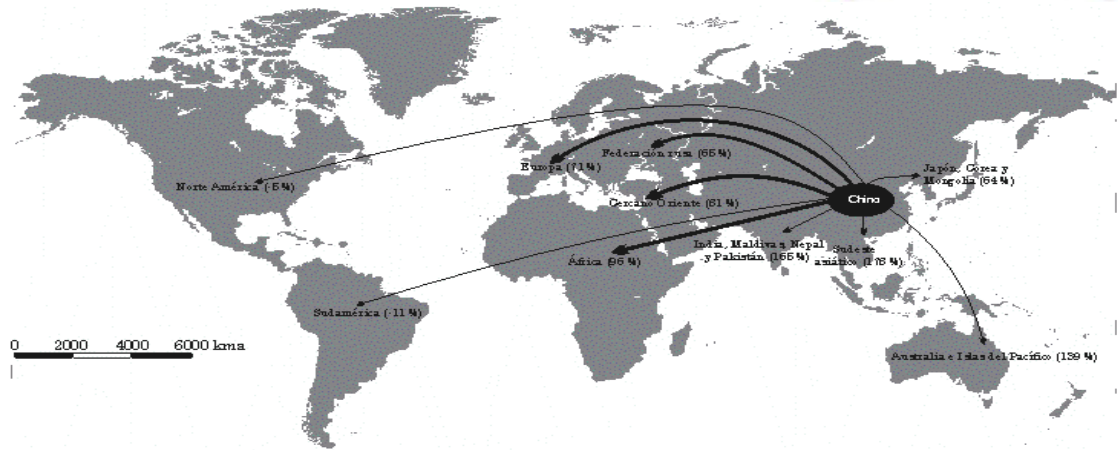


# CHINA COMO PAIS



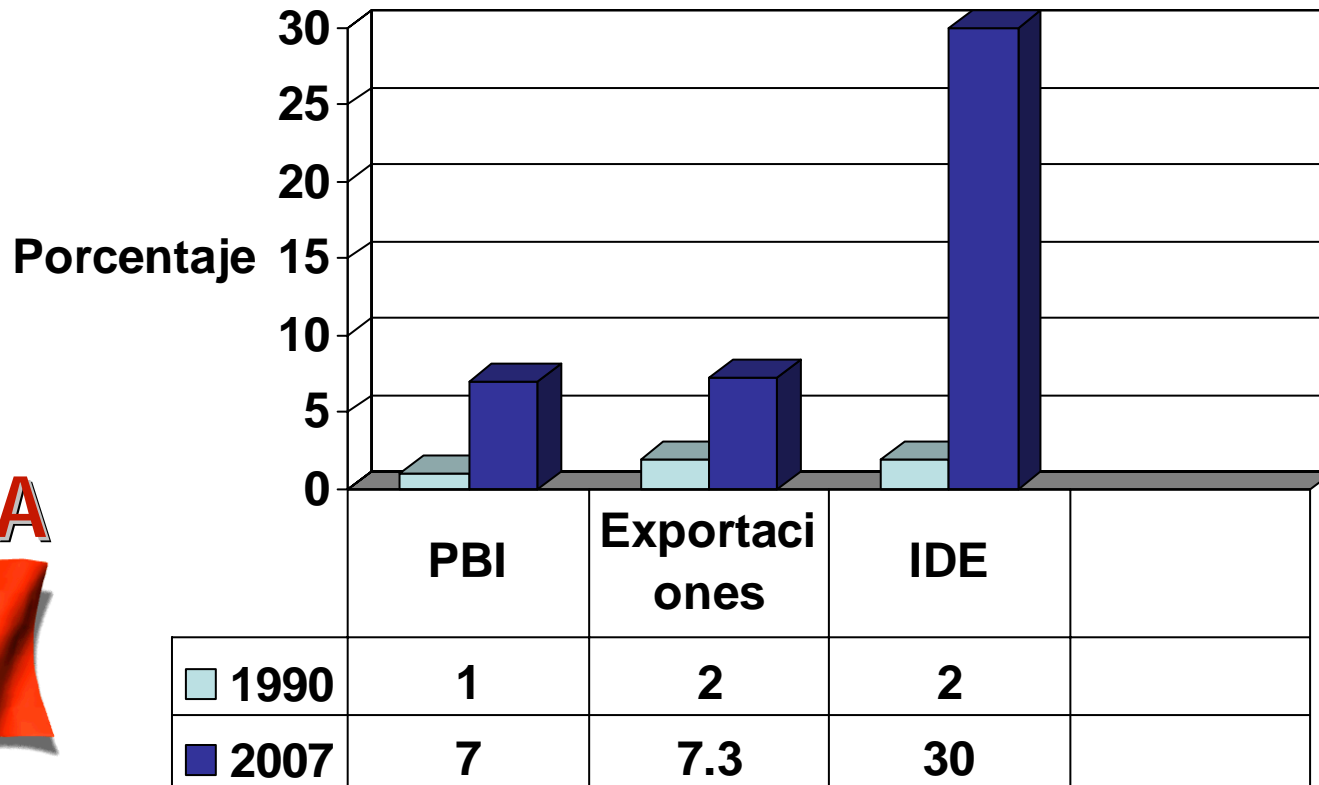
- 137 millones de **usuarios de internet** en 2006, segundo en el mundo.
- 160 millones **consumidores de productos de lujo**
- **Segmentación:**
  - . 40 MILLONES **MILLONARIOS** (PODER DE PARIDAD DE COMPRA)
  - . 500 MILLONES DE **HABITANTES URBANOS**
  - . 260 MILLONES DE **CLASE MEDIA URBANA**

# TURISMO CHINO

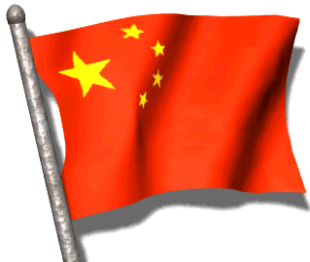


- China recibió 49 millones de visitantes extranjeros
- 4° destino turístico mundial (España, Francia, USA)
- En 2007: 41 millones de chinos viajaron al exterior
- En 2020 serán 100 millones de chinos, con un gasto promedio de U\$S 3.500/per capita.
- 45,400 Km de autopistas, segundo lugar en el mundo

# EL PESO DE CHINA EN LA ECONOMÍA MUNDIAL



CHINA



1990 2007

cámara de comercio  
peruano china



秘中商会

# CHINA Y LA ECONOMÍA MUNDIAL



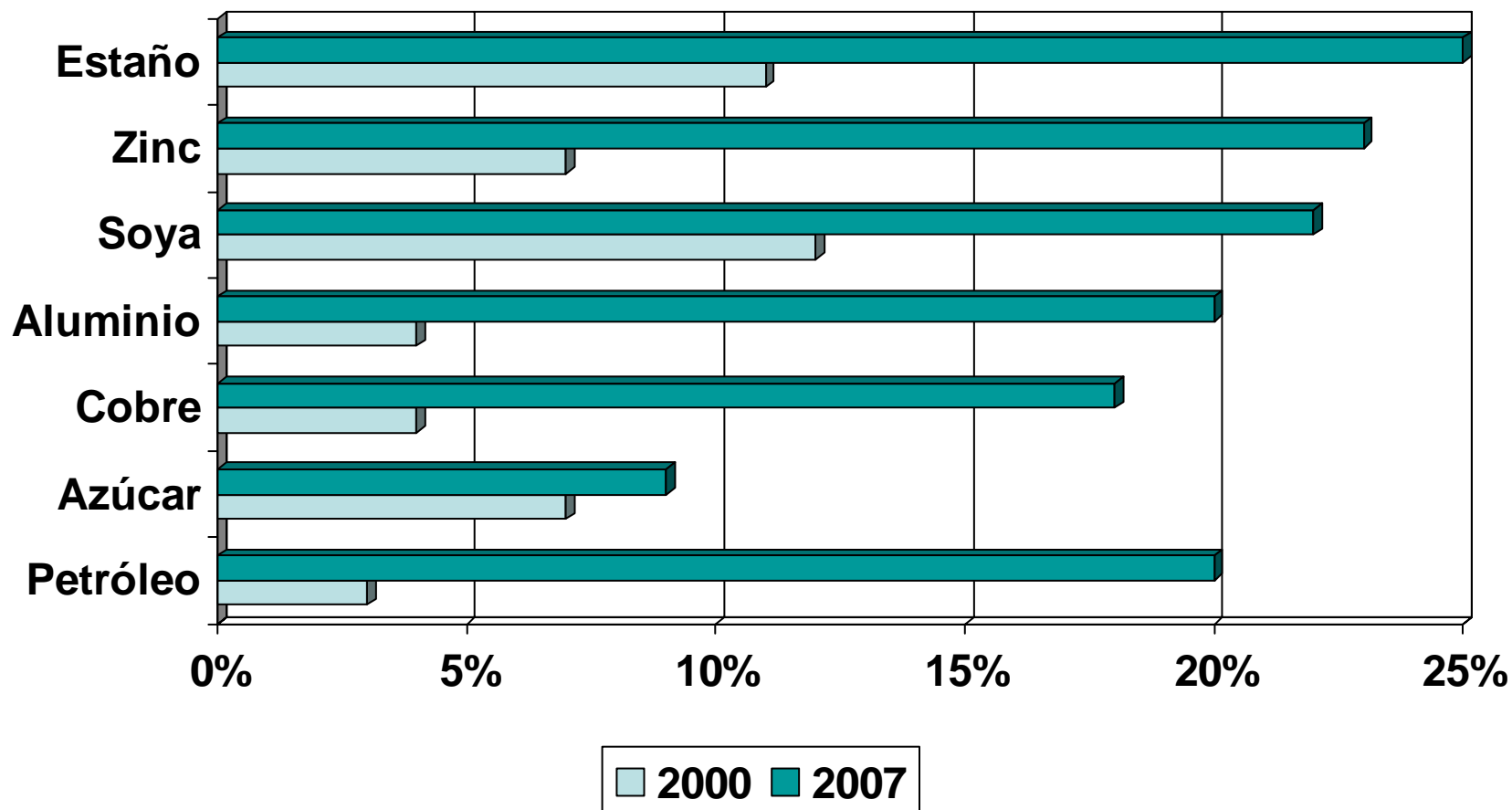
- Crecimiento medio anual de 9,7% en 25 años
  - 2007, 11.4% 2006, 11,1% , 2005, 10,2%, y 2004, 10,1%
- Primer destino de IED entre los países en desarrollo, el tercero en el mundo
  - En 2007, IED materializada, US\$ 74.80 mil millones, 7.6 % más que 2006.
  - El número de empresas transnacionales en China asciende a 242.000, de las cuales 160.000 son industriales.
  - En 2006, China invirtió US\$ 6,9 mil millones en el extranjero, y US\$ 659 millones en LAC

# CHINA Y LA ECONOMÍA MUNDIAL



- China, tercer exportador de bienes, como octavo exportador de servicios.
- En 2006, X chinas crecieron 27.2% (US\$ 962 mil millones), mientras M (US\$ 792 mil millones) crecieron un 18%
- Mensaje: China se constituye en un hub estratégico de la zona Este de Asia, desafiando el mapa mundial de la economía, las inversiones y el comercio internacional

# PARTICIPACIÓN EN EL CONSUMO MUNDIAL

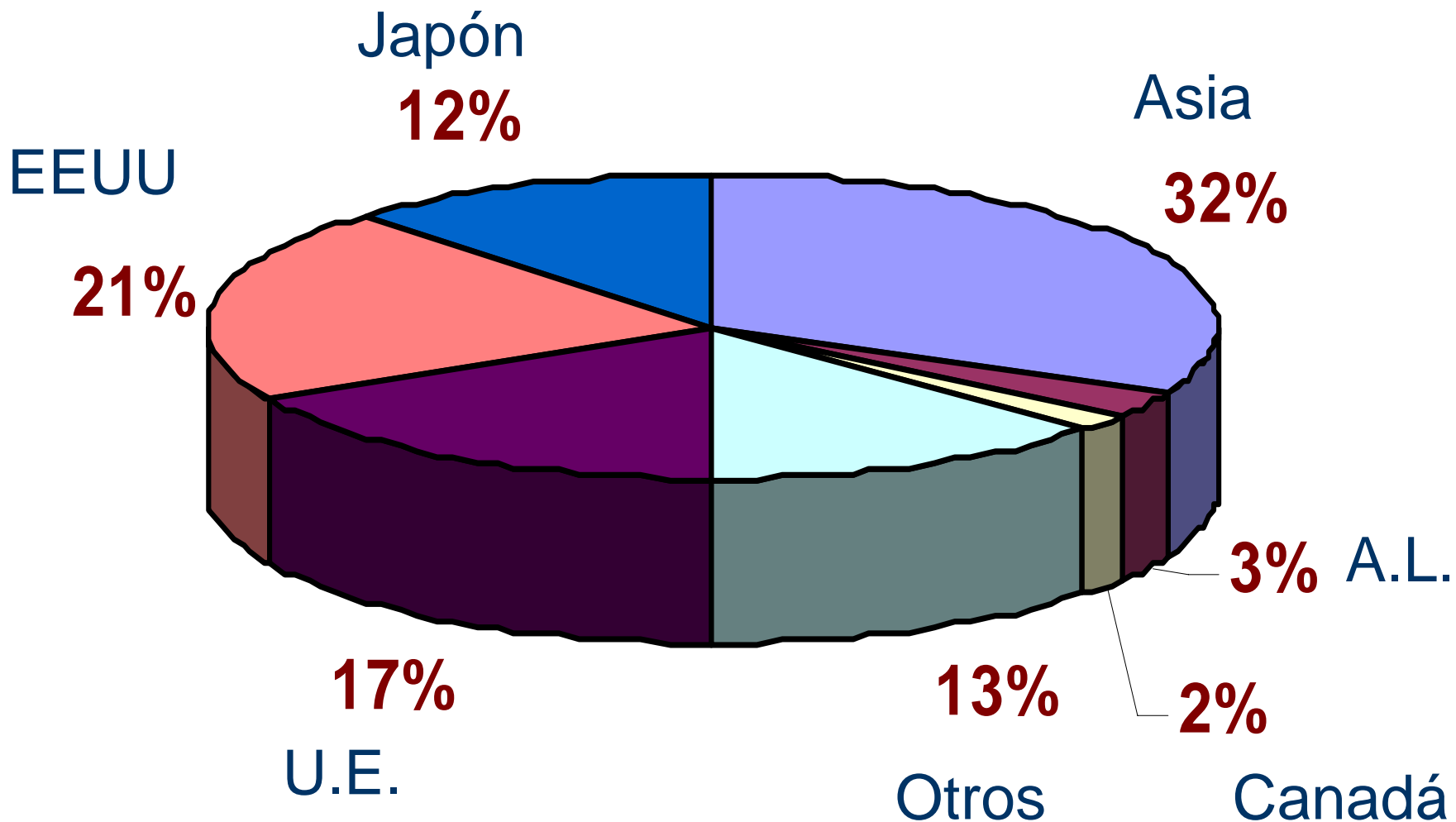


cámara de comercio  
peruano china



秘中商会

# CHINA: EXPORTACIONES AL MUNDO 2006



# LOS 5 PRIMEROS DESTINOS DE EXPORTACIÓN DE CHINA A AMÉRICA LATINA



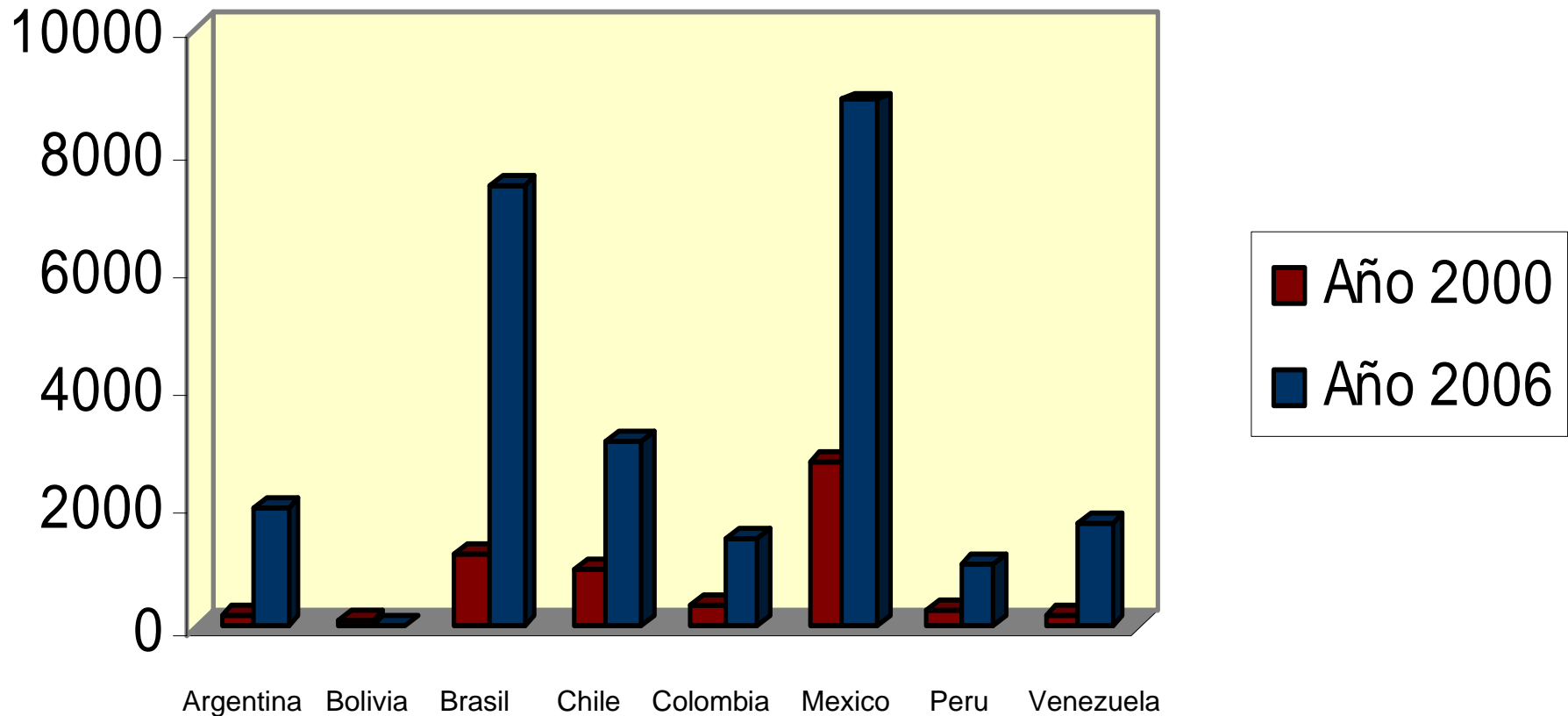
	<b>País</b>
<b>1</b>	<b>MEXICO</b>
<b>2</b>	<b>BRASIL</b>
<b>3</b>	<b>CHILE</b>
<b>4</b>	<b>ARGENTINA</b>
<b>5</b>	<b>VENEZUELA</b>

Computadoras y tecnologías de comunicación, confecciones, televisores, radiorreceptores y repuestos y accesorios de equipo de radiotelecomunicación, calzados, DVD, repuestos y accesorios de equipo automático de procesamiento de datos, motocicletas, tejidos de algodón a máquina, combustibles, artículos de viaje y maletas, etc.

*Elaboración: Gerencia de Comercio Exterior – CAPECHI -*

*Fuente: Aduanas de China – World Trade Atlas*

# PRINCIPALES MERCADOS DE EXPORTACION DE CHINA A AMERICA LATINA



Elaboración: Gerencia de Comercio Exterior – CAPECHI -

Fuente: Aduanas de China – World Trade Atlas



# PRINCIPALES PAÍSES LATINOAMERICANOS IMPORTADORES DE CHINA



(MILES DE DOLARES AMERICANOS)

- México 2006 (\$ 8,824.2)
- Brasil 2006 (\$ 7,380.3)
- Chile 2006 (\$ 3,110.0)
- Argentina 2006 (\$ 2,003.3)
- Venezuela 2006 (\$ 1699.0)
- Colombia 2006 (\$ 1,496.5)
- Perú 2006 (\$ 1,012.3)
- Bolivia 2006 (\$ 58.42)



*Elaboración: Gerencia de Comercio Exterior – CAPECHI -*

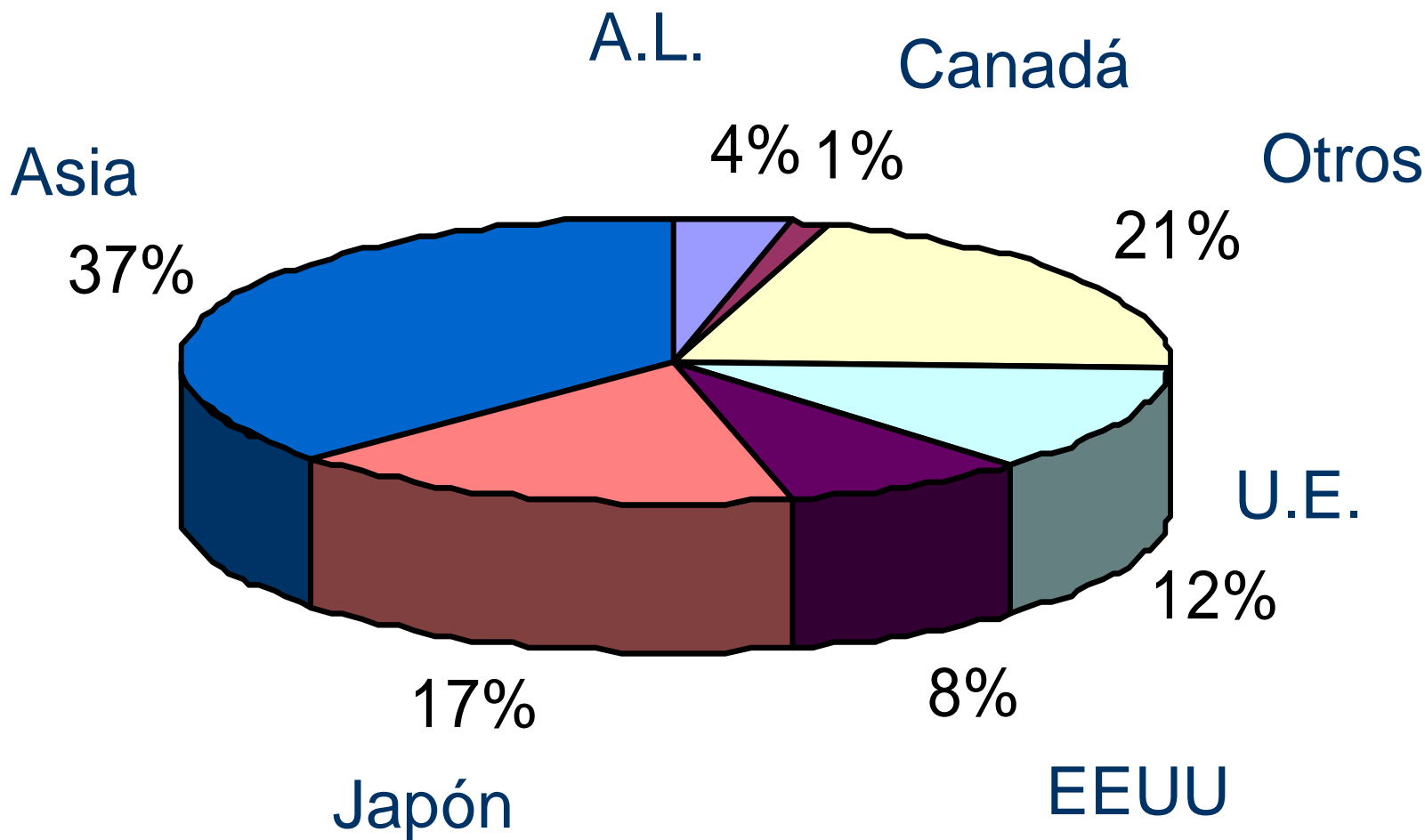
*Fuente: Aduanas de China – World Trade Atlas*

cámara de comercio  
peruano china



秘中商会

# CHINA : IMPORTACIONES 2006



# PRIMEROS 5 PROVEEDORES PARA LA IMPORTACIÓN DE CHINA EN AMÉRICA LATINA



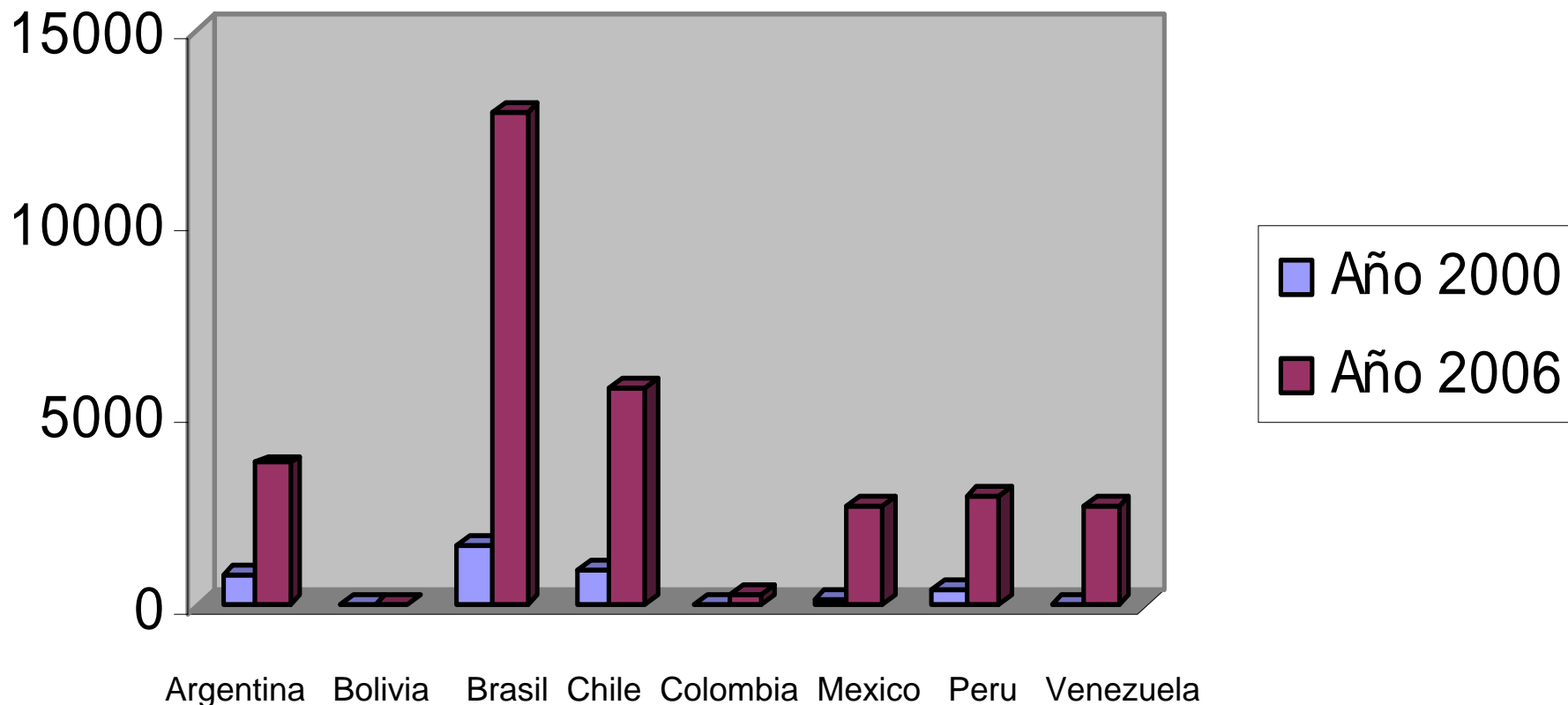
	<b>País</b>
<b>1</b>	<b>BRASIL</b>
<b>2</b>	<b>CHILE</b>
<b>3</b>	<b>ARGENTINA</b>
<b>4</b>	<b>PERU</b>
<b>5</b>	<b>VENEZUELA</b>

Soja, productos agrícolas de la OMC, mineral y mineral concentrado de hierro, cobre no forjado y laminados de cobre, tecnología electrónica, petróleo crudo, circuitos integrados y módulos microelectrónicos, harina de pescado para pienso, aceite de soja, pulpa de papel, piel bovina o de caballo , etc.

*Elaboración: Gerencia de Comercio Exterior – CAPECHI -*

*Fuente: Aduanas de China – World Trade Atlas*

# PRINCIPALES PROVEEDORES PARA LA IMPORTACION DE CHINA EN A.L.



Elaboración: Gerencia de Comercio Exterior – CAPECHI -

Fuente: Aduanas de China – World Trade Atlas



# PRINCIPALES PAISES LATINOAMERICANOS EXPORTADORES A CHINA



(miles dólares americanos)

- Brasil 2006 (\$ 12,907.2)
- Chile 2006 (\$ 5,688.9)
- Argentina 2006 (\$ 3,696.2)
- Perú 2006 (\$ 2,875.4)
- Venezuela 2006 (\$ 2,651.4)
- México 2006 (\$ 2,606.1)
- Colombia 2006 (\$ 263.8)



*Elaboración: Gerencia de Comercio Exterior – CAPECHI -*

*Fuente: Aduanas de China – World Trade Atlas*

# AGENDA INTERNA DE NEGOCIACIONES EN CHINA



- ❑ Política del “Go West” busca reducir diferencias campo ciudad y entre la costa y zonas rurales
- ❑ El delta del Yangtze – Shanghai es el más dinámico
- ❑ La zona de Guangdong – en torno al delta Pearl River
  - busca competir con Shanghai, creando una amplia zona de LC hasta la frontera con India.

# INTERÉS DE CHINA EN A. LATINA



- ❑ Para su rápido crecimiento, China necesita asegurar abastecimiento de materias primas y alimentos: energía, minerales, metales, maderas, soja
- ❑ Por razones políticas y comerciales, está privilegiando a América del Sur
- ❑ Por lo mismo, la clave de esta nueva relación bi – continental es el vínculo China – Brasil y la forma en que Mercosur aborde el tema

# ALGUNOS PROYECTOS ESTRATÉGICOS DE EMPRESAS CHINAS EN PAÍSES SELECCIONADOS DE LA REGIÓN



Empresas chinas	Empresas extranjeras	Tipo	Sector	País	Porcentaje adquirido / Descripción del proyecto	Monto (millones de dólares)
China Minmetals Nonferrous Metals Co. (2004)	Noranda (Yacimientos Doña Inés de Collahuasi y Loma Bayas)	Fusiones y adquisiciones	Cobre	Chile	...	5 000,0
China Minmetals Nonferrous Metals Co. (2005)	CODELCO	Alianza	Cobre	Chile	Convenido de inversión y abastecimiento de cobre	2 000,0
Gobierno chino (2004) (CNOOC)	Empresas venezolanas	Crédito	Petróleo y gas	República Bolivariana de Venezuela	Exploración y desarrollo de reservas de gas y crudo	400,0
Gobierno chino	Empresas cubanas	Inversión	Níquel	Cuba	Plantas de ferróníquel	500,0
Baoshan Iron and Steel (2004)	Compañía Vale do Rio Doce	Alianza	Acero	Brasil	Construcción de una nueva planta	1 400,0
Yanguang Group (2005)	Vale do Rio Doce / Itochu Corporation	Alianza	Carbón mineral	Brasil	Empresa nueva	...
Sinopec (2004)	Petrobras	Alianza	Petróleo	Brasil	Explotación de petróleo	...
Gobierno chino (2004-206)	...	Crédito	Infraestructura	Brasil	Gasoducto y corredor de exportación	...

# RASGOS RECIENTES DEL COMERCIO CHINO



- Una red de comercio intra-industrial muy fuerte en Asia donde China se está figurando como el eje.
- China es una plataforma de exportación de Japón y otros países asiáticos hacia los mercados estadounidense y europeo.
- Mejora significativa de la canasta exportadora (más productos de alta tecnología)
- Hace poco, China era un país exportador neto de productos agrícolas.

# RASGOS RECIENTES DEL COMERCIO CHINO



- Surgimiento de China del Este como el mayor motor de comercio, en comparación con otras regiones dentro del país.
- China importa una gran cantidad, tanto de manufacturas como de commodities, desde los países asiáticos con quienes América Latina tendría que competir.
- Fortalecimiento de vínculos comerciales mediante acuerdos comerciales de distinta índole.

# LOS 15 PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS POR CHINA DESDE AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE



*En porcentajes del total exportado hacia China por cada país*

Países	Principales productos según CUCI Rev. 2. a 4 dígitos (Participación > a 4%)	No. de productos	Porcentaje del total
Argentina	Semilla de soja (47.6%), acéite de soja (30.9%), petróleo (5.6%)	3	84.1%
Bolivia	Estaño y sus concentrados (88.4%), Madera de coníferas (4.5%)	2	92.9%
Brasil	Hierro y sus concentrados (26.6%), semilla de soja (24%), hierro aglomerado (6.4%), acéite de soja (6.2%), petróleo crudo (4.9%), pulpa de madera (4.3%)	6	72.4%
Colombia	Ferroaleaciones (63.3%), desperdicios y desechos de metales (19.4%), cueros (8.7%)	3	91.3%
Chile	Cobre no refinado (54.2%), concentrado de cobre (21.6%), pulpa de madera (9.3%)	3	85.2%
Ecuador	Petróleo crudo (81.1%), bananas (10.1%)	2	91.2%
Paraguay	Algodón (82.5%), cueros vacunos (7.9%), Maderas no coníferas (4.9%)	3	95.3%
Perú	Harina de pescado (32.9%), cobre y sus concentrados (26%), hierro concentrado (9.8%), aleaciones de hierro (7.0%), aleaciones de cobre (5.1%), desperdicios metálicos	5	93.2%
Uruguay	Hilo de algodón (36.9%), cueros vacunos (13.5%), Lana grasa (6.9%), cueros y pieles (4.9%), otros productos de origen animal (4.6%), pescado fresco (4.5%), carne (4.4%)	7	75.8%
Venezuela	Hierro (28.0%), polvo de hierro o acero (24.8%), petróleo crudo (12.7%), desperdicios metálicos (7.6%), aluminio (6.5%), otros minerales (5.5%), hierro aglomerado (4.1%)	7	89.1%

cámara de comercio  
peruano china



秘中商会

# CHINA Y A.LATINA: RASGOS DEL COMERCIO



- En un marco de bajo comercio con Asia Pacífico, China ha desplazado a Japón como el principal socio de la región AL es el principal proveedor de China en varios rubros (soja, cobre, mineral de hierro, níquel, harina de pescado, cueros, azúcar, zinc, estaño, uvas, etc.)
- China ha pasado a ser un socio relevante para varios países de la región: Chile (11% de sus exportaciones), Perú (10%), Argentina (9%) y Brasil (6%)
- A. del Sur se beneficia por mayor demanda china de commodities y por menores precios de manufacturas que compra a China. Buenos precios, favorables términos de intercambio

# CHINA Y A.LATINA: RASGOS DEL COMERCIO



➤ LOS FLUJOS DE COMERCIO EMPIEZAN A DIVERSIFICARSE PERO AÚN SON DE NATURALEZA MARCADAMENTE INTER-INDUSTRIAL:

- AL exporta productos primarios y China manufacturas con diversos niveles tecnológicos (bajo, medio y alto)
- En bienes de baja tecnología (confecciones y calzados), algunos países AL compiten con China en sus propios y terceros mercados (esp. US), y varios empiezan a aplicar medidas de contingencia en los mercados domésticos.

# CHINA Y A.LATINA: RASGOS DEL COMERCIO



- Sería un error abordar la competencia china como sinónimo de exportaciones de bajo nivel tecnológico  
Innovación tecnológica es cada vez más importante en China
- Son los productos de intensidad tecnológica media y alta donde China tiene gran superávit comercial con US
- Puede ser quizás inevitable establecer restricciones temporales, pero así no se está abordando el verdadero desafío de competitividad

# CHINA INICIA POLÍTICA ACTIVA EN FAVOR DE LOS TLCs



- Tras ingresar a la OMC, China aceleró integración a la economía global: alto crecimiento, drásticos incrementos en comercio e IED.
- Proliferación de RTAs y TLCs, tras el incierto futuro de la Ronda Doha, inducen preocupación por el futuro del sistema multilateral de comercio

# CHINA INICIA POLÍTICA ACTIVA EN FAVOR DE LOS TLCs



- China inicia política activa de TLCs, arrastrando a Japón y a Corea
- China tiene en vigencia y/o está negociando con 27 países del mundo.

# CHINA Y A. LATINA: CONSTRUYENDO EL FUTURO



## PENSAR A CHINA COMO SOCIO ESTRATÉGICO

- Demanda alta y sostenida por recursos naturales
- Buen pronóstico en términos de intercambio para América del Sur
- Aprovecharlo en tareas de innovación y productividad

## RELACIONAR COMERCIO E INVERSIONES

- Aprovechar el boom de recursos naturales para fortalecer eslabonamientos productivos y tecnológicos
- Atraer inversiones chinas y atreverse a invertir en China



# **CHINA Y A. LATINA: CONSTRUYENDO EL FUTURO**



## **INSERTARSE EN LAS CADENAS REGIONALES DE VALOR QUE SE ESTRUCTURAN EN TORNO A CHINA**

- ASEAN es una gran amenaza competitiva
- A.L. debe insertarse en las redes productivas y de negocios que se constituyen en Asia, con eje en China

## **ASOCIATIVIDAD PARA TRABAJAR CON CHINA**

- Acciones pluri – nacionales y alianzas empresariales
- Proyectos de negocios tecnológicos conjuntos Minería; biotecnología; pesca; forestal; energía