

capechi trade

SEA PARTE DE LA RED DE NEGOCIOS
MÁS GRANDE DEL MUNDO

**EMBAJADOR
LIANG YU
EXAMINA
LOS 10 AÑOS
DEL TLC
PERÚ-CHINA**

**EL COMERCIO
BILATERAL
ANTE LA «NUEVA
NORMALIDAD»**

**ENTREVISTA
A LUIS QUEZADA
LOS RETOS DEL E-COMMERCE
POS-COVID-19**

COMPLIANCE PENAL

CONSULTORÍA EN COMPLIANCE PENAL

El 1 de enero de 2018 entró en vigencia la Ley 30424 a través de la cual se busca evitar que las empresas sean utilizadas como medios para la comisión de delitos. La norma tiene por finalidad, entre otros, la de sancionar a toda persona Jurídica que se vea beneficiada por un hecho delictivo realizado por personas naturales vinculadas a ésta (particularmente, delitos de Cohecho Genérico, Cohecho Especial y Cohecho Transnacional, Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo). Esta responsabilidad resulta ser independiente de la que pueda acarrear la persona que cometió el ilícito.

Las sanciones que se pueden aplicar pueden llegar incluso hasta la orden de disolución y liquidación de la empresa.

Ante ello, la norma prevé la posibilidad de eximir de responsabilidad a la persona jurídica por la comisión de delitos en la medida que la empresa implemente un Sistema o Modelo de Prevención de delitos en el interior de su organización.

NUESTROS SERVICIOS

Las fases de nuestra consultoría son las siguientes:

- 1. Levantamiento de información**
Revisión de documentación y procesos internos.
- 2. Informe Situacional**
Diagnóstico inicial sobre el grado de adecuación que tenga el cliente y riesgos preliminares advertidos.
- 3. Elaboración de Matrices de Riesgo y Documentos**
Identificación, evaluación y mitigación de riesgos detectados en el cliente, Políticas de Prevención de Delitos, Designación del Encargado de Prevención, entre otros.
- 4. Implementación**
Capacitación al Encargado de Prevención del Sistema y al personal del cliente.
- 5. Auditoría Interna**
Verificación de la correcta y eficiente implementación de las medidas elaboradas.

PRINCIPALES BENEFICIOS

- Disminuir o eximir la responsabilidad penal de la empresa frente a los actos ilícitos cometidos por sus trabajadores o personal relacionado.
- Reducir la configuración de actos ilícitos dentro de la empresa.
- Mejorar la percepción e imagen de la empresa frente a terceros (clientes, proveedores y socios de negocios) al implementar libremente prácticas de anticorrupción dentro de la organización, diferenciándose de otras empresas en el mercado.

Para mayor información escríbenos a: contacto@tytl.com.pe

OPTIMISMO Y ESPERANZA PARA EL FUTURO

«Nueva normalidad» es el término que usamos para describir esta situación extraña que nos toca vivir, mezcla de distanciamiento, trabajo remoto y demás situaciones que la emergencia sanitaria nos impone. No sabemos si se trata de una realidad transitoria, de largo plazo o permanente. Lo que sí sabemos es que el ser humano se adaptará, adecuando su forma de relacionarse, de comportarse, de trabajar y de hacer negocios, pues la vida y la economía necesitan reactivarse y seguir.

De la misma forma, la Cámara de Comercio Peruano China debe continuar su labor, reinventándose. Seminarios y cursos virtuales, incluso con mayor frecuencia y contenidos que antes de la pandemia, promoción de ferias como la de Cantón que este año tendrá una edición virtual, así como la elaboración de este número de la revista que también será virtual, son solo algunas de las innovaciones que venimos implementando. Y es que la relación comercial y de inversiones entre el Perú y China sigue en aumento, tal como lo demuestran dos recientes acontecimientos acaecidos en pleno estado de emergencia: la autorización de funcionamiento para el Bank of China y la culminación del proceso de venta de Luz del Sur a China Yangtze Power, cuya matriz es la gigante China Three Gorges Corporation (CTG). A ello debemos sumar que buena parte de la reactivación económica mundial tiene que ver con la recuperación del precio del cobre, debido a la robusta demanda china.

Este es un número especial que hemos decidido sacar adelante en medio de la crisis sanitaria y que es particularmente ambicioso en cuanto a su contenido y propósito: inyectar un poco de optimismo y esperanza para el futuro. Para ello, hemos tenido el honor de contar en el mismo número con la participación de los dos embajadores: chino en el Perú y peruano en China, quienes son los pilares de nuestras relaciones diplomáticas bilaterales y las personas que mayor conocimiento tienen sobre las oportunidades que nos presentan uno y otro lado. El Tratado de Libre Comercio y el *e-commerce* son los temas fundamentalmente abordados por ellos, además de sus comentarios sobre nuestra creciente relación bilateral. Que los dos embajadores hayan aceptado nuestra invitación con tanto entusiasmo es un indicativo de que ambos países ratifican su deseo de seguir desarrollando sus relaciones comerciales y de inversión.

El COVID-19 y su impacto no podían ser ajenos a esta edición, por lo que nuestros lectores también encontrarán abundante y útil información sobre el particular. En nombre del Consejo Directivo que me acompaña en este nuevo período y a cuyos miembros agradezco profundamente por su compromiso, envío a todos nuestros asociados y lectores en general un gran saludo y nuestros mejores deseos de mucha salud. Capechi seguirá trabajando para ustedes, como desde el año 2001, con mayor entusiasmo aún a pesar de las circunstancias. Consideramos que es la única forma de salir adelante.

JOSÉ TAM PÉREZ
PRESIDENTE DE LA CÁMARA DE COMERCIO PERUANO CHINA
(Capechi)

G A S T R O N O M Í A

8 TLC PERÚ-CHINA

EL EMBAJADOR DE CHINA EN EL PERÚ,
LIANG YU EXAMINA LAS RELACIONES
BILATERALES A 10 AÑOS DEL TRATADO

16 SE ABRE
EL TELÓN

Los nuevos
(y no tan nuevos)
escenarios del comercio
internacional



42 GUÍA

Como entrar al mercado chino sin jugar damas chinas

28 EL RETO DEL E-COMMERCE
CHINO

Entrevista al embajador peruano
en China Luis Quezada sobre
los desafíos comerciales
de la era pos-COVID-19

36 ENTREVISTA
A TZU-HSIN SHEN

La justicia china
y la solución
de controversias
comerciales



44 E-COMMERCE

Escudos legales para no caer en
incumplimiento en los negocios *online*

46 MINERÍA

Su evolución y repercusiones
de la crisis de la pandemia



cámara de comercio
peruano china
秘中商会

CONSEJO DIRECTIVO DE LA CÁMARA DE COMERCIO PERUANO CHINA 秘中商会 董事会

Calle Francisco Masías 544, piso 6, San Isidro • Telf.: 422-8152 / 422-8358 / 750-4207 • Email: info@capechi.org.pe

Presidente
JOSÉ JAVIER TAM PÉREZ
Rodrigo, Elías & Medrano Abogados

Vicepresidente
ALVARO BARRENECHEA CHAVEZ
Minera Chinalco Perú S.A.

Director Secretario
RAFAEL TORRES MORALES
Estudio Torres y Torres Lara Abogados

Director Tesorero
JOSE PAGADOR TWEDDLE
Delfin Group Co S.A.

Directores
AUGUSTO MERKT LUJAN
Banco de Crédito del Perú - BCP

RAÚL VERA LA TORRE
Shougang Hierro Peru S.A.A.

DOMINGO DRAGO SALCEDO
Minera Las Bambas S.A.

JOSE SAM YUEN
Corporación Sam S.A.

LIU LEI
CEP Logistic Group S.A.C.

Gerente General
TERESA JOO LAMG DE SIU

Director Ejecutivo
JORGE CHIAN CHONG

Gerente de Comercio Exterior
PABLO MATOS LEON

Comité consultivo de Capechi

KONG AIMIN
Asociación de Empresas Chinas en el Perú

ERASMO WONG LU
Corporación E. W.

Oficina de edición y comercialización:
GRAFFITI COMUNICACIÓN CORPORATIVA S.A.C.
Jr. M. Utrillo 261 Dpto. 101
Urb. Ampliación San Borja

Móvil: 997-105665
Email: prensa@graffiti.com.pe
http://graffiti.com.pe/

Dirección editorial
JOSÉ TAM PÉREZ

Dirección ejecutiva
PATRICIA VON LEÓN

Edición general
RUTH LOZADA DEJO

Redacción
SERGIO CARRASCO
SONIA MILLONES

Fotografía
PAUL VALLEJOS CORAL
FIDEL CARRILLO, PROMPERÚ

Diseño y diagramación
LUIS CABELLOS GÁRATE

Corrección
MELODY TOLEDO CHÁVEZ

Publicidad y Marketing
CRISTINA NIETO
capechi.marketing@gmail.com

Derechos Reservados. Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú N° 2018-15976

No se permite la reproducción total o parcial de esta obra, ni su incorporación a un sistema informático, ni su transmisión en cualquier forma o por cualquier medio (electrónico, mecánico, fotocopiado, grabado u otros) sin autorización previa y por escrito de los titulares del copyright. La infracción de dichos derechos puede constituir un delito contra la propiedad intelectual.



EXECUTIVE
SEARCH
NUGENT & DELGADO



MEMBER OF
irc { global executive search partners



CONFIANZA QUE UNE
ND / EXECUTIVE SEARCH

Expertos en búsqueda de Ejecutivos para la
Alta Gerencia y Miembros de Directorio

ALIANZAS ESTRATÉGICAS



MERCADO DE TRABAJO EN LA MIRA

En marzo y abril, la tasa de desempleo en China se habría situado entre 11 % y 20 % en los sectores secundario y terciario, esto es entre 60 y 100 millones de puestos de trabajo, según el artículo «Impacto de la COVID19 en la economía china» de la revista *Información Comercial Española*. La mayoría de estos despidos procederían de empresas privadas de los sectores construcción (23 millones de desempleados), comercio minorista (30 millones de desempleados), hostelería y *catering* (14 millones de desempleados). Por este motivo, la estabilización del mercado de trabajo se ha convertido en el principal motivo de preocupación de las autoridades chinas en su gestión de la recuperación económica del país tras la crisis del COVID-19.



FOTO: GERD ALTMANN EN PIXABAY



FOTO: KRISSE EN PIXABAY

FACILIDADES PARA LOS NEGOCIOS

Según el Doing Business Report del Banco Mundial, este año, China ocupa el puesto 31 entre los países con mayor facilidad para realizar negocios, habiendo avanzado 138 puestos desde el 2014. Hoy el tiempo de apertura de una empresa en China es de 9 días, antes era de 32. Obtener un permiso de construcción hoy tarda 111 días, antes 266. El tiempo para el registro de una propiedad decreció de 32 a 9 días. En el comercio transfronterizo, los exportadores en vez de pagar 569 dólares ahora solo gastan 330, y los importadores pagan 318 en vez de 871 dólares. Aún están pendientes las reformas en el sector judicial que agilicen el cumplimiento de los contratos comerciales.

LA VACUNA

Las vacunas desarrolladas en China contra el COVID-19 serían compradas principalmente por países asiáticos y algunos latinoamericanos que dependen de una secuenciación del genoma del coronavirus similar, o que han estado cooperando con China en I+D de vacunas como Brasil y México, señalan expertos en el *Global Times*. Rusia no ha revelado los 20 países que han ordenado su vacuna, pero los expertos estiman que, en su mayoría, serían de Asia Central y Medio Oriente. El espacio de las vacunas fabricadas en China en el mercado extranjero estaría en un margen de beneficio de entre 5,000 y 7,500 millones de yuanes bajo la predicción de que se exportarían principalmente a países de bajos ingresos.



FOTO: BAO... EN PIXABAY

CALIDRA

SIEMPRE AHÍ

calquipa.com
calidra.com

MÁS DE
100 AÑOS
DE LA EN EL MERCADO
MINERÍA



PRIMER PRODUCTOR DE CAL EN LATINOAMÉRICA

⇒ 4.5 MILLONES DE TN. AL AÑO



ventascalquipa@calidra.com.mx
iorozco@calidra.com.mx



■ Av. Andrés Reyes 360
San Isidro - Lima - Perú
■ Av. Italia, interior 5B 6B 105 Z.I. G
Zamacola Cerro Colorado Arequipa



+51 01 4080214
+51 950 300 372



Embajador Liang Yu:
la implementación
del TLC ha promovido
el rápido desarrollo y
la orientación de las
relaciones bilaterales.

A 10 años del TLC entre el Perú y China

EL «MOTOR DE CRECIMIENTO» DE LAS RELACIONES ECONÓMICAS Y COMERCIALES ENTRE AMBOS PAÍSES

Escribe EMBAJADOR LIANG YU

La ciudad en las nubes, más conocida como Machu Picchu; la inmensa selva amazónica; la mística y antigua civilización inca; la alpaca como estrella en el internet; las postales con hermosos paisajes peruanos, entre otros, han permitido que el Perú sea un lugar famoso y conocido para muchos chinos;

su magia y encanto únicos son fascinantes. A pesar de estar separados por el vasto océano Pacífico, los intercambios amistosos entre ambas naciones datan de una larga historia.

Al entrar en el nuevo siglo, ambos países, en su posición de promover el libre comercio y preservar el sistema multilateral de comercio, impulsaron activamente el establecimiento de relaciones económicas y comerciales complementarias y de beneficio mutuo. Es así como, el 28 de abril de 2009, suscribieron con éxito el Tratado de Libre Comercio (TLC) entre China y el Perú, el cual entró en vigencia en 2010.

La firma e implementación del TLC entre China y el Perú refleja plenamente el alto grado de confianza política mutua, mejora

considerablemente el nivel de cooperación estratégica entre ambas partes y sienta una base sólida para el desarrollo de las relaciones bilaterales. El año 2020 marca el décimo aniversario de la vigencia del tratado. Durante la última década, sus ventajas han quedado evidenciadas, convirtiéndose en el «motor de crecimiento» para la cooperación económica y comercial entre los 2 países, alcanzando un desarrollo avanzado a pasos agigantados.

En 2009, el volumen de comercio bilateral entre China y el Perú era de solo 6.4 mil millones de dólares. En 2010, cuando se implementó el TLC, el volumen de comercio entre China y el Perú aumentó 44%, y China se convirtió en el segundo mayor socio comercial del Perú. Desde entonces, el comercio bilateral viene creciendo a una tasa del 10% de promedio anual. En 2014, China superó a Estados Unidos, convirtiéndose en el mayor socio comercial del Perú. En 2018, el volumen de comercio bilateral superó los 23 mil millones de dólares, un aumento de casi 3 veces las cifras de 2009. China, se convirtió así, en el principal socio comercial del Perú, el mayor mercado de exportación y la mayor fuente de importación por 5 años consecutivos.

La estructura comercial entre China y el Perú está en mejora constante, las exportaciones peruanas a China son cada vez más diversificadas y las pymes dedicadas al comercio bilateral continúan en aumento. La palta, la uva, el arándano, el mango, el camarón blanco y otros frutos peruanos enriquecen las mesas chinas. A su vez, los productos de alpaca, la quinua, la maca, el polvo de algas y otros productos típicos cuentan con un gran mercado en China.

Las exportaciones de productos minerales y agrícolas de alta calidad a China se han multiplicado. Durante la última década, las exportaciones peruanas de productos no tradicionales de alto valor agregado a China han crecido en más del 80%, y los productos electrónicos, automóviles y motocicletas fabricados en China también han sido favorecidos por los consumidores peruanos. El Perú tuvo una buena participación en la Feria Internacional de Importaciones de China (CIIE, por sus siglas en inglés) celebrada en Shanghai, donde demostró que tiene industrias distintivas con ventajas competitivas internacionales.



FOTO: ANDINA

Valioso intercambio de experiencias del equipo de expertos médicos chinos en la lucha contra el COVID-19.

Al mismo tiempo, la implementación del TLC ha promovido el rápido desarrollo y la orientación de las relaciones bilaterales, los intercambios de alto nivel más frecuentes entre las 2 partes y una mayor confianza política mutua. En 2013, China y el Perú establecieron la Asociación Estratégica Integral.

En los últimos 10 años, la inversión total de China en el Perú alcanzó los 30 mil millones de dólares, 10 veces más que en 2009, en áreas como energía, minería, pesca, silvicultura, finanzas, energía eléctrica, infraestructura y transporte, bienes inmobiliarios, entre otros.

Los intercambios culturales entre ambos países se han vuelto cada vez más cercanos, lo que ha mejorado significativamente la popularidad tanto de China como del Perú en sendos países. En la sociedad peruana ha surgido una especie de «fiebre china», lo que ha hecho que aprender el chino sea una tendencia entre los jóvenes peruanos. El milenarismo país de los incas, con su larga historia y hermosos paisajes, atrae cada vez más a turistas chinos, pues China se ha convertido en uno de los países de origen de turistas con más

ha participado activamente en el sistema multilateral de comercio, contribuyendo con más del 30% al desarrollo de la economía global, y es una importante fuerza impulsora del crecimiento económico mundial.

En la actualidad, la globalización económica se enfrenta a altibajos, el comercio internacional y la inversión han disminuido, y el proteccionismo y el unilateralismo están en aumento. Ante esta severa y compleja situación económica, la comunidad internacional necesita fortalecer la cooperación.

Tanto China como el Perú son firmes partidarios y practicantes del libre comercio, comparten una misma postura sobre el proteccionismo y sobre la promoción de una nueva globalización económica. Ambas partes deben trabajar de manera conjunta para construir y mantener un sistema de comercio multilateral, promover aún más la liberalización y facilitación del comercio y la inversión, e impulsar conjuntamente el desarrollo de una economía mundial innovadora, dinámica e inclusiva.

En noviembre de 2016, cuando el presidente chino Xi Jinping visitó el Perú para participar

En la sociedad peruana ha surgido una especie de «fiebre china», lo que ha hecho que aprender el chino sea una tendencia entre los jóvenes peruanos.

rápido crecimiento en el Perú, y la amistad entre los pueblos chino y peruano se está profundizando.

En 2019, China y el Perú firmaron un memorando de entendimiento sobre la cooperación en el marco de la iniciativa de la Franja Económica de la Ruta de la Seda y la Ruta Marítima de la Seda del Siglo XXI. Los 2 países han formado una comunidad de destino de desarrollo y beneficio mutuo, y la cooperación entre las 2 partes ha dado paso a esta nueva oportunidad histórica.

En los últimos años, China, como la segunda economía más grande del mundo,

de la cumbre informal de líderes del foro de Cooperación Económica Asia Pacífico (APEC), las dos partes firmaron un memorando de entendimiento para la Optimización del Tratado de Libre Comercio Perú-China, iniciándose los trabajos de estudio e investigación.

Hasta la fecha, se han realizado cuatro rondas de negociaciones fructíferas, en donde se discutieron temas como comercio de servicios, inversión, procedimientos aduaneros y facilitación del comercio, reglas de origen, medidas sanitarias y fitosanitarias, propiedad intelectual, comercio electrónico, política de competencia y cadena global de suministro, etc., con avances significativos, sentando una

ENTREVISTA

Hermanos en la lucha

Contra el coronavirus y en la recuperación económica

¿Nos podría hacer un balance del apoyo brindado por el gobierno chino al Perú para paliar la crisis del coronavirus?

China apoya firmemente al gobierno y pueblo del Perú en su lucha contra el COVID-19 y en el marco del consenso alcanzado entre los dos jefes de Estado, presidente chino Xi Jinping y el presidente peruano Martín Vizcarra, tanto el gobierno chino, las provincias y ciudades chinas, y comunidades de residentes y empresas chinas en el Perú han hecho donaciones al gobierno peruano de insumos médicos como mascarillas, respiradores, mamelucos, entre otros. A solicitud del Gobierno peruano, China también envió un equipo de expertos médicos para compartir su valiosa experiencia anti epidémica. El presidente Vizcarra agradeció la ayuda brindada y enfatizó además la gran importancia que el Perú le da a la asociación estratégica integral que mantiene con China, y confía que los pueblos de ambos países superen el reto del COVID-19 a través de la cooperación.

El Gobierno Chino hace esfuerzos para ayudar al Perú a ganar la batalla contra el COVID-19, promueve la construcción de una comunidad de salud pública para la humanidad, impulsa el desarrollo sostenible de la asociación estratégica integral China-Perú y fomenta los lazos de amistad entre ambos pueblos.

¿Cuál ha sido el diagnóstico de delegación de médicos chinos de la situación peruana y qué recomendaciones específicas han dejado luego de visitar distintos centros médicos en Perú?

Durante los 15 días de su estadía en Lima y Arequipa, el equipo de expertos visitó instituciones médicas, laboratorios, centros de prevención epidemiológica y otros frentes

de batalla, intercambiando y compartiendo sus experiencias en diagnóstico, prevención y control de la enfermedad.

Como China ha sido el primer país en controlar la epidemia, el Gobierno y los médicos peruanos que combaten el COVID-19, se han beneficiado de la experiencia brindada en el control clasificado de pacientes, el fortalecimiento de la coordinación general, la mejora en la capacidad de detección de la enfermedad y la unificación de los estándares de protección del personal de salud. La parte peruana tomará las experiencias y recomendaciones y seguirá mejorando las medidas de prevención para lograr una pronta victoria en la lucha contra esta enfermedad.



FOTO: FIDEL CARRILLO

En la entrevista, Liang Yu explicó las seis áreas y los seis frentes de la recuperación económica china.

¿Qué esfuerzos está haciendo China para recuperar su economía rápidamente y que esfuerzos en paralelo deberá realizar el Perú para un retorno normal de las actividades de intercambio comercial?

Aunque en las dos últimas sesiones de la Asamblea Popular Nacional de este año, el primer ministro Li Keqiang no planteó una meta específica de crecimiento en el informe sobre la Labor del Gobierno, sí estableció objetivos claros en materia de las condiciones de vida del pueblo y la reforma. Hizo hincapié en mantener la seguridad en las seis áreas (estabilidad laboral, las condiciones básicas de vida del pueblo, las operaciones de las entidades del mercado, la seguridad alimentaria y energética, la estabilidad de las cadenas industriales y de suministro, y el funcionamiento normal de los Gobiernos del nivel de base) para garantizar la estabilidad en los seis frentes: empleo, sector financiero, comercio exterior, inversión extranjera, inversión doméstica y expectativas.

Esta epidemia ha causado un gran impacto en la economía mundial. Se espera que China como la segunda economía más grande y el mayor mercado del mundo, logre un crecimiento económico positivo a través de mantener la seguridad en las seis áreas, -y en particular, de las tres primeras-, y desempeñe un papel importante en la recuperación de la economía mundial y la estabilización de las cadenas industriales y de suministro.

China y Perú son importantes socios comerciales, por ende la rápida recuperación de la económica china y su aumento de la demanda es favorable para la recuperación de la economía peruana. China está dispuesta a seguir fortaleciendo la comunicación con Perú, para garantizar el intercambio ininterrumpido de personas y el comercio de bienes, promover aún más la cooperación pragmática bilateral y construir conjuntamente la Franja y la Ruta, y así, celebrar el próximo año el 50 aniversario del establecimiento de relaciones diplomáticas entre China y Perú con más logros tangibles.



FOTO: ANDINA

Momento de la llegada al Perú de la donación del Gobierno chino.

buena base para que este proceso concluya en el plazo más próximo.

A principios de este año, China enfrentó el brote de una nueva neumonía por coronavirus. Con el apoyo de más de 170 países —incluido el Perú— y de la OMS, el Gobierno y el pueblo chino han trabajado arduamente para controlar de manera efectiva la propagación de la enfermedad, ganando tiempo y experiencia muy valiosos para que todo el mundo, juntos, podamos detener la propagación del coronavirus.

Aunque la economía china inevitablemente se verá afectada a corto plazo, la tendencia positiva a largo plazo no ha cambiado. China y el Perú deben continuar trabajando juntos: tomar el décimo aniversario del TLC como un nuevo punto de partida; implementar el Plan de Acción Conjunto 2016-2021; fortalecer el acoplamiento de estrategias de desarrollo y profundizar la cooperación en capacidad productiva; continuar desempeñando el papel de cooperación en minería, energía, construcción de infraestructura y otros campos tradicionales; explorar nuevos puntos de creciente cooperación, como energía limpia, interconexión de información y comercio de productos agrícolas; promover activamente la mejora de los acuerdos de libre comercio; inyectar un nuevo impulso a la optimización del comercio bilateral, y promover la asociación estratégica integral de China-Perú a un nuevo nivel. CT◀

¿QUÉ OCURRIRÁ CON LA GLOBALIZACIÓN?

* Carlos Aquino

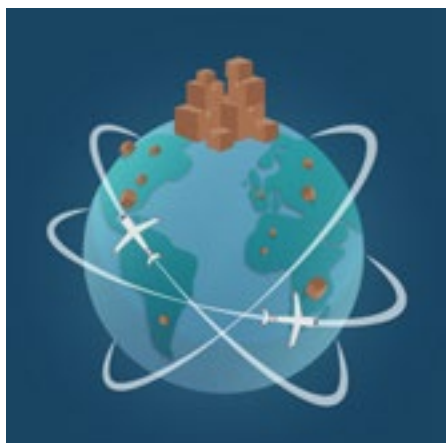
LA ECONOMÍA MUNDIAL POSPANDEMIA Y EL ROL DE CHINA

La economía mundial experimentará una severa caída este año con una tasa negativa de -4.9% anual, lo que significaría el peor desempeño en un siglo, según pronósticos de junio de 2020 del Fondo Monetario Internacional. Para esta organización, las economías avanzadas caerán un -8.0% y las economías en desarrollo y mercados emergentes, un -3.0%. En este ambiente negativo, son pocas las economías que crecerían y entre ellas está la china, con un 1.0%.

China ha sido la locomotora de la economía mundial desde principios de este siglo. Este país ha contribuido con entre 30% y 40% al crecimiento de la economía mundial, beneficiando especialmente a los países en desarrollo como el Perú, gracias a su alta demanda por materias primas. Si bien, China es la fábrica del mundo, también es el mayor mercado de consumo del mundo.

La pandemia obligó a los países a cerrar sus economías, y algunas recién están empezando a reabrirlos. Entre ellos, China fue el primero, y también pudo controlar la pandemia en su territorio con un menor costo en términos de fallecidos e infectados. Estos dos hechos —que China haya sido el primero en reabrir su economía y que esta no caerá, sino que crecerá un punto— es muy importante.

En un mundo pospandemia, hay voces que abogan por un freno a la globalización, este movimiento que ha visto, en los últimos 30 años en particular, un acelerado incremento en el flujo del comercio de bienes y servicios, de



capital e incluso de personas. Lo anterior deriva principalmente de las disputas entre China y Estados Unidos, iniciada antes de la pandemia con una guerra comercial entre ambos, pero que para algunos se agudizaría en un mundo pospandemia. En Estados Unidos, la dependencia de China como fábrica del mundo, incluso para muchos de los equipos e implementos médicos necesarios para combatir la pandemia, constituye un argumento para «desacoplar» su economía de la de China y traer parte de la producción que se hace en el gigante asiático al país.

Por eso, las voces que abogan por restricciones al comercio, es decir, por el proteccionismo, se hacen estridentes, especialmente en Estados Unidos, que irónicamente fue el país que hasta hace algunos años era el campeón de la globalización.

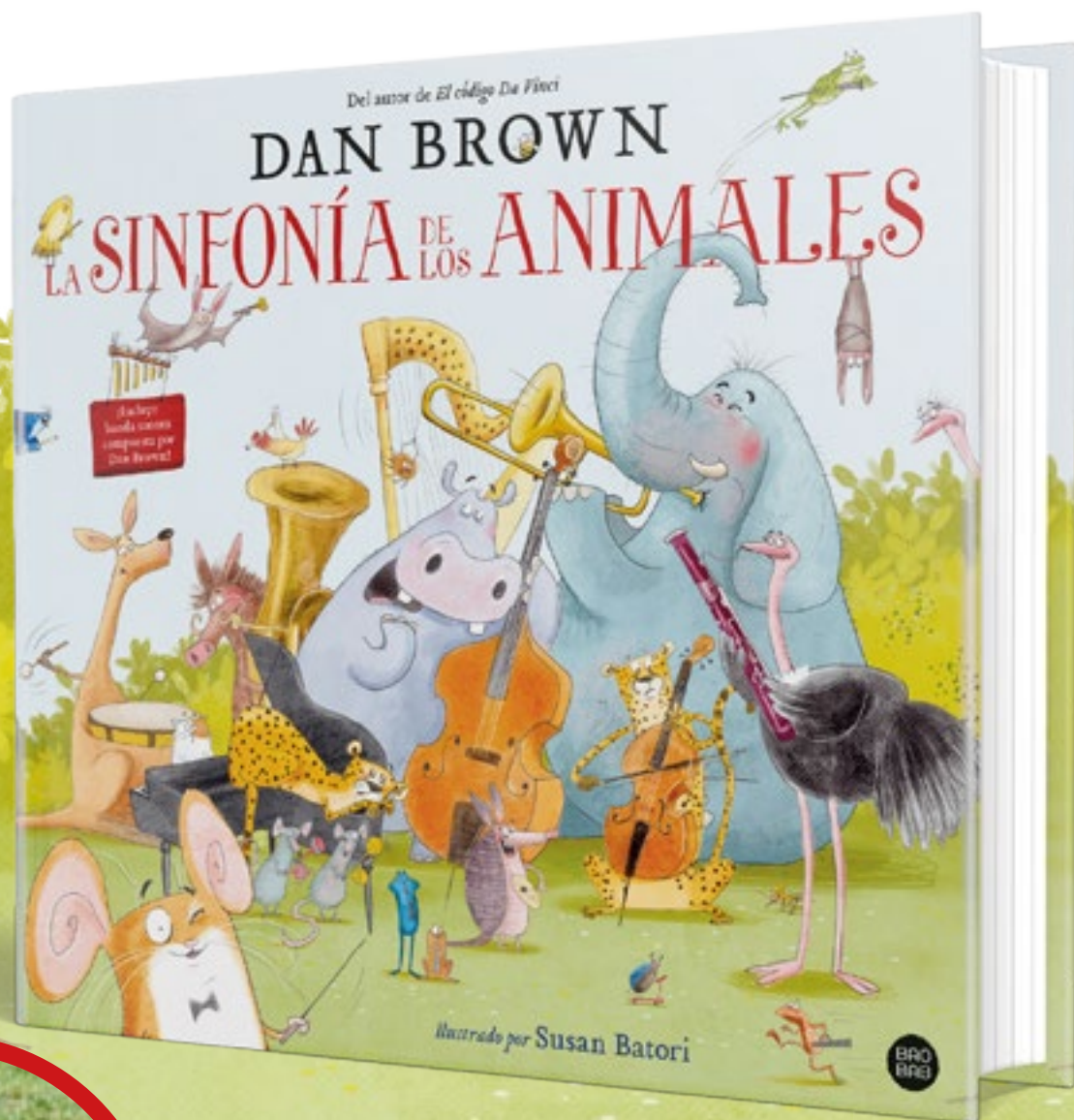
En este contexto, debería bregarse para que continúe un sistema abierto de comercio e inversiones, que ha servido para que países como el Perú experimenten, desde comienzos de este siglo, un crecimiento acelerado. Nuestro país, desde la primera década de este siglo, incrementó su PIB per cápita promedio anual de 4.7%, el mayor en un siglo, de acuerdo con estadísticas del Banco Central de Reserva del Perú. Entre 2011 y 2019, el PIB per cápita creció en promedio un 2.8% anual, el segundo mayor también en un siglo. Ese crecimiento en gran parte se dio por un entorno externo favorable, donde China se convirtió en el mayor destino de nuestras exportaciones.

China ha manifestado su intención de velar por un entorno internacional abierto al comercio e inversiones, un contexto en donde ambos países, China y el Perú, se han beneficiado. Lo que queda es aprovechar más el mercado chino, exportando no solo materias primas sino otros productos, porque, como se ha dicho, ese país no es solo la fábrica del mundo sino el mayor mercado de consumo.

*Profesor de la UNMSM, coordinador del Centro de Estudios Asiáticos

El primer libro infantil de
DAN BROWN

Lectura y música para disfrutar en familia



Del autor de *El código Da Vinci*



SE REABRE EL TELÓN

Nuevos (y no tan nuevos) escenarios para el comercio bilateral
en el inicio de la «nueva normalidad»



Escribe SERGIO CARRASCO

A

unque no tiene todavía forma definitiva la tan mentada «nueva normalidad», de manera progresiva y al desacompasado ritmo de la reactivación de las economías en una y otra orilla de la cuenca del Pacífico, se perfilan escenarios y perspectivas para el comercio internacional entre el Perú y China.

Las circunstancias son nuevas, no solamente por las condiciones que impone la pandemia —de carácter sanitario, pero que impactan en la actividad comercial—, sino también por el nuevo curso del plan de desarrollo chino, que ha acelerado algunas tendencias. En opinión de Rafael Zalcnic, economista jefe de la Sociedad de Comercio Exterior de Perú (Comex), el COVID-19 producirá en China cambios estructurales centrados en la digitalización y el uso de energías renovables, por lo que implementaría nueva infraestructura (tecnología 5G, centros de *big data*, centros de carga eléctrica, etc.) demandante de nuevos productos (conductores, *chips*, etc.) y servicios.

En ese contexto, la demanda china de materias primas —minerales, principalmente— se traducirá en menores precios y volúmenes, en tanto que crecerá la de productos con valor agregado y la de alimentos para los centros urbanos.

En tal sentido, indica el experto, es necesario dirigir los esfuerzos productivos y comerciales peruanos a nichos específicos, lo que debería impulsar la exportación no tradicional —en particular, agrícola y pesquera— que cuenta con amplia variedad de productos que pueden adaptarse a las preferencias de los consumidores chinos.

OPTIMIZACIÓN DEL TLC

«China es el mayor socio comercial del Perú, y los dos países comparten un acuerdo de libre comercio, una rareza en América del Sur que debería poner a los exportadores peruanos en ventaja sobre sus vecinos», señalan Chris Devonshire-Ellis y Patrícia Varejão, de Dezan Shira & Associates en el reciente artículo «China puede ayudar a las exportaciones peruanas». Por lo pronto, desde el 1 de enero de 2019, fecha de la décima rebaja tarifaria pactada, del total de líneas arancelarias de China (7,259), el 93.6% están ya totalmente desgravadas para exportaciones originarias del Perú. Entre las 522 líneas arancelarias excluidas de la desgravación, se cuentan los aceites vegetales, algunas preparaciones alimenticias, algunos productos pesqueros, arroz, autos, café, combustible, madera, maíz, motocicletas, neumáticos, papel, pieles, polietileno, televisores, trigo, urea, y queda harta tela para cortar.

Como precisa José Tam, presidente de la Cámara Peruano China (Capechi), «tenemos que valernos de los tratados suscritos, pero el instrumento por sí solo no genera todo. El TLC con China es básicamente un tratado de desgravación arancelaria». Al respecto, destaca la importancia de su proceso de optimización, cuyas rondas se interrumpieron por la pandemia, pero que continúan vigentes. Dicha optimización, indica Rafael Zacnich, permitirá —entre otras cosas— esclarecer puntos sueltos dentro del acuerdo sobre asuntos logísticos, como el trasbordo de productos no reconocidos como peruanos en puerto de destino, y otros de más amplia resonancia, como los



Rafael Zacnich, gerente de Estudios Económicos de Comex, augura demanda china de nuevos productos y servicios alineados con digitalización impulsada por la pandemia.

mecanismos de acercamiento y cooperación para que pequeñas y medianas empresas accedan a la cadena de abastecimiento de la demanda china.

En la misma línea, sostiene el especialista, se requiere profundizar cuotas de productos agrícolas y pesqueros, como por ejemplo los langostinos; y, de otro lado, explorar las posibilidades de nuevos productos para el mercado chino, como pecanas o menestras. Zacnich coincide con José Tam en la importancia de un acercamiento entre diplomacia y agencias de certificación para la obtención de los protocolos fitosanitarios; tomando en cuenta el hecho de que estos se negocian de uno en uno y el tiempo que tarda su adaptación, el presidente de Capechi destaca lo significativo de las visitas peruanas de alto nivel a China para su dinamización. Además de optimizar el TLC, ampliar la oferta e impulsar los protocolos fitosanitarios, José Tam considera necesario generar una creciente asociatividad entre productores para cubrir los volúmenes de la posible demanda china.

«Hasta la fecha, las exportaciones peruanas a China han sido productos crudos relacionados con el sector minero y productos básicos como escoria de hierro, sales, materiales de construcción, metales crudos y productos

químicos, principalmente productos de la industria pesada, aunque existe una creciente demanda de acuicultura peruana», puntualizan Devonshire-Ellis y Varejão. «El alcance de los consumibles también está ahí, una oportunidad para los exportadores peruanos. China es un importante importador de camarones, por ejemplo, y el Perú un exportador. Sin embargo, los dos hasta ahora no se han alineado al máximo potencial, mientras que cualquier búsqueda de vino peruano entre los menús es infructuosa en China. Se pierden oportunidades en el ámbito de la exportación de consumo peruano».

EL CORTO PLAZO

Refiere Jorge Chian, director ejecutivo de Capechi, que al noveno año de vigencia del TLC con China, las exportaciones peruanas crecieron a un ritmo anual promedio de 13%, en tanto que las importaciones lo hicieron a una tasa anual de 12.9%. Eso, antes de la crisis sanitaria.

¿Cuáles son las perspectivas en el corto plazo? «El índice de confianza del consumidor de China está en su nivel más alto en cinco años», referían Devonshire-Ellis y Varejão hace algunas semanas. La reciente nota de Reuters «Big in China and tiny in the U.S., Fast Retailing seen weathering pandemic», de Ritsuko Ando y Sophie Yu, confirma la previsión. Los autores citan a Honor Strachan, analista minorista de la firma de investigación GlobalData, quien afirma que «Asia va a ser mucho más rápida en recuperarse en términos de disposición a gastar, lo que favorecerá a los operadores con una gran presencia en la región». Por su parte, Devonshire-Ellis y Varejão señalan que «también hay oportunidades para los pequeños comerciantes, especialmente en los mercados de consumo». Consultada por Capechi Trade, Patricia Varejão precisa que hay espacio para mercados B2B (*business to business*), pero también para mercados B2C (*business to consumer*): «Las pequeñas empresas pueden unirse, por ejemplo, para cerrar un contenedor. La empresa no tiene que ser grande para pensar en exportar. Puede ser estratégico».

ENTORNO DIGITAL

La apurada migración al entorno digital a nivel global, que en China ya avanzaba espoleada



Hay oportunidades para los pequeños comerciantes peruanos, especialmente en los mercados de consumo de China, señala Patricia Varejão de Dezan Shira & Associates.

por el SARS-2 y por la adopción del *blockchain*, abre nuevas posibilidades para el comercio B2C y B2B. La referida tecnología —un sistema de registro descentralizado de transacciones a prueba de manipulaciones que permite a los participantes colaborar y generar confianza entre ellos— camina en China con más rapidez, ya que se experimenta constantemente en sectores industriales y ha lanzado recientemente una red de servicios basada en ella.

Su primera plataforma *blockchain* de servicios gubernamentales se introdujo en la provincia oriental china de Anhui para otorgar certificados y licencias electrónicas. A mediados de mayo pasado, durante una reunión con el Comité de Tecnología Financiera, el vicegobernador del Banco Popular de China, Fan Yifei, instó a China a apurar su estrategia de adopción de dicha tecnología. Ya en 2018, el estudio «Can Blockchain revolutionize international trade?» de Emmanuelle Ganne, de la Organización Mundial de Comercio, concluyó que el *blockchain* podría convertirse en el mayor transformador del negocio marítimo y el comercio internacional desde la invención del contenedor.

Según Carlos Posada, director ejecutivo del Instituto de Investigación y Desarrollo

de Comercio Exterior, el *blockchain* es una gigantesca base de datos, semejante a un libro contable, con información almacenada en miles de puntos de información —representados físicamente en ordenadores o computadoras— en lugar de hacerlo en un solo servidor, garantizando de esta manera la seguridad de la misma. Se trata de tecnología surgida de otra crisis, esa no sanitaria sino financiera, la de 2008, cuando la confianza de la gente en las instituciones, sobre todo las financieras, estaba a niveles liliputienses. Su importancia devino inicialmente del hecho de ser la tecnología sobre la que reposa bitcoin, la controvertida criptomoneda que generó efímera expectativa.

El estudio señala entre los posibles beneficios a las oportunidades transversales para reducir los costos comerciales; mejoras en la transparencia de la cadena de suministro, y apertura de nuevas opciones comerciales para las micro, pequeñas y medianas empresas, puesto que agilizará el intercambio de documentos simplificados y armonizados, y reducirá tiempos y costos vinculados al procesamiento de información.

Según informó poco antes de la cuarentena Jeppe Kobbero, senior product manager de Maersk TradeLens, su empresa viene trabajando con APM Terminals Callao en el Perú, empleando *blockchain* para recibir los datos en cada transporte y compartirla con sus socios. «Nuestra idea es implementar esta tecnología en el Perú e involucrarnos con diferentes compañías para ayudar a que su interacción con el comercio global sea más eficiente y, sobre todo, transparente», adelantó.

NUEVA RUTA DE LA SEDA

Por otra parte, el marco de la relación bilateral se ha ampliado desde la suscripción del Acuerdo de Libre Comercio. La más importante novedad es la Belt & Road Initiative (BRI), de la que el Perú es, desde el año pasado, uno de los países signatarios. Impulsada por el gobierno chino, la iniciativa es un ambicioso programa para conectar Asia con África y Europa a través de redes físicas y digitales a lo largo de seis corredores, con el objetivo de mejorar la integración regional, aumentar el comercio y estimular el crecimiento económico. Esos seis corredores representan en sí mismos nuevos

y más vigorosos mercados. «Esto ya era una tendencia antes de la crisis del coronavirus y ahora se ha intensificado», afirma Patricia Varejão.

La iniciativa impulsa la conectividad regional e intercontinental, a través de puertos, ductos, infraestructura logística y telecomunicaciones. Comprende el Silk Road Economic Belt —una red ferroviaria que conecta Asia Central, Asia del Sur, Rusia y Europa— y el Maritime Silk —una vía marítima que conecta el Sudeste de Asia, el Sur del Pacífico, Medio Oriente, África y Europa—. En el empeño liderado por China, hay 70 países que representan cerca de un tercio del PIB mundial.

Para José Tam, que el Perú haya suscrito su adhesión a la Franja y la Ruta no significa beneficios inmediatos. Refiere que se trata de la posibilidad de relacionamiento con China a todo nivel, para lo cual el Perú debe plantear una oferta en la que cabe el comercio, el turismo, el desarrollo de infraestructura.

ESCENARIO EN MOVIMIENTO

Como es evidente, muchas cosas han cambiado y lo siguen haciendo, unas de manera más acelerada que otras; y no solamente por efecto de las torvas maneras del COVID-19, aunque

CONDICIONES DE ACCESO DE LAS EXPORTACIONES PERUANAS A CHINA

Categoría de desgravación	N° de líneas	Part.
Acceso inmediato	4,747	61.20%
B (5 años)	908	11.7%
C (10 años)	1,604	20.7%
D (sin desgravación)	422	5.4%
E (16 años)	5	0.1%
F (8 años)	14	0.2%
G (12 años)	24	0.3%
H (15 años)	12	0.2%
I (17 años)	20	0.3%
K (uva)	1	0.0%
L (harina pescado)	1	0.0%
Total	7,758	100%

Fuente: Mincetur, 2019

EXPORTACIONES PERUANAS A CHINA
DURANTE LA VIGENCIA DEL TLC

Tipo/sector	US\$ millones									9° año de vigencia		Var. Prom. anual
	1° año	2° año	3° año	4° año	5° año	6° año	7° año	8° año	9° año	US\$ mill.	Part.	
Total	5,579	7,321	7,484	7,858	6,652	7,409	9,445	11,451	13,636	76,835	100%	13.5%
Tradicional	5,308	6,984	7,128	7,462	6,186	7,106	9,173	11,051	13,123	73,521	95.7%	13.6%
Agrícola	0.9	2.8	5.3	5.1	6.3	18.3	9.2	13.6	10.6	72.1	0.1%	36.1%
Minero	4,395	5,724	6,367	6,289	5,692	6,079	8,117	10,025	11,468	6,4157	83.5%	15.1%
Pesquero	778	1,218.9	755.6	1,109	487.8	950.4	942.3	973.6	1,514	8,730	11.4%	8.1%
Petróleo y gas natural	135	37.8		58.1	0	58.6	104.1	38.6	130.5	562.7	0.7%	-3.8%
No tradicional	270.9	337.4	355.6	396.5	465.9	303.5	271.8	399.5	512.8	3,314	4.3%	11.4%
Agropecuario	25.6	33.7	60.2	86.4	109.2	81.5	68.4	112.5	151.5	729.1	0.9%	31.0%
Artesanías	0	-	-	-	0	0	-	0	0	0	0.0%	0.0%
Maderas y papeles	81.8	56.7	52.7	59.8	62.3	56.6	59.7	56.7	52.9	539.1	0.7%	-3.5%
Metal mecánico	1.1	2.9	1.4	3.9	1.2	0.9	1	1.7	2	16.2	0.0%	20.3%
Minería no metálica	0.2	1.7	0.7	0.3	1.3	0.3	1	1.5	0.9	7.8	0.0%	36.6%
Pesquero	95.7	169.6	178.3	169.4	228.8	121.3	86.8	128.8	218.1	1,397	1.8%	16.5%
Pieles y cueros	0.5	3.4	2.1	4.1	4.1	10.6	10.2	8.5	1.2	44.6	0.1%	28.3%
Químico	38.2	39.3	31	30.6	22.2	9.3	18.5	23.1	30	242.1	0.3%	2.3%
Sidero-metalúrgico	5.2	9.5	9.9	18.9	5	3.5	2.7	3.5	2.7	61	0.1%	-6.0%
Textil	22.4	20.3	19.2	23	31.6	19.3	23.4	62.3	52.8	274.4	0.4%	10.0%
Varios (inc. joyería)	0.1	0.2	0.2	0.2	0.2	0.1	0	0.8	0.6	2.5	0.0%	23.1%

Fuente: Mincetur, 2019

confluyan con ellas. El presidente de Capechi destaca la aprobación de China de su Código Civil en plena pandemia, lo que, más allá de sus características, «ratifica la voluntad de China» de seguir abriéndose al comercio con el mundo.

En la misma dirección parece estar ubicada la decisión adoptada poco antes de la expansión de la pandemia de poner en marcha un ambicioso plan para «expandir Hong Kong» como núcleo del plan de desarrollo del Área

de la Gran Bahía (Guangdong-Hong Kong-Macao) para construir una mega región de clase mundial. El Área de la Gran Bahía consta de la Región Administrativa Especial de Hong Kong (RAEHK), la Región Administrativa Especial de Macao (RAE de Macao) y 9 ciudades de la provincia de Guangdong: Guangzhou, Shenzhen, Zhuhai, Foshan, Huizhou, Dongguan, Zhongshan, Jiangmen y Zhaoqing, y comprende, según cifras de 2017,

una población total de cerca de 70 millones de personas y un PIB de 1,480 millones de dólares.

Citado por la agencia oficial de noticias Xinhua, un funcionario encargado de la oficina del grupo dirigente para el desarrollo del área explicó que «se trata de una estrategia nacional que el secretario general Xi Jinping planeó, sobre la que tomó decisiones y promovió en persona». El desarrollo del área es considerado un nuevo intento por lograr mayores avances en «la búsqueda de la apertura en todos los frentes en la nueva era», y «un paso más para impulsar la práctica de *un país, dos sistemas*».

De otro lado, en el escenario internacional, las tensiones comerciales entre Estados Unidos y China —que amenazan con escalar e incluyen la posible revocación del estatus oficial concedido a Hong Kong por Estados Unidos anunciada por el presidente Donald Trump—, sin duda, tendrán efectos a nivel global, aunque de manera distinta. En opinión de Rafael Zacnich, las tensiones posiblemente se traducirán en la búsqueda del realineamiento de fuerzas detrás de cada cual, lo que puede resultar favorable para el Perú al generar condiciones de inversión en infraestructura en zonas de selva para el adecuado desarrollo de productos con gran



La ejecución del plan de China para la expansión de Hong Kong se traducirá en la creación de una mega región de clase mundial con alrededor de 70 millones de personas y un PIB de 1,480 millones de dólares.

potencial como el camu-camu. Patricia Varejão considera, a su vez, que una disminución de las compras chinas procedentes de Estados Unidos debido a la guerra económica tendrá como resultado la búsqueda de otros mercados. «América Latina se está fortaleciendo en esta situación», considera. **CT**

INTERCAMBIO COMERCIAL PERU-CHINA A LO LARGO DE LA VIGENCIA DEL TLC

Flujo comercial. Millones US\$		Exportaciones (FOB)	Importaciones (CIF)	Saldo comercial	Intercambio comercial
Año previo	(Mar 09 - Feb 10)	4,369.60	3,417.00	952.6	7,786.60
1° año	(Mar 10 - Feb 11)	5,579.30	5,329.30	250	10,908.60
2° año	(Mar 11 - Feb 12)	7,321.20	6,618.60	702.6	13,939.80
3° año	(Mar 12 - Feb 13)	7,483.50	7,931.90	-448.3	15,415.40
4° año	(Mar 13 - Feb 14)	7,858.20	8,470.40	-612.2	16,328.60
5° año	(Mar 14 - Feb 15)	6,651.90	9,084.40	-2,432.40	15,736.30
6° año	(Mar 15 - Feb 16)	7,409.50	8,523.20	-1,113.70	15,932.60
7° año	(Mar 16 - Feb 17)	9,444.50	8,204.50	1,240.00	17,649.00
8° año	(Mar 17 - Feb 18)	11,450.70	9,115.50	2,335.20	20,566.30
9° año	(Mar 18 - Feb 19)	13,636.20	10,198.30	3,437.90	23,834.60
Acumulado 9 años		76,835.10	73,476.00	3,359.10	15,0311.1
Crec. prom. anual (9 años)		13.50%	12.90%	15.30%	13.20%

Fuente: Julio Chan. *Los nueve años del TLC Perú-China. Su negociación y sus resultados.*

PROTOCOLO DE NEGOCIOS

* Rubén Tang (邓如朋)

LOS REGALOS EN LAS REUNIONES DE NEGOCIOS CON EMPRESAS CHINAS

Cuando tengamos que preparar una gira de negocios en China o en el Perú, uno de los temas a los cuales tenemos que prestarle mucha atención es al de los obsequios. Antes de emprender el viaje a China —o si la reunión se realiza en el Perú— es muy importante saber la lista de las personas con quienes nos reuniremos para preparar con la debida anticipación los regalos que entregaremos. Generalmente, estos se dan antes de comenzar la reunión o al final de esta, con la toma de foto correspondiente.

La entrega de regalos es completamente normal en el mundo de los negocios en China. Estos gestos, generalmente, no tienen ninguna connotación negativa, sino que más bien simbolizan una muestra de cortesía, respeto y reciprocidad, así como entusiasmo por el mantenimiento de las relaciones con nuestra contraparte. A los chinos les encantan los objetos de otras culturas, por lo que un regalo que muestre, de alguna manera, la riqueza cultural de nuestro país será muy bien recibido.

Ahora bien, estos regalos no necesariamente tienen que ser caros, pero, en algunos casos, se deberá prestar atención al nivel de jerarquía o importancia de las personas con las cuales nos vamos a reunir, a fin de prepararlos de la manera más apropiada. Las opciones son múltiples y, dependiendo del interés previamente consultado, se puede entregar un libro de la cultura peruana (en inglés), objetos de artesanía o productos típicos de nuestro país. A la persona de mayor jerarquía, se le entrega el obsequio más valioso y a las demás personas, un regalo significativo y de valor equivalente. Por supuesto que la contraparte china también preparará unos presentes para los miembros de la delegación peruana, por lo que es muy importante no olvidar este detalle a fin de no pasar vergüenza.



Estos obsequios pueden ser envueltos en papel de color rojo o dorado, como símbolo de buena suerte y fortuna. No hay que olvidar que hay colores que para los chinos tienen una connotación negativa tales como el blanco, que es el color de la muerte y el luto. Además, en China hay ciertas supersticiones que se mantienen por lo que hay que evitar la entrega de regalos como paraguas, relojes, entre otros, objetos que simbolizan ruptura, muerte o arrepentimiento.

Sin embargo, el mejor regalo será con toda seguridad una invitación a un almuerzo o cena. En el caso del Perú y de acuerdo con nuestra experiencia de muchos años, ellos verán con mucho agrado que los invitemos a un restaurante de comida peruana típica. Del mismo modo, cuando estemos en China, ellos nos devolverán la cortesía y nos invitarán a comer comida tradicional china de la región o ciudad que visitemos. Esta es una manifestación continua de recíproca generosidad.

Como vemos, la entrega de obsequios es todavía un elemento esencial en la cultura y el protocolo de negocios con China, por lo que se deberá observar esta costumbre en aras de una relación armoniosa a largo plazo con nuestra contraparte. El desarrollo de relaciones de negocios en China significa también construir y establecer vínculos más o menos duraderos basados en valores tales como la reciprocidad, la confianza y la empatía.

NUESTRA OFERTA DE VALOR PARA LOS NEGOCIOS CON CHINA Y EL MUNDO

Escribe: JOSÉ ANTONIO SARMIENTO

Gerente de Instituciones Financieras, BCP. Miembro del Consejo Directivo de Capechi



D

Desde la firma de los TLC, el intercambio comercial con Asia y Europa, y la atracción de inversión extranjera, crecieron significativamente. Ante ello, en el BCP tendimos puentes con el mundo y reforzamos nuestras capacidades para atender la mayor y cada vez más sofisticada demanda por servicios financieros internacionales. Hoy estamos enfocados en mejorar la experiencia de nuestros clientes

y, para apoyarlos a que reactiven sus operaciones paralizadas por la cuarentena, contamos con las siguientes capacidades:

- Un equipo de profesionales de comercio exterior altamente capacitado para brindar asesoría a nuestros clientes de todo el país.
- Una amplia red de bancos corresponsales de primer nivel, en donde destaca la excelente relación y contacto con los mayores bancos de China, Estados Unidos, Europa y Latinoamérica.
- El mejor equipo de especialistas de operaciones certificados internacionalmente.
- Un sólido equipo de innovación para alinear nuestros procesos a nuestros principios de eficiencia, la mejor experiencia del cliente y seguridad digital.
- Una plataforma web para transacciones y financiamientos de comercio exterior (consultas: comercioexternior@bcp.com.pe).

¿Qué servicios brindamos a los exportadores?

Gracias a nuestra amplia red de corresponsales, recibimos cartas de crédito de múltiples países, asegurando a nuestros clientes el



pago de sus exportaciones. Otro beneficio del uso de cartas de crédito es que permite el adelanto de los fondos al exportador mediante la compra de documentos sin discrepancias.

Asimismo, financiamos las ventas al exterior con líneas de pre- y posembarque.

Tenemos una buena relación con los principales bancos de China, a los que visitamos regularmente en Beijing, Shanghai y Hong Kong para afianzar la relación y promover el intercambio comercial, recogiendo las mejores prácticas y aspectos culturales del mercado.

Otra opción muy atractiva para los exportadores que trabajan en *open account* es el *factoring* internacional, que permite hacer líquidas las facturas de exportación cubriendo el riesgo financiero de los compradores del exterior. Este producto está dirigido a clientes con experiencia en exportaciones, que reciben sus pagos a plazos diferidos con transferencias directas.



El BCP tiene el equipo profesional y los procesos más sofisticados para atender las transacciones internacionales. Actualmente, atiende alrededor del 50% de las operaciones de comercio exterior del Perú.

¿Qué servicios ofrecemos a los importadores?

En el BCP, otorgamos líneas de financiamiento para compras en el exterior, la emisión de cartas de crédito y garantías para respaldar a nuestros clientes frente a sus proveedores en otros países, el servicio de pagos internacionales, y el *leasing* de importación.

En el caso de nuestras cartas de crédito en las que los beneficiarios son exportadores de China, contamos con convenios con dos bancos globales con presencia en Asia para la reemisión de nuestras cartas de crédito desde Hong Kong y Shanghái. Esto nos permite una mejor comunicación con los bancos y exportadores chinos facilitando la agilidad en la negociación de los documentos.

Otra opción son las cobranzas de importación, a través de las cuales un banco del exterior nos encarga la cobranza de los documentos representativos de mercaderías o servicios que se entregan a nuestros clientes importadores, contra el pago o a la aceptación de una letra o firma de un pagaré. Esta operación permite descontar las letras ofreciendo un *forfaiting* a los proveedores de nuestros clientes importadores.

Hemos diseñado el CDI Express para las pymes que no cuentan con líneas de crédito y desean importar productos o maquinarias de manera segura.

¿Cómo apoyamos a la internacionalización de nuestros clientes?

En el BCP, acompañamos a nuestros clientes en sus emprendimientos en el exterior. Contamos con oficinas de representación en Bogotá y Santiago, así como un banco en Bolivia. También referimos clientes a nuestros bancos *partners* del exterior o emitimos *stand bys* para que otro banco les extienda crédito en donde operen.

Desde nuestra agencia en Miami, brindamos servicios de comercio exterior, con la apertura de cuentas y ofreciendo *forfaiting* de letras, facturas y cartas de crédito con compradores de Estados Unidos.

Credicorp Capital, nuestro banco de inversión, ofrece servicios de mercados de capitales, M&A y finanzas corporativas a empresas locales y multilaterales con sus equipos en el Perú, Colombia y Chile.

¿Cómo apoyamos a las empresas extranjeras?

Recibimos garantías de bancos del exterior para respaldar a consorcios internacionales en licitaciones públicas con cartas fianza regidas bajo leyes locales, lo que habilita que empresas no domiciliadas puedan brindar sus servicios. La iniciativa Belt & Road ha promovido que las empresas chinas de construcción e ingeniería busquen proyectos de infraestructura en todo el mundo, incluyendo el Perú y Bolivia, en donde el BCP les ha brindado apoyo.

Tenemos convenios con bancos para atender clientes referidos, a los que se les brinda una asesoría desde la apertura de sus primeras cuentas y se les acompaña progresivamente con otros productos financieros según su crecimiento. Hoy recibimos clientes principalmente de España, Estados Unidos, China, Colombia y Chile.

Contamos con profesionales altamente capacitados en nuestros equipos de Banca Corporativa y Banca de Inversión para ofrecer alternativas de financiamiento y de servicios *cash management* a las empresas de capital chino y de otros países que ingresen a los países en donde tenemos presencia.

En las circunstancias actuales de crisis, el BCP reitera su compromiso de apoyar a nuestros clientes en sus negocios con el exterior, y aspiramos a ser considerados un socio estratégico por las empresas chinas y de otros países que inviertan en la región Andina.

Principal socio comercial

Con una participación en el total de las **exportaciones** peruanas en el período enero-abril 2020 del **27.57%** y en las **importaciones** peruanas en el período enero-mayo 2020 del **24.83%**, China continúa siendo el principal socio comercial del Perú, por encima de Estados Unidos, Corea del Sur, Canadá y Japón en el caso de las exportaciones, y de Estados Unidos, Brasil, Argentina y México en el caso de las importaciones.

Por SERGIO CARRASCO

Decrecimiento acumulado

Las **exportaciones** peruanas a China alcanzaron 3,115,958.3 dólares FOB en el acumulado enero-abril 2020 y 499,440.6 dólares FOB en este último mes (el más bajo en el citado período) y casi la mitad del registrado en enero de 968,673.5 dólares FOB.

Progresiva recuperación

En el acumulado enero-mayo de 2020, las **importaciones** de bienes de China desde el Perú sumaron un valor total de 3,550,028.2 dólares CIF, tras un descenso sostenido en los meses de febrero (790,373.3) y marzo (423,372.2) y una progresiva recuperación en abril (566,517.4) y mayo (816,662.5) hasta casi alcanzar el valor de enero pasado de 953,102.8 dólares CIF.

Minerales, harina de pescado, gas natural

Minerales de **cobre**, minerales de **hierro** y cátodos de **cobre** encabezaron la lista de exportaciones peruanas en el acumulado enero-abril 2020, con valores de 1,811,428.1 en cobre, 304,870.3 en hierro y 239,099.8 dólares FOB en cátodos de cobre. De aquellas, las exportaciones de cátodos de cobre alcanzaron el valor más alto en abril (103,372.9 dólares FOB), superior al de los meses precedentes, enero incluido (40,514.5). Tras ellos, en el acumulado, se ubicaron **harina, polvo y pellets de pescado** (174,332.4), minerales de **plomo** (133,639.1), concentrados de **zinc** (124,123.4), minerales de **plata** (987,481.4), **gas natural licuado** (36,447.8) y minerales de **oro** y sus concentrados (34,799.5).

Frutas y mariscos

Los valores acumulados de las exportaciones de **uva** y **palta** sumaron 22,115.4 y 10,266.5 miles de dólares FOB, respectivamente, en el período enero-abril de 2020. En ese último mes, el valor de las exportaciones del primero de los productos fue 65.3 miles de dólares FOB, el más reducido del cuatrimestre; en tanto el segundo alcanzó 6,705.8 miles de dólares FOB, el más elevado en todos los meses del mismo período. De otro lado, las exportaciones de **mejillones congelados** fueron de 9,148.4 dólares FOB en enero-abril y 1,834.5 miles de dólares FOB en abril (mejor que en enero, pero peor que en febrero), y las de **jibias, sepas y calamares** sumaron 8,268.4 miles de dólares FOB en el acumulado del cuatrimestre y 2,423 en abril (similar al valor alcanzado en enero de 2,717.1 dólares FOB, después de 2 meses de caída), mientras que las exportaciones de **langostinos congelados** ascendieron a 5,534.1 en el cuatrimestre y 343.6 miles de dólares FOB, la más baja de la sostenida caída desde febrero.



Subibaja en algas y fibra de alpaca

Marzo fue el mejor mes en el valor de las exportaciones de **algas** a China, habiendo logrado la cifra de 2,256.1 miles de dólares FOB para luego experimentar, al mes siguiente, el valor más modesto (729.2 miles de dólares FOB). El valor acumulado del período enero-abril fue de 6,205.2 miles de dólares

FOB. De otro lado, con altibajos a lo largo de enero-abril 2020, las exportaciones de **fibra** peinada de **alpaca** o **llama** a China ascendieron a 5,565.5 miles de dólares FOB, siendo febrero el mes pico en las ventas a China: 2,163.8 y abril, el más flojo (817.4 miles de dólares FOB).

Vía Hong Kong

A través de **Hong Kong**, las exportaciones a China alcanzaron un valor de 85,631.2 miles de dólares FOB en el período enero-abril 2020, habiendo descendido de 51,502.8 en enero a 3,136.1 en abril. Encabezaron las exportaciones según su valor las siguientes: **uva** fresca (65,278.7 millones de dólares FOB), **palta** (3,011.7), **aleta de tiburón** (2,213.1), **mascarillas de protección** (1,668.8) y **oro** en bruto (1,076.8). No obstante, ninguno de estos productos alcanzó valor de exportación alguno en abril. Ese mes, los productos de mayor valor fueron **otras frutas** frescas (492.5), **instrumentos y aparatos de medida** (394.2), cabeza, cola, vejigas de **pescado** (362.3), **quinua** (73.1) y **t-shirts de algodón** (36.3).

Teléfonos y mascarillas, motos y televisores

Tal como sucede desde hace buen tiempo, entre enero y abril de 2020, los **teléfonos móviles** encabezaron la lista de partidas de productos de consumo importados de China sumando 242,596.1 miles de dólares CIF en dicho período y 18,430.5 miles de dólares CIF en mayo. En correspondencia con el avance de la pandemia, el segundo lugar correspondió a **mascarillas de protección**, cuyo valor ascendió a 150,316.8 miles en dicho período y 132,545.8 miles en mayo, desplazando a productos tales como



máquinas para procesamiento de datos (127,267.2 miles en el acumulado y 31,721.2 miles en mayo), **teléfonos** (68,147.2 y 13,822.5 miles, respectivamente), **demás vehículos con pistón** (42,749.5 y 736.2 miles), **motocicletas** (39,934.3 y 8,535.5 miles), **televisores** a color (38,631.7 y 7,259.5 miles), **calzado** textil con suela de caucho (38,368.6 y 3,214.3 miles), **alambtrn** de acero (36,927.2 y 10,568.2 miles), PET (36,891.6 y 2,394.2 miles), entre los principales.

Más mascarillas

Entre las importaciones desde Hong Kong, que sumaron un valor de 7,042.3 miles de dólares CIF en enero-mayo y 1,406.1 miles en mayo, el primer lugar correspondió a **mascarillas de protección**, cuyo valor ascendió a 1,090.5 miles en mayo y 782.0 miles en abril. Le siguieron en orden decreciente **máquinas para procesamiento de datos** (1,055.6 miles en el período y cero en mayo), **cajas registradoras** (449.4 miles en el período y cero en mayo), **vehículos diesel** para transporte de más de 16 personas (360.7 miles en el período y cero en mayo), **preparaciones para salsas y salsas preparadas** (349.6 miles y 2.6 miles en mayo), entre los principales productos. Además de las mascarillas, la importación de productos relacionados con la contención de la pandemia incluyó reactivos de diagnóstico o de laboratorio, cuyo valor en enero-mayo fue de 194.0 miles, cifra que correspondió en su totalidad a importaciones realizadas en mayo. **CT**

Importaciones para el consumo, acogidas a tratos preferenciales internacionales, 2020.

EXPORTACIONES DEL PERÚ A CHINA VERSUS TOTAL (miles de dólares FOB)					
Enero-abril 2020					
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	TOTAL ACUMULADO
TOTAL GENERAL	3,700,567.9	3,394,038.1	2,595,081.7	1,612,007.7	11,301,695.4
CHINA	968,673.5	849,402.0	798,442.2	499,440.6	3,115,958.3

IMPORTACIONES CHINAS DESDE PERÚ VERSUS TOTAL (Miles de dólares CIF)						
Enero-mayo 2020						
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	TOTAL ACUMULADO
TOTAL GENERAL	3,741,985.6	3,109,914.3	2,691,116.1	2,448,701.9	2,306,984.7	14,298,702.7
CHINA	953,102.8	790,373.3	423,372.2	566,517.4	816,662.5	3,550,028.2

Fuente: Sunat

En etapa pos-COVID-19

EL RETO DEL E-COMMERCE CHINO

El embajador del Perú en China Luis Quesada sostiene que el país debe prepararse para explorar nuevos productos y repotenciar los que ya exporta al gigante asiático. Sector no tradicional tiene amplio margen para seguir expandiéndose.

El embajador del Perú en China Luis Quesada brinda detalles del apoyo del Gobierno de Xi Jinping al país durante la pandemia y asegura que las relaciones económicas se seguirán profundizando. Agrega que China tiene una importante cartera de inversiones en el Perú, especialmente en minería, pero otros sectores como el energético, construcción y financiero han empezado a ser de interés para los inversionistas chinos.

Además, manifiesta que, si bien el país asiático se viene recuperando de los efectos del COVID-19, las consecuencias en su economía en el corto plazo tendrán un impacto en las exportaciones tradicionales, pero seguirá creciendo la demanda de bienes con mayor valor agregado.

Entrevista SONIA MILLONES

China ha manifestado su apoyo al Gobierno y pueblo peruanos en la lucha contra la pandemia del COVID-19, ¿cómo se está reflejando ese respaldo?

Desde la llegada de la pandemia, el Perú y China han mantenido un contacto cercano y constante

para expresar su mutua solidaridad, así como ofrecer asistencia en el combate al COVID-19. Nuestros presidentes intercambiaron dos cartas expresando esta disposición, además sostuvieron una fructífera conversación telefónica en la cual se comprometieron a dinamizar la cooperación bilateral en esta materia.



Embajador Luis Quesada: a pesar de la pandemia, la relación bilateral es y seguirá siendo muy importante.

Producto de tales contactos, China envió al Perú una donación importante de bienes y equipos. Se recibieron también donaciones de entidades públicas y privadas chinas, como las empresas Tres Gargantas, Huawei y Alibaba, y diversos gobiernos regionales y municipales chinos.

Asimismo, tal como fue solicitado por el presidente Martín Vizcarra al presidente XI Jinping, China ha facilitado al Perú la compra de insumos y equipos para implementar el sistema de respuesta del sector salud a la crisis del coronavirus. Así, el Perú —a través de instituciones públicas y privadas como la Confiep, Backus y la Sociedad Nacional de Minería, Petróleo y Energía— ha adquirido de proveedores chinos materiales y equipos esenciales para la lucha contra el coronavirus, como pruebas rápidas y ventiladores mecánicos.

El Perú también hace varias adquisiciones de insumos médicos, entre otros productos chinos; además China es nuestro principal comprador de mercancías. ¿Cómo proyecta el intercambio comercial entre ambos países?

China es el mayor abastecedor de insumos médicos y produce los equipos de detección del virus, mascarillas, ventiladores para respiración asistida y casi todos los productos relacionados con el tratamiento del COVID-19. Además, es uno de los líderes en la carrera por desarrollar la vacuna contra ese mal. Nuestro país ha comprado muchos de esos insumos y espera acceder a las vacunas tan pronto sean comercializadas.

A pesar de la pandemia, la relación comercial bilateral es y seguirá siendo muy importante. China es nuestro principal socio (26.9% del total de nuestro comercio) y el principal destino de nuestras exportaciones (29%). En 2019, el

comercio con China –no obstante la notoria ralentización de la economía mundial– creció por décimo año consecutivo (2% frente a 2018), superando los US\$ 23 mil millones, siendo superavitario para el Perú.

Ese impulso obedece al incremento del 2% de nuestras exportaciones a ese mercado, destacando los arándanos con incremento interanual del 113% y hierro (+100%). Las importaciones crecieron igualmente en 2%. Las exportaciones peruanas se concentran principalmente en minerales, como cobre, hierro, plomo, zinc, oro, entre otros, que representan el 86% del total; y productos pesqueros (11% del total), como harina de pescado, pota y derivados (+87%), ovas de pez volador (+55%), aceite de pescado y langostinos.

También las agroexportaciones crecieron y reportaron en 2019 un récord histórico de US\$ 176 millones, liderado por la fruta

sentir con la reducción de la demanda china producto de la paralización económica entre febrero y marzo. Uno de los sectores más afectados fue el minero –particularmente el cobre–, que sufrió la reducción de la demanda y una dura caída en su precio internacional. No obstante, durante la cuarentena en China, se buscó mantener el intercambio comercial activo y se apostó por mecanismos creativos apoyados por la tecnología. Un ejemplo es el sistema de emisión de certificados sanitarios y fitosanitarios electrónicos desarrollados por autoridades sanitarias peruanas y que fue aceptado por la contraparte china, mecanismo que ha permitido darles fluidez a las exportaciones.

¿Cuál es el panorama de las inversiones chinas en el Perú?

El Perú es atractivo para la inversión china, gracias a su solidez macroeconómica. El

FOTO: DAVID DIAZ EN PIXABAY



que creció un 30%, entre ellas destacó el arándano. Asimismo, la quinua se sumó a otros productos como palta, uva, mango, cítricos y espárragos. También el mercado de la palta sigue en expansión, pues, si bien se han incorporado nuevos competidores como Colombia o Nueva Zelanda, el Perú es el primer exportador a China de dicho producto.

En esta pandemia, el comercio se ha visto afectado. Los primeros meses son siempre bajos para las exportaciones peruanas a China, pero el efecto del COVID-19 se hizo

inversionista chino percibe que su inversión es segura y no corre el riesgo de un cambio abrupto en las normas que las ponga en riesgo. Según ProInversión, al año 2019, el stock de inversión procedente de China alcanzó un monto de US\$ 265.7 millones, de los cuales más de US\$ 157 millones corresponden a la minería y US\$ 50 millones al sector financiero.

El sector minero es el de mayor relevancia, en el cual China es el segundo mayor inversionista. Sus empresas produjeron cerca del 25% del cobre y el 100% del hierro del país, según el Ministerio de Energía y Minas. Asimismo,

cuenta con 5 proyectos de desarrollo de minas por un monto superior a los US\$ 10 mil millones. Solo la minera Las Bambas, que se estima que es la mayor inversión de una empresa china en dicho rubro a nivel mundial, ha invertido cerca US\$ 10 mil millones.

En los 2 últimos años, se han dado otras importantes inversiones chinas en infraestructura y energía. Podemos destacar el proyecto del puerto de Chancay, en el cual participa la empresa china COSCO Shipping en asociación con la minera peruana Volcán, el cual se espera que se convierta en un *hub* logístico y representa una inversión de US\$ 225 millones. Así como la reciente adquisición de Luz del Sur por la empresa China Yangtze Power Company, filial de la China Tres Gargantas Corporation, por US\$ 3,590 millones; Luz del Sur es la distribuidora de energía eléctrica más grande del país, con la cobertura del 33% de la demanda nacional. El

En el sector financiero, China cuenta con dos importantes bancos, ambos entre los diez más grandes del mundo, como son el ICBC y el Bank of China. Inicialmente, dichas entidades estaban enfocadas en el financiamiento de proyectos de inversión, pero también tienen planes de desarrollar su banca personal, por lo que esperamos que sea la puerta de entrada para más inversión china al sector bancario.

Este año el Perú cumplió 10 años de vigencia del TLC con China, ¿cómo se puede aprovechar mejor el acuerdo comercial en esta etapa post COVID-19?

El Perú fue uno de los primeros países en suscribir un tratado de este tipo con China, y ya cumplimos 10 años de este acuerdo en marzo pasado. La firma del TLC con dicho país ha significado el acceso preferencial para los productos peruanos, la integración a cadenas



FOTO: BETH THOMAS EN PIXABAY

grupo posee también la central Hidroeléctrica Chaglla, la tercera más grande del Perú y es dueño del proyecto de la central hidroeléctrica en construcción San Gabán III, inversión que, en su conjunto, supera los US\$ 5 mil millones.

Bank of China también operará en el Perú, ¿cuál es la importancia de esta inversión?

Es importante la diversificación de las inversiones chinas. El sector minero es el principal, pero otros como el energético, construcción y financiero han empezado a ser de interés para los inversionistas chinos.

productivas, la promoción de inversiones y la facilitación del comercio. Se estima que en los últimos 10 años cerca de 1,400 empresas iniciaron exportaciones a China, muchas de ellas micro y pequeñas empresas.

El año pasado, el Perú y China iniciaron el proceso de optimización del TLC, a fin de alcanzar la maximización de sus beneficios y repotenciar la integración comercial, mediante la actualización de ciertas disposiciones del acuerdo y la inclusión de algunas nuevas. Entre los capítulos existentes que se están actualizando están aquellos relacionados con

reglas de origen; procedimientos aduaneros, la facilitación del comercio, el comercio de servicios, la promoción de inversiones, la propiedad intelectual y las medidas sanitarias y fitosanitarias. Entre los temas nuevos que se espera incorporar en la nueva versión del TLC estarían las políticas de competencias, comercio electrónico y cadena global de suministros.

¿Cómo afronta la comunidad peruana en China la etapa post COVID-19?

Toda la comunidad peruana en China está en buen estado de salud. Esta embajada y los consulados generales del Perú en Shanghái, Guangzhou y Hong Kong monitorean constantemente la situación de los connacionales. No obstante, debido al reciente rebrote del coronavirus en Beijing, se ha aconsejado a la comunidad seguir rigurosamente las recomendaciones de las autoridades chinas en materia de prevención y control de

con enfoque en la pequeña y microempresa. No obstante, las particularidades de nuestra economía –como la informalidad– han significado retos adicionales por superar.

Asimismo, China, paralelamente a lo financiero, ha desarrollado una serie de protocolos de seguridad muy estrictos que debieron ser observados por las empresas del sector público y privado para su ordenado retorno a las actividades. Pero el aspecto más importante es el desarrollo de herramientas para la trazabilidad de los casos de contagios, que sería muy oportuno implementar en el Perú. Otro aspecto relevante son las medidas de cuarentena focalizadas con diferentes niveles de alerta según la gravedad en cada ciudad y región. Tal fue el caso de las estrictas medidas de confinamiento en Wuhan, epicentro del virus, pero en otras partes fueron menos rigurosas permitiendo el desarrollo de actividades como los servicios de *delivery*.

“Se estima que, en los últimos 10 años, cerca de 1,400 empresas iniciaron exportaciones a China, muchas de ellas micro y pequeñas empresas”

la emergencia sanitaria. También se vienen coordinando las mejores rutas posibles para algunos peruanos que desean regresar al Perú.

¿Cómo ha sido el retorno al sector productivo y la dinamización de la economía?, ¿qué experiencias podría recoger el Perú de esta etapa?

China ha tenido un lento pero sostenido avance, podemos decir que actualmente opera prácticamente al 100%. El Gobierno chino brindó importantes paquetes de estímulo financiero enfocados principalmente en la pequeña y microempresa que permitieron una rápida reactivación, una vez superadas las restricciones establecidas por la pandemia. El Gobierno peruano igualmente dispuso un importante financiamiento, cerca del 12% de su PIB, para enfrentar los efectos de la pandemia, entre ellos el estímulo del sector productivo,

¿Cómo promocionar más los productos y servicios peruanos en esta etapa post COVID-19?

Definitivamente, el Perú debe desarrollar estrategias de uso de los canales que la tecnología ofrece para la promoción de los productos, servicios y para captar inversiones. Una muestra de ello es el «Salón del Cacao y Chocolate», que se hará mediante una plataforma virtual y que viene alcanzando una importante acogida, gracias al apoyo de las 140 misiones diplomáticas y consulares del Perú instaladas en todo el mundo, que apoyan su difusión.

Otro ejemplo es la «E-rueda de Negocios» en reemplazo de la «Macrorueda Rueda» de la Alianza del Pacífico, que tendrá lugar del 3 al 17 de septiembre y permitirá a los 4 países miembros presentar las oportunidades de negocios a compradores de la región asiática;



China cuenta con proyectos mineros por montos superiores a los US\$ 10 mil millones.

se espera la participación de aproximadamente 25 empresas peruanas de distintos sectores.

El factor *e-commerce* es clave en esta etapa, ¿qué podemos aprender de China en este rubro?

El *e-commerce* está en su apogeo aquí en China, representa aproximadamente el 35% del mercado minorista en general. Se espera que la cuota de comercio electrónico de China alcance la mitad del mercado mundial para 2020.

En ese sentido, el primer paso que el Perú debe dar es participar en la cadena de comercio electrónico chino. Ello nos plantea el reto de superar la brecha en desarrollo tecnológico en nuestro país que, dadas sus características particulares –como una alta informalidad del sector económico– requiere de un gran impulso a todo nivel.

¿Cómo avizora las relaciones económicas Perú-China para los próximos meses?

Las relaciones con China se seguirán profundizando en el corto, mediano y largo plazo. Se trata del principal socio comercial

del Perú por buen margen y es uno de los principales inversionistas extranjeros. Tenemos un TLC que está en proceso de optimización y que contribuirá a hacer más sólidos los vínculos económicos.

Si bien China se viene recuperando de la paralización, los efectos en su economía en el corto plazo van a generar un impacto en el Perú, especialmente en nuestras exportaciones. Además, este país está apostando cada vez más por las tecnologías alternativas y limpias, lo cual puede ir reduciendo la demanda y dependencia de materias primas como los minerales, creciendo por el contrario su demanda de bienes con mayor valor agregado.

Por ello, el Perú debe prepararse para explorar nuevos productos y repotenciar los que ya se exportan, particularmente los del sector no tradicional, que tiene amplio margen para seguir expandiéndose. Conforme a la Sunat, si bien este sector solo representa el 4.5% del total exportado en 2019, en los últimos 3 años presentó un crecimiento promedio del 31%, frente al 16% del tradicional. **CT◀**

DESARROLLO Y FOMENTO DE LAS PYMES CHINAS

Hace poco menos de tres meses, en mi calidad de director de Capechi participé, gracias a una invitación de la Embajada China en el Perú, en un programa de capacitación en la Escuela de Negocios de Shanghai sobre el desarrollo y fomento de las pymes chinas. Seguidamente comparto algunos aspectos relevantes de dicha experiencia.

a) Nuevo enfoque empresarial

A diferencia del Perú y otros países de la región que continúan tratando de pasar de ser un país extractivo de recursos primarios a uno generador de valor agregado a los productos que exporta, China está, prácticamente, dos olas más adelante. Hoy es un país enfocado en la promoción y fomento de actividades empresariales no soportadas en el *hardware* (activos físicos) sino, particularmente, en el desarrollo de servicios basados en la tecnología (en la nube); prueba de ello es el increíble avance en las transacciones comerciales que millones de chinos realizan día a día, sin recurrir a la moneda física ni a las tarjetas de crédito. Utilizan monederos virtuales cargados en programas tipo *wechat*. Así, todo su esquema promocional y de apoyo a las pymes se enfoca fundamentalmente en este tipo de actividad.

b) ¿Que es una pyme?

En nuestro país, la definición de pyme está condicionada a la facturación bruta anual (150 UIT para microempresas y 1,700 UIT para pequeñas empresas). En China, aunque también está determinada por el nivel de facturación, hacen una clara diferenciación al aplicar este parámetro en función del tipo de actividad empresarial. Como se sabe, existen actividades empresariales que, a pesar de su alto nivel de facturación, cuentan con un margen de utilidad sumamente reducido —por ejemplo, la construcción— mientras que, en casos como los servicios, la facturación es relativamente baja, pero con alta utilidad. Así, la normativa China es superior al identificar la esencia de una micro o pequeña unidad de negocio frente a otras que no lo son, aplicando políticas promocionales a quienes realmente están dentro del concepto de una pyme.



c) Centros o incubadoras sectorizados

El desarrollo de sistemas de colaboración empresarial para pequeños o nuevos emprendimientos por parte de centros especializados es tendencia en China. Es una suerte de *coworking* de segunda generación donde los titulares de estas entidades públicas o privadas incorporan, en su cartera de servicios (adicionales a la provisión de un local físico), una serie de valores agregados en forma de servicios operativos en finanzas, legal, marketing, contable, tecnología y negocios. Con este novedoso modelo, desde el sector público y particularmente desde el privado, se contribuye con un adecuado programa de desarrollo y fomento a favor de las pequeñas organizaciones empresariales.

Ojalá que países como el nuestro recojan e incorporen algunas de estas novedosas estrategias de un país que, en solo tres décadas, ha pasado de vivir en pobreza a ser prácticamente la principal potencia económica a nivel global.



FINANCIALO

UNA MARCA DE GRUPO CORIL

Nuestros servicios:



Financiamiento de corto,
mediano y largo plazo



Tipo de Cambio



Factoring



Confirming

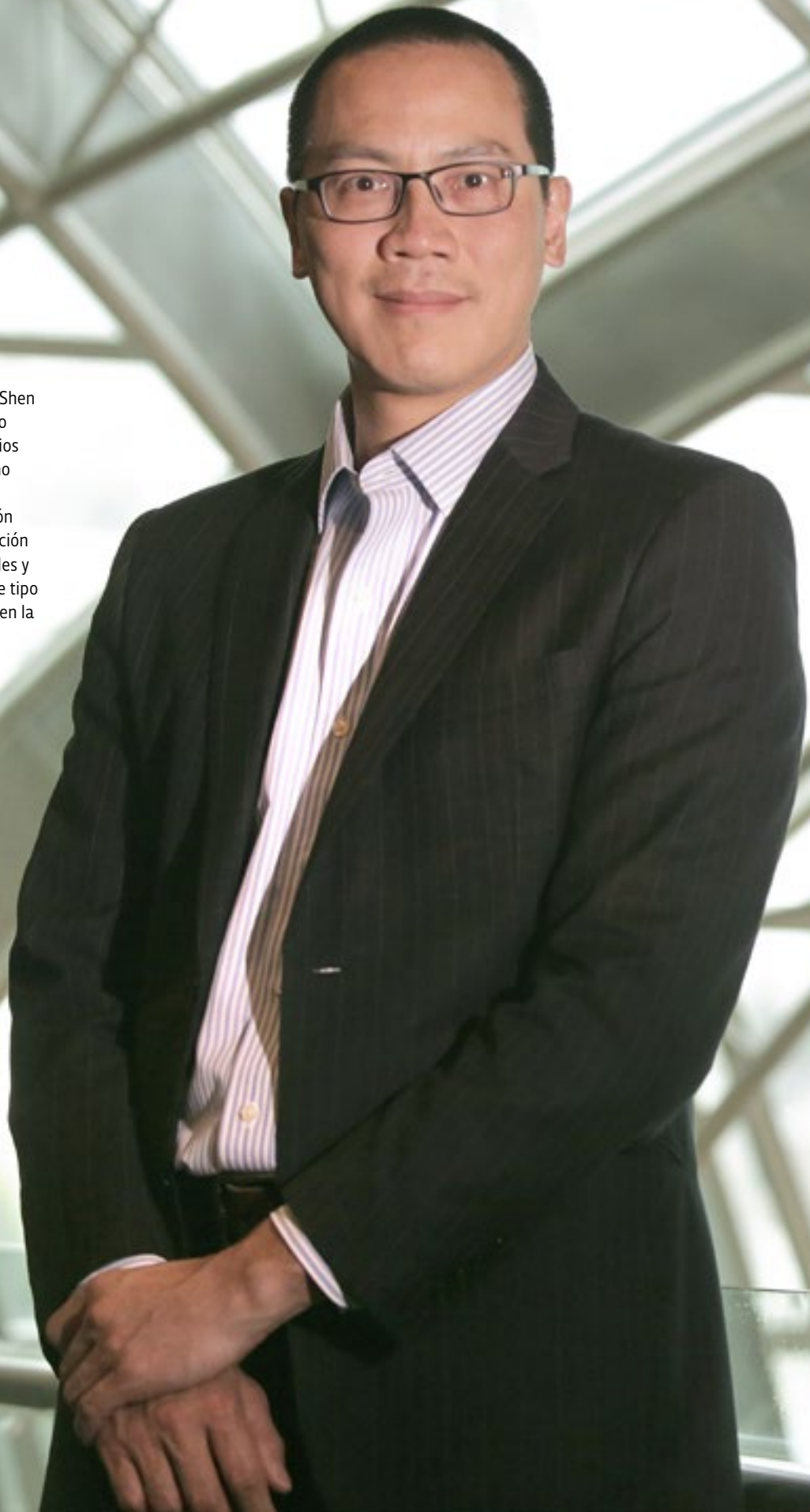


Activos alternativos
de inversión

**TE ASESORAMOS,
ESTAMOS CONTIGO.**

Para mayor información visítanos en www.financialo.pe
o escríbenos a asesor@financialo.pe

El licenciado Tzu-Hsin Shen estuvo en Lima invitado por el Círculo de Estudios Chinos, sección Derecho de la PUCP, para un seminario sobre la visión de los modelos de solución de conflictos comerciales y cómo participar en este tipo de procesos utilizados en la praxis por China.



GANAR UNA GALLINA Y PERDER UNA VACA

Lo que se tiene que saber antes de iniciar una disputa jurídico-comercial en China

China y el Perú comparten la tradición de atesorar proverbios y refranes sobre verdades y situaciones comprobadas por la experiencia de muchas generaciones. Una de estas sentencias chinas dice: «Ganar un proceso es adquirir una gallina y perder una vaca» para advertirnos que es mejor prevenir una disputa comercial que inmiscuirse en un proceso legal. Ciertamente, ningún negocio está libre de discrepancias luego de celebrarse los contratos y de las que hay que salir bien librados. En la siguiente entrevista, el abogado chino Tzu-Hsin Shen detalla el funcionamiento interno de los mecanismos legales y judiciales de solución de controversias en China y explica por qué, como enuncia el refrán castellano, «Más vale un mal arreglo que un buen pleito».

UNA ENTREVISTA DE SONIA MILLONES ALVARADO

¿Qué debe tener presente un empresario peruano antes de iniciar una eventual disputa comercial con China?

Recientemente, me preguntaron qué deberíamos imitar de China en materia de negocios. Yo diría que evitar los conflictos. ¿Qué significa esto? Allá, por ejemplo, no se inicia un juicio tan fácilmente como en el Perú o en los países latinoamericanos, que tienen una cultura más litigante. En Beijing, se previene y se trata de evitar el conflicto.

Cuando surge una dificultad, la recomendación es siempre conversar y buscar el momento oportuno para hacer un planteamiento franco con la contraparte y ver cómo se puede recuperar la armonía que una de las partes siente que se perdió. Hay que estar dispuesto a renegociar las condiciones si la situación ha cambiado, volver a conversar y establecer nuevamente el equilibrio. Eso posibilita que la relación se mantenga en el tiempo y el negocio se prolongue.

¿Cómo funciona el sistema jurídico de China?

Hablamos de un régimen jurídico bastante joven. China es una cultura milenaria, pero no lo es en materia legal. El sistema jurídico no tiene más de 100 años y el régimen jurídico actual, no más de 40 años. Estas instituciones fueron construidas en los años 80, a partir de las reformas de Deng Xiaoping. Es un sistema judicial en desarrollo, por lo que, si un empresario está considerando la vía judicial o evaluando entablar un juicio con una empresa china, lo primero que debe valorar, desde el punto de vista empresarial, son los tiempos y costos de un proceso.

¿Cuánto puede durar un juicio?

Los juicios en China son bastante rápidos porque los plazos se respetan, lo que puede jugar a favor o en contra. Por ejemplo, hay países latinoamericanos que están acostumbrados a que, después de iniciarse el proceso, tengan hasta un año para preparar la prueba. En Beijing no es así, hay que tener la prueba lista, preparada y analizada. Por lo general, los juicios «domésticos» duran seis meses. Los tribunales son muy proactivos y cumplen los plazos que les impone la ley, por lo tanto, hay que estar muy bien preparado antes de iniciar el juicio. No es una buena política poner una demanda y luego ver qué hacer. Además, en Latinoamérica, se acostumbra interponer la demanda y luego negociar con la demanda en curso; en China, eso puede significar abusar del sistema judicial.

En términos de costos, ¿cuánto cuesta un proceso judicial?

Hay que considerar tres componentes. Primero, el costo del abogado, que es variable y difícil de estimar. Segundo, el arancel del tribunal, costo

que no se suele asumir en América Latina, pero que es cobrado por los tribunales ordinarios chinos, además de costos procesales, en caso de arbitraje. Y tercero, el costo de oportunidad, el cual es un costo oculto que, generalmente, no es considerado por el empresario y que tiene que ver con el valor del tiempo que se le dedica a un juicio, en vez de generar más negocios y producir utilidades.

En China, ¿se aplica el criterio de proteccionismo o favoritismo local?

Ese es un problema que no solo existe en China. En Chile, empresarios chinos preguntan qué pasa con el proteccionismo local; es una duda que se genera en varios países y China no es la excepción. En ciudades de primera línea como Beijing, Shanghai y Guangzhou no debería ser relevante porque hay mucha presencia de empresas extranjeras y los tribunales ven a diario casos que las involucran. El proteccionismo se podría dar en ciudades del interior, pero tampoco es una regla. Sin embargo, es un asunto que se debe analizar antes de iniciar un juicio. Por ejemplo, si el juez que va a analizar mi caso tiene alguna relación con la empresa demandada, tendría que evaluar una recusación u otro recurso para evitarlo y garantizar la imparcialidad del proceso. El sistema judicial chino contempla una instancia para presentar quejas por discriminación.

¿Conoce casos de empresas extranjeras que han ganado juicios en tribunales chinos?

Este año, la justicia de China emitió una sentencia condenando a la empresa china Landwind a indemnizar por plagio a la compañía occidental Jaguar Land Rover, marca inglesa que denunció ante un tribunal en Beijing que el auto Landwind X7 era una copia del Range Rover Evoque. La demanda tuvo como base el derecho de propiedad intelectual y la compañía extranjera logró una sentencia favorable.

Otra forma de resolver discrepancias es la conciliación y el arbitraje, ¿cómo funciona este sistema en China?

La conciliación es una medida impulsada en China y los jueces la incentivan. Además del

sistema de tribunales, hay una instancia que trata de acercar a las partes para solucionar un conflicto. La cultura china promueve el entendimiento, la conciliación, la mediación y no tanto el conflicto. Respecto del arbitraje, se le puede llamar «justicia privada» y funciona de manera muy similar al resto del mundo. Hay muchas entidades o centros arbitrales prestigiosos, por ejemplo, la Comisión Internacional China de Arbitraje Económico y Comercial o Cietac, y muchos otros más.

¿En qué casos es recomendable recurrir al arbitraje?

Esta instancia es recomendable para contratos comerciales complejos, porque se estima que la persona que va a decidir en el conflicto entiende de lo que se está hablando. Pero es una justicia más onerosa porque hay que tomar en cuenta los honorarios de la administración de un centro de arbitraje, además del dinero que cobra el árbitro.

El costo será bastante mayor que el arancel que se paga por un tribunal ordinario chino.

¿Temiendo al favoritismo local, sería más conveniente para un extranjero plantear un arbitraje fuera de China?

Como muchas cosas en derecho, hay bastante que analizar. Se puede llevar el caso a una sede más neutral o favorable a sus intereses, pero surgiría la dificultad posterior de ejecutar el fallo en la jurisdicción donde se quiere que se cumpla. Por ejemplo, en 2011, la empresa china Qisheng Resources demandó a la chilena Minera Santa Fe en juicio arbitral ante la Cámara Internacional de Comercio (CIC) en

Londres, por incumplimiento de contrato. En 2013, el centro arbitral condenó a la empresa chilena a pagar una multa de 47 millones de dólares. En ese mismo año, se elevó el procedimiento jurídico de exequátur (permiso para que la Corte Suprema de Chile ejecute el fallo), pero demoró 3 años en concederlo

y, cuando ocurrió, ya la empresa chilena había transferido todos sus bienes a otra sociedad. Por eso, antes de recurrir a este mecanismo, se debe evaluar si se podrá o no ejecutar un fallo a nuestro favor. Es tan o más importante que la sentencia misma.

¿Cómo prevenir este tipo de problemas?

Se puede pactar una cláusula arbitral y determinar cómo se elige el árbitro. Así se logra cierto grado de control que garantice que el árbitro que se designe sea un profesional imparcial, neutral, prolijo y entendido en el tema para tomar la decisión correcta.

Mi sugerencia es

considerar como prioridad las entidades arbitrales dentro de China.

¿El idioma es un factor que también se debe considerar al momento de evaluar una eventual demanda?

Es un tema fundamental, pero eso no significa que, si no se habla chino mandarín, no se pueda enjuiciar en China. Hay abogados litigantes chinos de muy alta calidad que hablan inglés a la perfección. Lo más recomendable, además, es que un empresario esté asesorado por un buen abogado peruano o latinoamericano que conozca a fondo el ámbito comercial de China.



FOTO: SHUTTERSTOCK

«La cultura china promueve el entendimiento, la conciliación, la mediación y no tanto el conflicto. Los jueces alientan la conciliación».



FOTO: TUMISU EN PIXABAY

¿Es necesario pactar una cláusula de solución de controversias al hacer un negocio?

Sí, especialmente si se trata de un inversionista extranjero, porque si una empresa peruana se toma la molestia de ir a China es porque tiene un buen negocio. Y los buenos negocios también son complejos y manejan montos grandes. Es recomendable que el mismo contrato estipule una cláusula arbitral que sea muy específica y que indique la entidad arbitral, las reglas para nombrar el árbitro, la cantidad de árbitros, el idioma del proceso, si es que se admiten o no recursos de apelación o cualquier otro, o si es de una sola instancia, entre otros aspectos.

Hay empresarios que dudan de la independencia judicial china.

Es una duda recurrente. Muchos autores han analizado el tema de la independencia judicial, unos hablan de una intromisión, pero hay otros que dicen que esta ausencia de independencia absoluta ha tenido más resultados positivos porque ha estado orientada a asegurar que los jueces hagan mejor su trabajo. Es un tema difícil de explicar, pero es importante decir que, en la actualidad y en la práctica, son pocos los casos en los que ha habido una intervención.

Tener en cuenta el TLC con China

El abogado Julio Guadalupe, socio del Estudio Rodrigo, Elías & Medrano Abogados, sostiene que los empresarios peruanos, al momento de evaluar una solución de controversias, también deben tomar en cuenta el Tratado de Libre Comercio (TLC) con China, que cumple 10 años de vigencia en 2020.

Refiere que este acuerdo comercial, que permite el acceso a un mercado de más de 1,300 millones de personas, contiene reglas de juego claras, como la protección a los inversionistas peruanos en China.

«Este TLC es un acuerdo moderno que tiene capítulos muy interesantes que regulan temas de acceso al mercado, reglas de origen, trato nacional y otros aspectos que es bueno conocer porque podrían ser invocados ante las autoridades locales en caso de que se presente una diferencia o problema con la otra parte», precisa.

Además, remarca que no todos los países del mundo tienen un TLC y eso representa una oportunidad muy interesante para los empresarios peruanos.

«Este acuerdo comercial permite el ingreso de productos peruanos liberados de aranceles al mercado chino, que las mercancías no sean bloqueadas por temas distintos a los comerciales, entre otras ventajas. Por eso, es necesario que los empresarios lean este convenio comercial para tener algunas pautas

¿Puede dar otros consejos a los empresarios peruanos que quieren sacar adelante negocios de éxito con China?

Principalmente, hay que prevenir controversias. Siempre recuerdo a un empresario chino que asesoré en un contrato de inversión en Chile, quien decía que no es necesario ganar en todo para que un negocio



FOTO: SHUTTERSTOCK

Los empresarios peruanos deben conocer los capítulos del TLC para que puedan defender mejor sus pedidos y posiciones frente a las autoridades.

orientadas a defender mejor sus pedidos y posiciones frente a las autoridades nacionales», subraya.

Incluso, indica que, si un empresario tiene un problema en China y observa una cláusula o un capítulo del TLC que considera que está siendo vulnerado podría acudir al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo para comunicarse con su par chino y realizar gestiones hacia una salida basada en dicho acuerdo comercial.

Cabe señalar que, en la actualidad, las autoridades del Perú y China realizan una ronda de negociaciones con miras a optimizar el mencionado TLC en los capítulos sobre inversión, propiedad intelectual, servicios y comercio electrónico.



FOTO: PAUL VALLEJOS

Hojas de vida

- Tzu-Hsin Shen es el primer ciudadano chino que ha jurado como abogado en Chile. Es licenciado en Ciencias Jurídicas y Sociales por la Universidad de Chile (2004). También es máster en Derecho por la Universidad Tsinghua, Beijing, China (2011) y profesor invitado de Introducción al Derecho Chino, por la Universidad de Chile (2012). Es socio del estudio Shen Abogados.
- Julio Guadalupe es abogado por la Universidad de Lima, especialista en consultoría, planeamiento y auditoría preventiva en materia aduanera y comercio exterior. Actualmente, es vocal de la Junta Directiva del Gremio de Comercio Exterior (XCOM) y presidente del Sector Logístico del gremio XCOM de la Cámara de Comercio de Lima.

tenga éxito, se debe negociar con franqueza. Eso quiere decir que hay que entender qué es lo que quiere tu contraparte, si lo que espera de ti es razonable, y estar en condiciones de satisfacer esa pretensión. Es lo que uno espera del otro y lo que garantiza que la asociación y el negocio se prolonguen en el tiempo. Tampoco hay que tomar ventaja de las

debilidades de tu socio comercial porque es tu socio. Hay que ser prolijo en la negociación de los acuerdos, pero no en sentido de la confrontación, no se trata de lograr la mayor cantidad de condiciones a tu favor, sino de asegurar que tu contraparte entienda cuáles son las reglas. La idea es apostar por negociar con franqueza. **CT**◀

EL ARTE DE EXPORTAR

8* claves para entrar con éxito al mercado chino sin jugar a las damas chinas

Escribe MIGUEL GÁLVEZ E.

Hace poco, un amigo empresario del sector textil-confecciones me dijo que tenía interés de exportar prendas de alpaca hacia China, y yo, muy curioso, me atreví a preguntarle cómo se estaba preparando para tan grande objetivo. Su respuesta fue solemne: «Entrenándome en estrategia china».

Rápidamente, me imaginé las horas que este empresario amigo habría invertido leyendo *El arte de la guerra* del general Sun Tsu, texto básico de todas las escuelas de negocios, escrito aproximadamente 2,500 años atrás, en el que se detallan tácticas y estrategias de guerra. Emocionado, inmediatamente, le repliqué: «¿Cuál de los 13 capítulos del libro te genera más inspiración?», a lo que me respondió que no conocía ese libro.

Sorprendido, repregunté, entonces, cómo se estaba preparando en estrategia para ingresar al mercado chino, y él respondió: «¡Jugando damas chinas 3 veces al día!». Ante tal respuesta, no me quedó otra que darle una palmadita en el hombro y desearle suerte. No tuve el valor de decirle que el juego de damas chinas fue inventado en Alemania a finales del año 1892 y que en China nadie lo juega porque les parece aburrido.

Así que ahora prefiero indicarles ocho aspectos claves para ingresar al mercado chino, tomen nota.

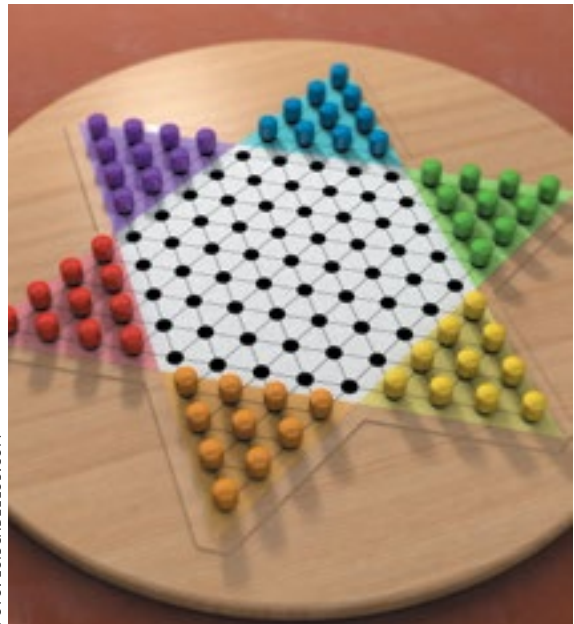


FOTO: LUISCABELLOS.COM

1. 一 己 «Todos los chinos no son chinos»

Asumimos que todos los chinos son iguales en cuanto a su forma de pensar y actuar y no reconocemos que China es un país continente, por lo que debemos diferenciar a sus ciudadanos por sus regiones de origen. Adicionalmente, son millones los chinos que han estudiado y trabajado en el extranjero y han retornado a su país para trabajar haciendo negocios.

2. 二 二 èr «La distancia geográfica no es la verdadera distancia»

La distancia en kilómetros que separa a China de tu mercado no es el mayor obstáculo por superar

* El ocho es un número que en China simboliza la fortuna y la buena suerte, como consecuencia de que su pronunciación en el idioma mandarín tiene un sonido muy parecido al que se usa para expresar enriquecimiento.

a la hora de hacer negocios, pues es aún mayor la distancia cultural que precede al paso que es necesario dar para viajar al mercado chino en busca de un cliente.

3. 三 sān «Tomar el tiempo para el té»

Tomate el tiempo para entablar las relaciones con tus clientes antes de querer venderles tus productos. Recuerda: el té debe servirse solo hasta la mitad de la taza, el resto se debe llenar de amistad y amor.



4. 四 sì «Siempre es bueno saber contar hasta tres»

Recuerda y ten claro que el Perú tiene un TLC firmado con China hace 10 años. Eso significa que los productos peruanos ingresan con preferencias arancelarias al mercado chino. Lo debes conocer y siempre recordarle a tu contraparte china este «nuevo atributo» de tus productos.



5. 五 wǔ «Encontrar al Sr. Chan en China»

Beijing, Shanghai y Guanzhou son las ciudades más visitadas para hacer negocios, pero tal vez no sean las mejores ciudades para comenzar a encontrar el socio comercial que necesitas. Existen decenas de ciudades con más de 3 millones de

habitantes que pueden constituirse en mercados suficientes para tu producto.

6. 六 liù «¿Dónde queda el mejor chifa?»

Si quieres que alguien te recomiende dónde queda el mejor chifa para ir a comer con la familia, debes preguntarle a gente del barrio chino, por lo que se hace necesario tomarse el tiempo para encontrar al representante, agente o distribuidor.



7. 七 qī «Si estás apurado, no hagas compras en la calle Capón»

Si no estás dispuesto a aplicar la flexibilidad, la paciencia, la fidelización y las relaciones consistentes, será difícil que tus intenciones de ingresar tus productos al mercado chino se hagan por la puerta correcta. Por eso, es necesario que busques con quién ir a la calle Capón.



8. 八 bā «8 no es igual a 4 + 4»

Porque al igual que el número ocho está relacionado con la suerte y la fortuna, el número cuatro genera «tetrafofia» porque su pronunciación es similar a muerte. Por ello, su uso o mención en cualquier referencia causa miedo y aversión; incluso en los precios o unidades de mercancías. CT◀

3 «ESCUDOS LEGALES» PARA EL COMERCIO ELECTRÓNICO

MARIO ZÚÑIGA

Líder de Competencia y Mercados en EY Law Perú

WALTER ALVAREZ

Gerente de Competencia y Mercados en EY Law Perú

Con la llegada del coronavirus al Perú, evitar el contacto físico en espacios con gran afluencia de gente se volvió parte de las medidas de prevención de posibles contagios. Los centros comerciales, las tiendas por departamentos y, en general, cualquier establecimiento, se vieron en la necesidad de cerrar sus puertas y limitar el aforo. Ante ello, el comercio electrónico saltó a la palestra como el salvavidas comercial que todas las empresas se han visto obligadas a implementar, impulsado por los propios consumidores cuya única esperanza de adquirir productos se concentró en las plataformas digitales. Así lo evidencia el último reporte de la Cámara Peruana de Comercio Electrónico¹, que da cuenta de un incremento de hasta 400% en el nivel de transacciones realizadas a través de plataformas de comercio electrónico.

Sin embargo, no todas las empresas contaban con la capacidad suficiente para manejar este mayor volumen de ventas, evidenciando diversas brechas tecnológicas, logísticas, entre otras. ¿El resultado? Un sinnúmero de reclamos

y quejas de consumidores en redes sociales y, evidentemente, en el incumplimiento del marco normativo aplicable al comercio electrónico.

¿QUÉ HACER PARA NO CAER EN INCUMPLIMIENTO?

Si bien existen distintas normas aplicables a todo el proceso que comprende el comercio electrónico, son tres los principales ámbitos normativos que generan un mayor riesgo de incumplimiento: he ahí la importancia de manejarlos eficientemente a fin de que puedan convertirse en «escudos legales» para las empresas y así sostener sus ventas sin afectar su reputación ni incurrir en riesgos.

Nos referimos, en particular, a estos tres «escudos legales»:

Protección del consumidor

Aquí destaca el derecho a la información, que obliga a los comercios a poner disposición de los clientes todos los aspectos fundamentales del proceso de compra e incentivar una decisión informada. Para ello, es recomendable implementar un lenguaje sencillo y amigable en los «**términos y condiciones**», «**políticas de devolución**» y/o «**condiciones de envío**» que faciliten el acceso y la comprensión de dichas condiciones por parte de los consumidores. La empresa debe asegurarse, siempre, que esta información haya sido leída y comprendida por los usuarios, a fin de evitar un incumplimiento normativo, fidelizarlos y posicionarse como una empresa que cumple su promesa comercial.

Protección de datos personales

Las empresas deben tomar responsabilidad sobre el tratamiento de datos personales

¹ Las principales conclusiones fueron comentadas por el presidente de la Cámara Peruana de Comercio Electrónico, disponible en el siguiente enlace: <https://andina.pe/agencia/noticia-peru-comercio-electronico-crecio-400-durante-cuarentena-804494.aspx>

de sus clientes. Al emplearse canales de comercialización electrónica, la recopilación de datos personales se realiza de forma virtual, por lo tanto, es necesario informar al usuario la «**política de privacidad**». Este documento debe cumplir con diversas características, entre ellas, precisar a los clientes la finalidad del tratamiento de sus datos personales, la identificación del banco de datos donde se almacenará dicha información y la forma en que podrán ejercer los derechos de acceso, rectificación, cancelación u oposición, entre otros.

Regulación publicitaria

La empresa tiene la obligación de difundir anuncios veraces y exactos sobre las características de los productos que comercializa, asegurándose de mantener mensajes objetivos y el sustento que lo acredite previo a la difusión. Esto incluye, a su vez, instrumentos para asegurar el cumplimiento de las disposiciones sectoriales en el etiquetado de los productos, así como medidas para una adecuada publicidad en caso esta se realice a través de *influencers*.

Ante el recurrente incumplimiento del escudo de **Protección al consumidor**, el INDECOPI, ha iniciado un procedimiento contra diversas empresas en virtud de las presuntas vulneraciones al Código de Protección y Defensa del Consumidor. Además, las ha obligado inmediatamente a la entrega del

producto o la devolución del dinero a los afectados con el retraso en la entrega de los productos adquiridos².

En este caso, el riesgo asumido por estas empresas decanta no solo en un impacto grave en su reputación corporativa, sino que también puede significar —por el alcance y la gravedad de la infracción señalada por INDECOPI— una multa de hasta 1,350 UIT (cerca de US\$ 1.7 millones). Esto implica una grave afectación económica y, asimismo, evidenciaría cierta fragilidad en el cumplimiento normativo de las compañías que, en el contexto globalizado actual, podría atraer a competidores extranjeros con estructuras operativas más sólidas, por ejemplo, AliExpress o Amazon.

Todo esto nos deja como principal lección que los retos planteados a consecuencia del COVID-19 traen consigo oportunidades que deben ser responsablemente aprovechadas, utilizando las obligaciones impuestas por nuestro marco normativo como escudos legales que brinden sostenibilidad al *e-commerce* y, sobre todo, que aseguren la satisfacción de sus clientes. **CT◀**

2 La nota con el resumen de los procedimientos iniciados por INDECOPI con relación al incumplimiento de las normas de protección al consumidor en *e-commerce*, se encuentra disponible en el siguiente enlace: <https://www.indecopi.gob.pe/en/-/el-indecopi-ordena-medida-cautelar-contr-13-empresas-de-comercio-electronico-para-que-en-un-plazo-de-diez-dias-entreguen-productos-o-devuelvan-dinero>



ARRANQUE Y REAJUSTE

Importantes inversiones, optimización de procesos, innovación tecnológica acelerada y rigurosas medidas de bioseguridad marcan la pauta de empresas del sector minero

Escribe SERGIO CARRASCO

La promulgación del DS 080-2020 de la Presidencia del Consejo de Ministros puso fin, el pasado 23 de mayo, a la pausa obligada en las actividades mineras del país a consecuencia de la crisis sanitaria. Desde entonces, el sector —en el que a la fecha hay acumulada inversión china por más de cien

millones de dólares— empezó a reanudar de manera gradual y progresiva sus actividades. Entre tanto, no poca ni necesariamente apacible agua ha corrido bajo el puente.

Sobre la base de condiciones que en términos generales no parecen haber experimentado cambios sustanciales hasta la fecha, al momento del reinicio se estimó que el sector operaría al 75% de su capacidad debiendo alcanzar progresivamente su nivel regular hacia el tercer trimestre.

Por su gravitación en la generación de PIB (contribuye con alrededor de 10% y eleva a cerca de 16% su participación si se incluye a sus proveedores) y de ingresos por exportaciones (alrededor del 60% del total de estas), así como por la descentralización de inversiones, espacio de articulación de diversidad de bienes y servicios, las expectativas en el sector, como eventual locomotora de arrastre de la reactivación, no han sido pocas. Pero el énfasis puesto en el tema por el ex presidente del Consejo de Ministros Pedro Cateriano, durante su presentación en el Congreso de la República para obtener la investidura de su gabinete

ministerial, fue —en opinión de diversos analistas políticos— una de las razones por las que fue rechazado, relegando la reactivación a remolque de la minería a un segundo plano en el discurso político.

LUCES Y SOMBRAS

La conflictividad social acicateada por la crisis social y económica aparejada de la sanitaria echa sombras sobre esas expectativas. Cifras elaboradas por Apoyo Consultoría indican que en el sector minero y energético hubo 41 conflictos entre marzo y junio del año pasado. a pesar de las distintas medidas de aislamiento social obligatorio general y focalizado, en el mismo periodo de este año, la cifra se empinó a 51, representando esto un incremento del 25%. El más sonado reciente conflicto —aunque ya resuelto— ocurrió en Espinar, asociado a las actividades del asiento minero Antapaccay.

Pero, de otro lado, las perspectivas de la actividad minera se ven iluminadas por un repunte en la cotización de precios en el mercado internacional. Es el caso de los 2 minerales que más produce el país: el cobre arrancó el año con una cotización de 2.82 dólares la libra, cayó a 2.10 en marzo en medio de la emergencia sanitaria, y ahora supera los 2.92; a su vez, la onza de oro pasó de 1,528 dólares en enero a 1,477 dólares en marzo para escalar ahora a 1,885 dólares. «Que estén subiendo los precios es un claro mensaje de que se están reactivando los distintos sectores en el mundo. El precio de los minerales está sujeto a la demanda internacional», ha declarado el ex ministro de Energía y Minas Francisco Ísmodes Mezzano. Si bien no hay dudas acerca de que la



Sala de Control de Minera Chinalco Perú, desde donde se monitorean en tiempo real las operaciones.



Ante los resultados financieros registrados en 2019 y 2020, Las Bambas adelanta medidas de austeridad interna, así como optimización de sus procesos de producción buscando una gestión operativa más eficiente.

producción minera será menor y eso afectará el valor de las exportaciones del país, no obstante, el precio del cobre se encuentra al alza y podría llegar al precio pronosticado del año.

La reanudación de actividades en un par de las principales empresas del sector, ambas de accionariado chino, ofrece un panorama más amplio de la «nueva normalidad», de las urgencias y desafíos de cara al futuro y de la capacidad de respuesta e innovación.

Según Edgardo Orderique, gerente general de Operaciones de Las Bambas, el impacto en la producción de minado y en la producción de cobre «fue importante». Al inicio del confinamiento, se realizaron solamente actividades críticas con únicamente el 20% del personal, en cumplimiento de las disposiciones gubernamentales. De un total aproximado de 6,000 personas que trabajaban en la operación, incluyendo contratistas, se mantuvieron laborando aproximadamente 1,200 al empezar el confinamiento. Las restricciones del transporte del concentrado hasta el puerto de Matarani, en Arequipa, provocaron una situación irregular en relación con las exportaciones en los últimos meses. En marzo realizaron exportaciones medio mes y las operaciones de comercio exterior no se reanudaron hasta mayo, «pero solamente del 40% de nuestro concentrado de cobre». Por el lado de la demanda, a estas alturas «se ha normalizado, principalmente del mercado chino». En opinión del mencionado funcionario, la oferta y demanda de cobre se estabilizará en los siguientes meses.

LAS OPORTUNIDADES DE LA CRISIS

«Haciendo un balance de los efectos del COVID-19 en Las Bambas, podemos indicar que si bien hemos registrado un impacto negativo por la producción limitada y las exportaciones, así como la suspensión de importantes proyectos de optimización programados para este año, también se han generado algunos impactos positivos para nuestra operación, al agilizarse, por ejemplo, algunos de nuestros procesos tecnológicos», refiere el gerente general de Operaciones. A esto, dice, hay que sumar la necesaria reformulación de protocolos de salud, «generando nuevos espacios y hábitos entre nuestros trabajadores para minimizar posibles contagios por COVID-19».



Edgardo Orderique, gerente general de Operaciones de Las Bambas, espera estabilización de oferta y demanda de cobre en los siguientes meses.

Las crisis también traen oportunidades. «En Las Bambas han surgido varias, especialmente en el tema digital. Una de ellas, por ejemplo, es el control del 70% de los procesos de la planta de modo remoto», señala Edgardo Orderique.

De otro lado, se tiene previsto realizar de manera remota y centralizada el control de despacho de camiones, palas y perforadoras en lugar de hacerlo, como ocurre hoy, en la misma operación. En la misma orientación, «estamos acelerando la implementación de lo que antes llamábamos el DOC (Centro Digital de Operaciones, por sus siglas en inglés), en nuestras oficinas de Lima, que hoy será una especie de mini DOC simplificado para monitorear, controlar y accionar procesos tanto en la planta, en la mina y en el transporte de concentrado».

A esto se añadirá un sistema privado de comunicaciones LTE en la mina, el cual permite transmitir gran cantidad de datos, de los equipos de minado, a una velocidad mucho mayor para tomar decisiones rápidas en tiempo real. También, un sistema de comunicación radial P25, éste permite tener comunicación focalizada por geocercas, evitando la congestión radial. Así mismo, tiene la ventaja que permite comunicarse desde una app del teléfono celular.

Entre otros procesos que ya se manejan en remoto, se encuentran los sistemas de



Se debe persistir en la reactivación del sector, pues no solo impacta positivamente en las mineras sino también en una extensa cadena en las áreas donde operan, opina ejecutivo de Las Bambas.

monitoreo geotécnico e hidrogeológico. «Además, se están impulsando los sistemas tecnológicos que teníamos pensado implementar este y los siguientes años», adelanta el gerente general de Operaciones.

Del mismo modo, en Minera Chinalco Perú, que explota el yacimiento de Toromocho, la crisis sanitaria ha dado renovado impulso a su plan de innovación y mejora tecnológica, que comprende infraestructura tecnológica, conocimiento de procesos y sistemas de información alineados a los procesos, las personas y la tecnología. «Este engranaje ha permitido conocer la necesidad actual y futura de la empresa y por ende desarrollar soluciones tecnológicas innovadoras, capaces de resolver

los problemas de las áreas de operación, como las áreas de soporte y control», señala Willy Coronado, gerente TICA de Chinalco.

El proceso de transformación e innovación que se encontraba en marcha al momento de la declaración de la pandemia, comprende, entre otros proyectos que han adquirido palpitante actualidad, un centro integrado de operaciones, del cual se ha implementado ya la primera fase de la Sala de Control y Monitoreo Centralizada, que permite obtener información en tiempo real de todo el proceso para tomar decisiones de manera integrada; sistemas autónomos en los procesos de carguío, acarreo y perforación para incrementar disponibilidad de los camiones pesados de mina (en etapa de estudio de factibilidad); sistema de despacho de la flota pesada de mina de manera remota desde Lima; y automatización de procesos por medio de robot para simplificar y mejorar, dándole mayor precisión al trabajo manual.

También se está culminando la implementación del sistema LTE Privado de Voz y Datos que cobertura toda la zona de operación de la unidad, y se cuenta con una plataforma de desarrollo de flujos automatizados de trabajo, sobre cuya base se desarrollan proyectos en los ámbitos de Recursos Humanos, Compras y Contratos, y Auditoría.

«La innovación tecnológica es un socio estratégico en el desarrollo y sostenibilidad de cualquier empresa. Nos permitirá tener un mejor nivel de adaptación a situaciones cambiantes y volátiles generadas por las personas, las sociedades, condiciones ambientales y/o climáticas, etc. Las máquinas a control remoto y el centro de integrado de operaciones son quizás los casos que han resultado más críticos para la mejora de la seguridad, productividad y la eficiencia en la empresa», manifiesta el gerente TICA de Chinalco.

CONTROL BIOSANITARIO

Junto con la implementación de soluciones tecnológicas de largo alcance —que no solamente constituyen respuestas al dramático momento, sino que se adentran en el futuro—, se cuentan otras de carácter sanitario que buscan asegurar la bioseguridad en las operaciones. Citando «registros que nos reportan las mineras», la entonces ministra de Energía y Minas Susana Vilca señaló que, al 29 de junio, había 2,957 trabajadores mineros contagiados, dos de los cuales fallecieron. Si bien la cifra global mencionada por la ministra difiere de otra de la misma fecha de la organización Copperacción —que contabiliza

no menos de 905 trabajadores mineros y uno fallecido—, lo cierto es que, como en cualquier actividad económica que concentra personas, en el sector se requieren medidas especiales.

En Las Bambas se realizan evaluaciones médicas a los trabajadores y contratistas con el fin de verificar su estado de salud y aptitud para ingresar al *site*. Como parte de dicha evaluación, ocho días antes de movilización hacia la operación se practican pruebas rápidas de diagnóstico de COVID-19. Esta misma acción se efectúa, en una segunda oportunidad, al personal que resulta apto tras la primera evaluación, el mismo día y como requisito previo para el traslado hacia la unidad minera. También, como parte del proceso de movilización y desmovilización del personal, se utilizan túneles sanitarios, además de vehículos, aviones y buses desinfectados, con distanciamiento social. A los cinco días de permanencia en la operación, se realiza una tercera prueba, e incluso una cuarta evaluación sanitaria antes del retorno programado a sus hogares.

Tanto en el campamento como en la operación, el personal sigue protocolos estrictos de salud, como desinfección de sus equipos, distanciamiento social, uso de mascarillas y de gel desinfectante, entre otros.

ACTORES PRINCIPALES

Minera Chinalco Perú

Accionista: *Aluminum Corporation of China*

Inicio de operaciones en el asiento minero: 2008

Asiento minero: Toromocho (distrito Morococha, provincia Yauli, Junín)

Reservas minerales (2013): 1,526 millones de toneladas de mineral (cobre, plata, molibdeno y otros recursos minerales)

Volumen de cobre fino producido y exportado: 200,000 toneladas aproximadamente

Número de trabajadores: 1,600

Minera Las Bambas

Accionistas: China Minmetals Corporation (62.5%), Guoxin International Investment Corporation (22.5%), Citic Metal Perú Investment (15%)

Inicio de operaciones en el asiento minero: 2016

Asiento minero: Las Bambas (distritos Challhuahuacho, Tambobamba y Coyllurqui, provincias Cotabambas y Grau, Apurímac)

Inversión inicial: 33,000 millones

Reservas minerales (2018): 6,882 millones de toneladas de cobre, y 10,649 millones de toneladas de recursos minerales

Volumen de producción de cobre en concentrado (2019): 382.5 kt

Número de empleos totales directos e indirectos (2019): 5,791



Nuestros especialistas en tecnología instalan equipos de monitoreo geotécnico para controlar áreas estratégicas de la mina en tiempo real.

Adicionalmente, con el propósito de garantizar el aislamiento y seguridad de la unidad minera, el ingreso y salida hacia las comunidades cercanas son restringidos y solamente se permiten para actividades críticas, cumpliendo estrictos protocolos.

La logística de concentrados también es objeto de un protocolo y medidas de control, todo lo cual comprende acciones a lo largo de todo el proceso: antes del traslado (aislamiento estricto de los conductores previo al transporte de concentrado); durante el traslado (cumplimiento del protocolo de movilización y desmovilización de Las Bambas, uso exclusivo de buses con distanciamiento social y áreas confinadas para los conductores a lo largo de la ruta, entre otros); y a la llegada al campamento (disposiciones para el distanciamiento social, chequeos médicos, áreas de aislamiento y tratamiento médico).

Siendo Minmentals accionista mayoritario de MMG, que controla Las Bambas, su experiencia en la prevención del COVID-19 en sus oficinas en Beijing ha sido un referente en el diseño e implementación de los protocolos de salud y nuevas prácticas de teletrabajo en Las Bambas.

«Hoy en día, las operaciones de Minmetals han vuelto en gran parte a su normalidad y están enfocándose cada vez más en la salud y seguridad de los colaboradores, sus lineamientos están orientados a alimentar el optimismo entre los colaboradores para asegurar que la productividad y el trabajo en equipo se mantengan, concepto que

procuramos replicar día a día en las operaciones de MMG», manifiesta el gerente general de Operaciones de Las Bambas.

Por lo demás, según Edgardo Orderique, China ha sido un aliado importante en la adquisición de suministros de salud, «sobre todo en estos últimos meses».

En cuanto a la estrategia del Gobierno, el citado ejecutivo de Las Bambas considera que se debe seguir promoviendo la reactivación del sector. Dicha reactivación, sostiene, impacta positivamente no solo en las empresas mineras, «sino también una extensa cadena de proveedores de bienes y servicios (en las áreas donde operan), sumando, en total, según un estudio realizado por el Instituto de Ingenieros de Minas del Perú en el año 2019, unos 1,4 millones de personas que de manera directa e indirecta laboran para la industria minera en el Perú».

Al respecto, hace hincapié en la importancia de establecer un mejor nivel de comunicación con las entidades del Gobierno central, así como con las Direcciones Regionales de Energía y Minas orientado a «acordar una estrategia que lo impulse nuevamente». «Recordemos que además de los aportes económicos y tecnológicos, los metales como la plata y el cobre son insumos necesarios para la lucha mundial contra el COVID-19, por ejemplo, al convertirse en insumos para la fabricación de respiradores artificiales, procesos de desinfección y otras herramientas médicas», subraya. **CT**

FERIAS VIRTUALES

Alternativas comerciales en tiempos de pandemia

Por SONIA MILLONES

La actual pandemia ha generado que las tradicionales ferias comerciales cambien su forma de operar para garantizar la continuidad de los negocios de las empresas, establecer conexiones, contactos y cerrar acuerdos. Así, la edición 127 de la Feria de Importación y Exportación de China o Feria de Cantón —que se celebró por primera vez de forma virtual del 15 al 24 de junio— atrajo a cerca de 26,000 empresas nacionales y extranjeras que exhibieron 1.8 millones de productos.

La mencionada feria ha evidenciado que, en estos tiempos desafiantes, los eventos virtuales representan una oportunidad porque conllevan a ahorros de costos de viaje y alojamientos, lo que se traduce en la economía de tiempo y dinero, según Hao Qinmei, consejera económica y comercial de la Embajada de la República Popular China.

Durante el webinar «Feria de Cantón Online: incrementa tus negocios con China», la consejera económica refirió que los avances tecnológicos en el país asiático como el *big data* e inteligencia artificial brindan soporte para un mayor nivel de apertura y negocios en plataformas en línea.

Por su parte, el portavoz de la Feria de Cantón y director general adjunto del Centro de Comercio Exterior de China Xu Bing destacó la digitalización del mencionado evento comercial. Este año, los productos de los expositores de la Feria de Cantón fueron exhibidos en la plataforma en línea, lo que permitió a los clientes ver y experimentar los productos de forma virtual y en una atmósfera de exposición con comunicación interactiva.

PRESENTACIONES EN VIVO

Así, la mencionada Feria de Cantón se asoció con la compañía tecnológica Tencent para construir una plataforma con 24 horas de

streaming en vivo, donde vendedores y proveedores de bienes y servicios convirtieron sus tiendas y fábricas en estudios de difusión. Compradores y proveedores llevaron adelante negociaciones en línea con herramientas de comunicación que facilitan videoconferencias, mensajería y presentaciones en vivo.

Xu Bing subrayó que la plataforma virtual de la Feria de Cantón funcionó sin problemas y que los cerca de 26,000 expositores nacionales y extranjeros cargaron numerosos productos en formato de texto, imagen, video y 3D, mostrando productos más inteligentes y de alta tecnología.

El marketing en vivo fue popular y participó ampliamente. La sala de transmisión en vivo lanzada en esta sesión rompió los límites de tiempo y espacio, y mejoró la experiencia

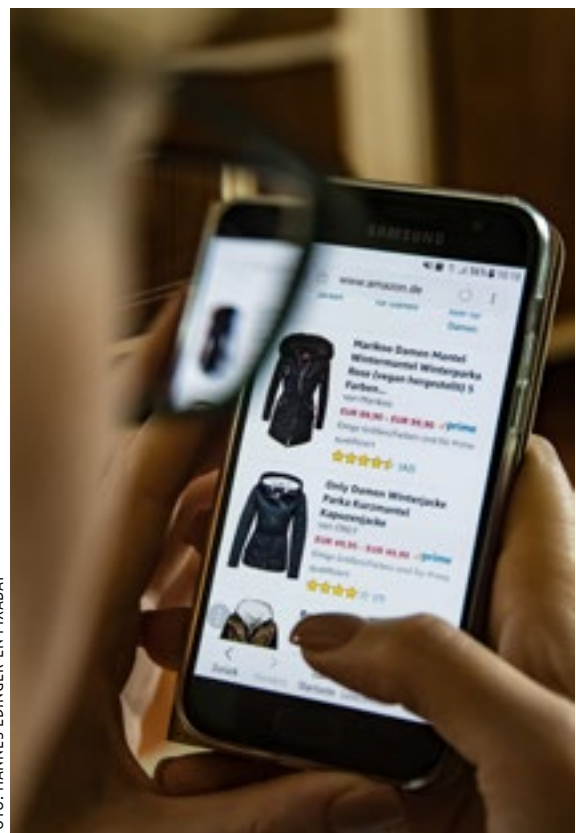


FOTO: HANNES EDINGER EN PIXABAY



interactiva. Los expositores participaron con entusiasmo, algunos idearon planes individualizados para diferentes mercados y organizaron docenas de espectáculos en vivo; se exhibieron productos y compañías en realidad virtual y transmitieron su línea de producción automática. También se diseñó la transmisión en vivo de acuerdo con las zonas horarias de Estados Unidos, Europa, Asia Pacífico y Medio Oriente y África, y las ubicaciones de sus clientes, para recibir compradores en todo el mundo.

DESAFÍOS

Estas ferias virtuales también permiten la creación de redes de contacto. En palabras de Pu Huichuan, directora general adjunta de la Oficina de Asuntos Exteriores de la Feria de Cantón, una razón importante por la que los profesionales asisten a las conferencias y ferias es la oportunidad de establecer contactos. En ese sentido, se facilita este objetivo a través de herramientas de chat que son fáciles de operar.

También los organizadores de la Feria de Cantón han resaltado que este tipo de eventos en línea permiten realizar un seguimiento de la asistencia y participación en tiempo real de los proveedores y compradores, dada su naturaleza digital.

En este contexto, en un mundo posterior al COVID-19, la edición virtual de la Feria de Cantón evidencia que el nuevo entorno acelerará una tendencia creciente hacia un mercado más virtual, y las ventajas de estos eventos en línea apuntan a llegar a una audiencia global, sin restricciones de espacio y tiempo. Además, se puede acceder a estas ferias virtuales desde casa y desde cualquier dispositivo que aporte comodidad a los participantes. **CT** ◀

Peruanos en ferias internacionales

El embajador del Perú en China Luis Quesada destacó la edición virtual de la Feria de Cantón y la excelente calidad y variedad de productos a precios competitivos. Agregó que esta feria reunió a proveedores chinos —compradores de todas partes del mundo—, entre los cuales están los emprendedores y empresarios peruanos que buscan importar productos de China al Perú.

Las secciones del evento fueron Electrónicas y de electrodomésticos, *Hardware* y herramientas, Maquinaria, Vehículos y repuestos, Materiales de construcción, Equipos de iluminación, Productos químicos, Recursos energéticos, Sección Internacional de exposiciones, Bienes de consumo, Decoración para el hogar, Textiles y prendas de vestir, Suministros de oficina, Estuches y bolsos, entre otros.

En 2019, el Perú fue invitado de honor de la II edición de la Exposición Internacional de Importación de China (CIIE), que brinda una excelente oportunidad a las empresas de todo el mundo para acceder al enorme mercado chino y explorar oportunidades comerciales. La exposición recibió a más de 900 mil visitantes y significó el cierre de negocios por más de US\$ 70 mil millones, es decir 23% superior a 2018.

Para el presente año, en principio, el Gobierno chino tendría previsto realizar la tercera edición de la CIIE en noviembre próximo, pero ello dependerá de la evolución de la pandemia. La participación del Perú, dada la situación de emergencia actual —que implica el cierre de fronteras hasta nuevo aviso—, no ha sido confirmada.

Capechi: Estrategias comerciales en línea

Como respuesta a la situación actual, la Cámara de Comercio Peruano China ha diseñado una serie de conversatorios, talleres y seminarios en línea, gratuitos para brindar a sus asociados y público en general información estratégica en estos tiempos de incertidumbre por la pandemia COVID-19. El programa se inició en marzo pasado y aborda temas de acuerdo con la coyuntura comercial local y china, y permite a los asistentes conectarse con una red de especialistas para que respondan, de la mejor manera posible, a los cambios generados por el aislamiento en las operaciones empresariales y en la vida cotidiana. Los temas abordados, entre otros son estrategia empresarial poscuarentena, programa Reactiva Perú, suspensión perfecta del contrato de trabajo, cadena de pago poscuarentena, Feria de Cantón online [online en cursivas], oportunidades de negocios para importar



y exportar a China en tiempos de COVID-19, revisión y análisis de las medidas fiscales dictadas para la reactivación económica, régimen de aplazamiento y/o fraccionamiento de la deuda tributaria, etc. Inscripciones en www.capechi.org.pe



Nueva directiva

El 3 de octubre, se realizaron las elecciones del nuevo Consejo Directivo de la Cámara de Comercio Peruano China (Capechi) para el periodo 2019-2022, siendo reelecto como presidente el doctor José Javier Tam Pérez, en mérito a la intensa actividad y los logros alcanzados en su gestión previa. Lo acompañan como vicepresidente Álvaro Barrenechea, de Minera Chinalco Perú S.A.; como secretario Rafael Torres Morales, de Torres y Torres Lara Abogados; como tesorero José Pagador Tweddle, de Delfín Group Co SAC; como vocales Augusto Merkt Lujan, del Banco de Crédito BCP; Raúl Vera La Torres, de Shougang Hierro Perú S.A.A.; Domingo Drago Salcedo, de Minera Las Bambas S.A.; José Sam Yuen, de Corporación Sam S.A.C. y Liu Lei, de CEP Logistics Group S.A.C.



Izquierda: Alvaro Barrenechea, Gerardo Solis Macedo, Bernd Schmidt, José Vizquerra, Francis Stenning.



Embajador Juan Carlos Capuñay, José Tam y Luis Vega Monteferrri.

Coctel conmemorativo

En una significativa ceremonia por el 170 aniversario de la inmigración china al Perú, que reunió a miembros asociados de Capechi, funcionarios de la Embajada de la República Popular China, empresas chinas instaladas en el Perú y representantes de gremios públicos y privados, el doctor Jose Tam recordó importantes pasajes de la historia que se inició un 15 de octubre de 1849 cuando llegó al puerto del Callao la nave danesa Frederick Wilhem con los primeros 75 ciudadanos chinos procedentes de Cantón. Habló también sobre los aportes de estos inmigrantes a la gastronomía, agricultura, arte, medicina y, por supuesto, a la economía nacional, hasta la actualidad, con la integración de los descendientes chinos en la sociedad peruana. El cóctel se realizó el 29 de octubre en las instalaciones del Westin Lima Hotel & Convention Center.



Maximiliano Castillo, Yolanda Torriani del Castillo y Raúl Fermor.

Visita al embajador

Miembros del Consejo Directivo de la Cámara de Comercio Peruano China liderados por el doctor José Tam, presidente de la institución, visitaron el 12 de diciembre, al señor Liang Yu, nuevo embajador de la República Popular China en el Perú. Durante la reunión, el Dr. Tam expuso los objetivos y las actividades que realiza Capechi con el fin de incentivar el intercambio comercial y cultural entre



el Perú y China. Por su parte, el embajador Liang Yu resaltó el alto nivel y la suma importancia de las relaciones entre ambos países y su disposición a apoyar a la Cámara en la profundización de la cooperación bilateral.

中国-秘鲁自贸协定成为双边经贸关系快速发展的“增长引擎”



梁宇 中国驻秘鲁大使

“空中之城”马丘比丘、宽广无垠的亚马逊雨林、神秘悠久的古印加文明、可爱的“网红”神兽羊驼，一张张美丽的秘鲁风景名片让许多中国人耳熟能详。秘鲁与中国虽远隔广袤的太平洋，她神奇独特的魅力却让人心驰神往，两国人民友好交往的历史更是源远流长。

进入新世纪，两国秉持促进自由贸易、维护多边贸易体系的立场，积极推动建立经济互补、合作共赢的经贸合作关系，于2009年4月28日顺利签署自贸协定并于2010年正式生效。中秘自贸协定的签署实施，充分体现双方政治的高度互信，显著提升双方战略合作水平，为两国关系进一步发展奠定了坚实基础

2020年是中秘自贸协定生效10周年。十年来，自贸协定制度优势完全显现，为两国经贸合作装上强劲“增长引擎”，实现了跨越式长足发展。2009年中秘双边贸易额仅64亿美元，2010年自贸协定实施当年，中秘贸易额同比大增44%，中国一跃成为秘鲁第二大贸易伙伴。此后，双边贸易

额以年均10%高速增长，2014年中国即超越美国成为秘鲁第一大贸易伙伴。2018年双边贸易额突破230亿美元，比2009年增长近3倍，中国连续5年成为秘鲁第一大贸易伙伴、第一大出口市场和第一大进口来源地。中秘两国贸易结构不断完善，秘鲁出口中国的产品日益多元，从事双边贸易的中小企业持续增多。秘鲁的鳄梨、葡萄、蓝莓、芒果、白对虾等水果食材丰富了中国人的饭桌，羊驼制品、高原藜麦、玛卡、海藻粉等特色产品在中国市场空间巨大。秘鲁积极参加在上海举办的中国国际进口博览会，自信展示秘鲁具有国际竞争优势的特色产业，矿产品、优质农产品等对华出口成倍增长。十年间，秘鲁向中国出口的高附加值非传统产品增长超过80%，中国制造的电子产品、汽车、摩托车等也深受秘鲁消费者青睐。

同时，自贸协定的实施推动了两国关系全方位快速发展，双方高层交往更加频繁，政治互信进一步提高，2013年中国与秘鲁建立全面战略伙伴关系。十年间，中国累计对秘各类投资总额达到300亿美元，是2009年的10倍，涉及能矿、渔业、林业、金融、电力、交通基础设施、房地产等领域。两国人文交流日趋密切，显著提升了中秘在彼此国家的知名度。秘鲁社会掀起一股“中国热”，学汉语成为秘鲁青年的潮流。“印加古国”秘鲁以其悠久历史和美丽风光，也吸引着越来越多的中国游客，中国已成为秘鲁增速最快的游客来源国之一，中秘民间的友好情谊在不断加深。2019年，中秘签署了“一带一路”合作协议，两国已形成互利共赢、共同发展的命运共同体，双方合作迎来崭新历史机遇。

近年来，中国作为世界第二大经济体，积极参与多边贸易体系，对世界经济发展贡献度超过

Ladersam

Audit & Business Advisory

- ▼ Asesoría Tributaria
- ▼ Auditoría Financiera
- ▼ Asesoría Legal Tributaria
- ▼ Precios de Transferencia
- ▼ Outsourcing Contable
- ▼ Asesoría Laboral
- ▼ Inventario y Valuación
- ▼ Liquidación de empresas

Firma Miembro
Independiente





中国援助秘鲁医疗专家组与秘鲁时任总理韦森特·塞瓦略斯以及中国驻秘鲁大使梁宇进行会谈, 交换疫情信息并分享抗“疫”经验。

30%, 是世界经济增长的重要动力源。当前, 经济全球化遇到波折, 国际贸易和投资低迷, 保护主义、单边主义抬头。面对复杂严峻的经济形势, 国际社会需加强合作。中秘同为自由贸易的坚定支持者和践行者, 在共同推进新型经济全球化, 反对保护主义方面持有共同立场, 双方应携手维护好、建设好多边贸易体制, 进一步促进贸易和投资自由化便利化, 共同推动发展创新、活力、包容的世界经济。

2016年11月, 中国国家主席习近平访问秘鲁并出席亚太经合组织领导人非正式会议(APEC)期间, 双方签署关于中秘自贸协定升级的谅解备忘录, 启动自贸协定升级研究工作。截至目前, 双方已举行4轮富有成果的谈判, 围绕服务贸易、投资、海关程序与贸易便利化、原产地规则、卫生与植物卫生措施、知识产权、电子商务、竞争政策和全球供应链等问题展开深入磋商, 取得积极进展, 为早日结束升级谈判奠定了良好基础。

今年伊始, 中国遭遇了严重的新型冠状病毒肺炎疫情, 在包括秘鲁在内的全球170多个国家和世界卫生组织的大力支持下, 中国政府和人民经过艰苦努力, 付出巨大代价, 有效控制住疫情蔓延势头, 为世界联合阻击新冠病毒扩散赢得了宝贵的时间和经验。虽然中国经济短期内不可避免会受到一定冲击, 但长期向好的趋势没有改变。中秘两国应继续携起手来, 以自贸协定生效10周年为新起点, 实施好两国2016年至2021年共同行动计划, 加强发展战略对接, 深化产能合作, 继续发挥矿业、能源、基础设施建设合作等传统领域的作用, 挖掘清洁能源、信息互联互通、农产品贸易等新的合作增长点, 积极推进自由贸易协定升级, 为双边贸易优化注入新动力, 促进中秘全面战略伙伴关系再上新台阶。

EXPERIENCIA ORIENTAL

¡YA ESTAMOS ATENDIENDO EN MAGDALENA, TE ESPERAMOS!



ATENDEMOS DE
11 AM A 7 PM



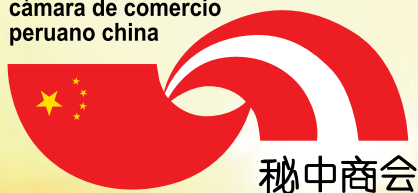
RECOJO
EN TIENDA
Magdalena - La Molina - Surco



DELIVERY
(SEGÚN COBERTURA)



(01) 7028918
FUSEN.PE



La plataforma que te comunica con el mercado chino

Desde 1991, incentiva y promueve el intercambio comercial e inversión entre Perú y la República Popular China, asistiendo a las empresas en la promoción de sus negocios.

Servicios

- Directorio de exportadores e importadores chinos.
- Referencias comerciales de empresas chinas.
- Asesoría comercial.
- Estadística aduanera.
- Mediación comercial.
- Información de ferias y misiones comerciales.
- Asesoría en viajes de negocios.
- Asesoría y trámite de la visa china.
- Cursos, seminarios, capacitaciones, ruedas de negocios.

Productos

- Acceso a la web capechitrade.
- Semanario CAPECHITRADE.
- Síntesis Legal CAPECHITRADE.
- Reporte comercial mensual Perú – China.
- Reporte de ferias & exhibiciones en China.
- Reporte de oferta y demandas.
- Directorio virtual de socios.
- Revista institucional CAPECHITRADE.
- Entre otros servicios.