

Informe de País China 2018



“Una manera de hacer Europa”
Fondo Europeo de Desarrollo Regional



ÍNDICE

■ MAPA DE CHINA	3
■ ANOTACIONES GENERALES	4
■ PERFIL SOCIOECONÓMICO Y EMPRESARIAL	5
• Entorno empresarial	6
• Estrategias de negociación	6
• Normas de protocolo	9
• Aspectos económicos	12
• Accesibilidad del mercado	13
• Perfil demográfico	16
• Perfil geográfico	16
• Perfil económico	16
■ INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA Y PRÁCTICA	17
• Información complementaria	18
• Información práctica	20
• Webs de interés	22
• Direcciones de organismos	22
• Fuentes documentales	24

"Este documento y todos sus contenidos son de uso público. Puede usarse parcialmente o en su totalidad. Se agradecerá que se cite el INFO como fuente de la información usada. Modo de citación: FUENTE: Instituto de Fomento de la Región de Murcia (INFO)".

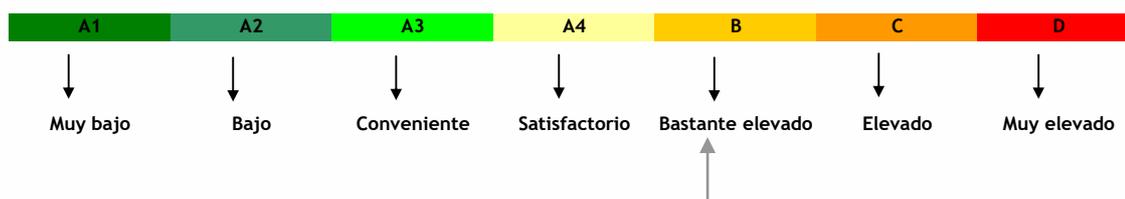
MAPA DE CHINA



ANOTACIONES GENERALES

- 1ª economía más grande del mundo en términos de PIB (est. 2017).
- 2º mayor importador y 1º exportador mundial.
- Crecimiento económico del 6,7% en 2016 y del 6,7% en 2017 y previsión del crecimiento del 6,5% en 2018 (datos provisionales).
- La política de atracción de inversiones del Gobierno chino es cada vez más selectiva, dando prioridad, en teoría, a la inversión en sectores de energía limpia, alta tecnología e I+D, mientras que dificulta aún más la inversión extranjera en sectores de escaso valor añadido y altamente contaminantes. Adicionalmente, en los próximos años, se espera que la inversión destinada al suministro del mercado local gane terreno a la inversión en procesamiento de insumos y productos intermedios importados para su reexportación.
- El análisis de las importaciones de mercancías por países permite destacar como principales proveedores a Corea del Sur, Japón y Taiwán. España ocupa la posición 38.
- Las previsiones más recientes del Fondo Monetario Internacional señalan que en 2017 la economía china podría superar a la estadounidense en paridad del poder adquisitivo. En el país se está creando una clase media urbana con niveles de poder adquisitivo comparables a los europeos. Este hecho, junto con la creciente urbanización de la población china, supone un polo de atracción de empresas extranjeras cuyos productos y servicios pueden ser ofrecidos a la creciente demanda.
- En cuanto a la clasificación riesgo país de COFACE, China se encuentra en el nivel B.

EVALUACIÓN RIESGO PAÍS



Perfil socioeconómico y empresarial

ENTORNO EMPRESARIAL

- El desarrollo económico de China y su potencial de futuro es el acontecimiento que más ha cambiado el mundo de los negocios en los últimos años. Se estima que para el año 2025 su PIB superará al de Japón y antes del 2050 a Estados Unidos, si bien su nivel de renta, infraestructuras y tecnología dista mucho de los países más avanzados.
- Su entrada en 2001 en la Organización Mundial de Comercio (OMC) confirmó su proceso de apertura al exterior que presenta unas cifras espectaculares.
- El proceso de acercamiento a la economía capitalista es lento pero sostenido. La autorización para ejercer profesiones liberales y el acceso de los inversores extranjeros a la compra de acciones de empresas chinas en las Bolsas de Shanghai y Shezhen lo confirman.
- Es, quizá, el mercado más competitivo del mundo, con un exceso de capacidad productiva local en muchos sectores y presencia de multinacionales. Las empresas que no posean experiencia internacional acreditada será muy difícil que tengan éxito en China.
- Existen aproximadamente 200.000 empresas con participación extranjera que buscan beneficiarse de una favorable estructura de costes productivos y acceder a un enorme mercado por desarrollar.
- A medio plazo, China se convertirá en un país de regiones-estado, semiautónomas, algunas de las cuales ya superan por PIB a varios de los llamados “tigres asiáticos”.
- Existen dos categorías de regiones-estado: las primeras son más pequeñas y están formadas por una ciudad y su periferia (Shangai, Shenzhen, Tianjin, Dalian, Xiamen, etc.). Las más grandes, las mega-regiones comparten dialectos y una historia común y son auténticas potencias económicas. Las cuatro más importantes son: el delta del Yangtze, el área de los tres Estados del Noroeste (antes Manchuria), el corredor Beijing-Tianjin y Shandong.
- China juega un papel equivalente al de Japón en la década de 1960, inundando los mercados occidentales, en los que compiten con productos de bajo precio.

ESTRATEGIAS DE NEGOCIACIÓN

- Los chinos tienen fama de ser unos de los mejores negociadores del mundo. Su potencial de compra y el espectacular crecimiento económico del país les respalda.
- La preparación técnica de los ejecutivos chinos es muy elevada. Además, acostumbran a tener un buen conocimiento de la oferta internacional del producto sobre el que se negocia.
- Acceder directamente a las compañías chinas y salvar las trabas administrativas es una tarea inabordable si no se cuenta con ayuda

local. Hay que contratar a un agente o buscar un socio con las debidas conexiones *guan xi*), especialmente, en el poderoso Ministerio de Comercio Exterior que aglutina las competencias sobre relaciones económicas exteriores y cooperación internacional.

- Las relaciones personales y profesionales se entremezclan. Cada ejecutivo chino tiene una red de contactos que funciona en base a favores realizados y obligaciones contraídas.
- Las negociaciones se realizan siempre en grupo. Por tanto, no se debe acudir sólo a China, sino con un equipo negociador (al menos, dos personas). El directivo de mayor rango es el que lleva el peso de la negociación. Las personas de menor rango no deben interrumpir la conversación.
- No se debe hablar en primera persona ya que resultaría petulante. Tampoco se deben mostrar demasiadas emociones ni sentimientos de frustración. Una actitud de prisa no es bien valorada.
- Los chinos son muy desconfiados. Pedirán mucha información a la otra parte. Pero también el negociador extranjero debe desconfiar del uso que se haga de esa información. No se debe suministrar nada que se considere confidencial ya que pronto o tarde será usado por alguna empresa china competidora.
- Es difícil establecer relaciones sólidas con negociadores chinos. En ocasiones, los comentarios agradables y la apariencia de amistad se utilizan más bien para obtener concesiones.
- La dificultad del idioma se usa como una táctica negociadora. Incluso llegan a culpar al intérprete de posibles malentendidos. Debe contratarse un intérprete profesional y de confianza. Para facilitar su tarea hay que utilizar frases cortas, evitar tecnicismos o expresiones coloquiales, y darle descanso cada cierto tiempo.
- Los chinos son los grandes maestros en el uso de los silencios como técnica de negociación. Lo que no se dice suele ser más importante que lo expresado directamente.
- Las presentaciones deben basarse en argumentos técnicos, hechos y cifras. Hay que recalcar la idea de cooperación y el deseo de establecer relaciones duraderas. Si la audiencia es numerosa, la presentación debe ser breve.
- Para los chinos el honor (*mianzi*) es más importante que el poder o el dinero. Son muy orgullosos. Hay que evitar comentarios o utilizar argumentos que les dejen en mal lugar delante del grupo. Conviene dejar siempre una salida para que rectifiquen si se han equivocado. La llamada “teoría de la puerta abierta” es esencial cuando se negocia en China.
- En ocasiones comienzan la negociación con unas demandas desproporcionadas. No hay que hacer caso ya que se trata

únicamente de una táctica negociadora para intimidar a la otra parte.

- Hay que estar preparado para responder a muchas preguntas, a veces, repetitivas. Es una táctica que utilizan para comprobar la veracidad y el compromiso de las propuestas que reciben.
- El margen de negociación es muy amplio. Es aconsejable partir de posiciones alejadas a las de cierre ya que el negociador chino se siente ofendido si no consigue muchas concesiones. En cada tema tratado se tiene que conceder algo.
- En las negociaciones del precio los argumentos más utilizados son el tamaño de su mercado y las ofertas de otras empresas competidoras. De hecho, lo más habitual es que estén negociando con varias de ellas.
- Los chinos nunca olvidan un detalle. De ahí que en las reuniones iniciales no se deba sugerir alguna concesión ya que la exigirán cuando llegue el momento.
- Tampoco debe darse nada por supuesto, ni sobreentendido. Las conclusiones y los pactos a los que se haya llegado en cada reunión deben ponerse por escrito en los llamados MOU's (*Memorandum of Understandings*).
- Las decisiones se toman por consenso. No obstante, hay que recordar que si bien los interlocutores no tienen capacidad individual para decidir, si pueden retrasar, dificultar o, incluso, vetar el negocio. Por ello debe evitarse cualquier enfrentamiento con algún miembro del equipo negociador.
- Cuando se aproxima el acuerdo final, el equipo negociador chino pedirá una última concesión. No es raro que utilice la táctica del "agravio", por la cual sugiere que la otra parte rompe la amistad si no accede a esa petición.
- Al redactar el contrato es importante asegurarse de que el texto en chino se transcribe íntegramente al idioma extranjero utilizado.
- Es habitual que soliciten la asistencia al acto de la firma del contrato de un representante de los servicios diplomáticos de país de la empresa extranjera con la que van a firmar el contrato.
- Los contratos no tienen la misma fuerza que en Occidente. Por ello el negociador extranjero debe establecer otros mecanismos que eviten los riesgos: el inversor deberá estudiar los procedimientos para repatriar beneficios, el vendedor los medios de pago para asegurar el cobro y el comprador los sistemas que garanticen la calidad y conformidad de los productos adquiridos.
- Los chinos consideran el contrato como un inicio de la relación y no dejarán de renegociar y pedir mejoras en cada negocio que se realice aunque sea con la misma empresa, la misma persona, el mismo producto e idéntica cantidad.

- El fracaso en la negociación no tiene un significado negativo como en las sociedades occidentales. Siempre hay que dejar la puerta abierta para posibles negocios en el futuro.

NORMAS DE PROTOCOLO

- La forma más común de saludo es una ligera inclinación de hombros (no de cintura) acompañada de la expresión *Ni hao?* (¿cómo está Ud.?, pronunciado *Ni jao*). También se utiliza un breve apretón de manos - es mejor esperar a que sean ellos los que extiendan la mano-. En la despedida se dice *Zai jian* (Adiós, pronunciado *Zae tien*).
- El contacto físico (abrazos, besos, palmadas) debe evitarse en las relaciones de negocios. Tampoco se debe mirar fijamente a los ojos, durante un tiempo prolongado.
- El uso de las tarjetas está muy generalizado. Deben imprimirse por un lado en inglés y, por otro, en chino. En cualquier *Business Center* de los grandes hoteles se ofrece el servicio de imprimir con caracteres chinos los datos de la tarjeta, de tal manera que es conveniente traer ya impreso el logotipo de la empresa por ese lado.
- Al igual que en la mayoría de los países asiáticos los nombres chinos se componen de apellido, nombre generacional y nombre propio. Por ejemplo en el nombre Li Paio Hui, Li es el apellido, Paio el nombre generacional y Hui el nombre propio. Se les debe llamar por el apellido, precedido de Mr. o Mrs. En un contexto de negocios, los nombres propios no deben usarse.
- En Hong Kong y en otras ciudades costeras se ha producido una occidentalización de los nombres. Se utilizan iniciales o, incluso, nombres en inglés. Por ejemplo, Chang Wu Jiang puede hacerse llamar Walter Chang o poner en sus tarjetas W.J. Chang.
- La puntualidad es esencial ya que se relaciona con el respeto y la seriedad en los negocios. Es habitual que ellos lleguen a la reunión antes de la hora.
- En las presentaciones los términos más utilizados son *Xian Shen* (Señor, pronunciado *Shien yon*) y *Xiao jie* (Señora, pronunciado *Shiao chie*), precedidos del apellido. Por ejemplo, Xian Shen Wang (Sr. Wang) o Xiao jie Zhang (Sra. Zhang). A los funcionarios de alto rango se les añade detrás del apellido la palabra *Zhu ren* (Director, pronunciado, *Shurén*). Por ejemplo, Li Zhu ren (Director Li)
- En el trabajo es habitual utilizar el término *Lao* (mayor), antes del apellido para dirigirse a las personas de cierta edad. En general, el uso de *Lao* está muy extendido.
- La sociedad china es formal y protocolaria. La persona de mayor rango es la que entra primero en la reunión y presenta a las

personas del equipo negociador. Debe esperarse a que el jefe de su delegación indique donde debe sentarse cada uno. No es extraño que, en ocasiones, a los visitantes extranjeros se les deje la presidencia de la mesa.

- En la conversación debe evitarse hablar de política, del gobierno y del vecino Taiwán. Los chistes de temas sexuales no son bien vistos. Temas favoritos son: el progreso de la economía china, las excelencias de su cocina o las compras que pueden hacerse en el país.
- Durante la negociación hay que mantener una actitud de respeto, evitando cualquier relajamiento corporal que podría ser malinterpretado.
- Conviene que las preguntas que se hagan sean claras y precisas ya que no les gusta reconocer que no comprenden o no saben la respuesta.
- Cuando se hacen regalos de cierto valor hay que dejar claro que son en nombre de toda la compañía que se representa y para toda la compañía a la que se entrega. Los regalos individuales debe ser de poco valor ya que de, otra forma, se iría contra la ley. Bolígrafos, botellas de licor, sellos o peines pueden ser una buena elección. Por razones de superstición no se deben regalar relojes despertadores o de mesa.
- Tradicionalmente los chinos declinan tres veces el regalo antes de aceptar. Con ello quieren evitar parecer ambiciosos. Por tanto hay que insistir. Una vez que han aceptado, hay que agradecerse.
- La forma de agasajo más habitual son los banquetes e invitaciones a cenar. Una vez que ellos han invitado se debe corresponder lo antes posible, preferentemente en el mismo viaje.
- Cuando se les invita a comer hay que esperarles en la mesa, colocarlos de acuerdo a su rango y comenzar con un brindis.
- Durante las comidas o cenas no se debe hablar de negocios. No existe la costumbre de la sobremesa; una vez que se han servido los postres (la fruta es lo último) los comensales se levantan de la mesa.
- Las comidas se realizan en mesas redondas con las fuentes en el centro desde las cuales se sirve a los platos individuales. Las fuentes no se pasan de unas personas a otras. Es de buena educación probar cada plato.
- Es aconsejable usar palillos. Para servirse comida de una bandeja deben girarse y utilizarse los extremos afilados, de tal forma, que la parte de los palillos que ha estado en contacto con la boca no toque la comida de la bandeja. Una vez que se ha terminado de comer, deben ponerse encima de la mesa o en un plato con otros

palillos. Colocarlos encima del plato de comida, en paralelo, al estilo que marca el protocolo occidental, sería un signo de mala suerte.

- La sopa y el arroz sirven de acompañamiento durante toda la comida y, por tanto, no deben acabarse antes de comer otros platos. Cuando se come arroz, el tazón se debe mantener muy cerca de la boca. Si se sirve arroz de una fuente, nunca debe dejarse en el plato.
- Si no se desea tomar más cantidad de una bebida (vino, té) hay que dejar algo en la copa o taza.
- Durante los banquetes se acostumbra a brindar varias veces. Los brindis más usuales son *Gan Bei* (¡seca tu copa!, en chino mandarín) o *Yam sing* (el mismo significado, en chino cantonés).
- Es preferible vestirse de forma conservadora, evitando colores o diseños llamativos. Se espera que el visitante occidental vista con chaqueta y corbata, aunque ellos no siempre la utilizan.

ASPECTOS ECONÓMICOS

CARACTERÍSTICAS DE LOS PRINCIPALES SECTORES PRODUCTIVOS

El sector primario continúa teniendo un peso importante en la economía: emplea en torno a 28% de la población ocupada, aunque su participación en el PIB disminuye cada año (8,6% en 2016), y las diferencias de renta entre el mundo rural y el urbano aumentan. Se trata de un sector de carácter tradicional, intensivo en mano de obra, en el que, muy poco a poco, se está introduciendo la maquinaria como vía de aumento de la productividad. La agricultura supone el 53% de la actividad del sector. La ganadería sigue en importancia a la agricultura, con 28% del valor añadido del sector primario. China es el primer país pesquero del mundo y tiene recursos disponibles en sus propias aguas y flota en múltiples países de todo el mundo. La aportación del sector pesquero al sector primario es del casi 10%. La explotación forestal reviste escasa importancia con menos de 4% del total del sector primario, excepto en algunas zonas del noreste y suroeste del país, donde se encuentran las principales extensiones de bosque.

El sector textil es el primero del mundo tanto en producción como en exportaciones. Es de gran importancia para la economía china y emplea a más de 15 millones de personas. La industria de maquinaria y máquina-herramienta es la segunda industria más grande del país. Por otra parte, China tiene importantes depósitos de minerales y se encuentra entre los primeros países extractores de minerales a nivel mundial. La cantidad de reservas que acumula refuerza su posición como potencia mundial, ya que es líder mundial en reservas de minerales estratégicamente importantes como el tungsteno, molibdeno, titanio, mercurio y minerales de tierras raras. No obstante, necesita recurrir a la importación de grandes cantidades de algunos de los productos para abastecer el consumo. La industria siderúrgica es uno de los pilares de la economía China. El petroquímico ha sido uno de los sectores prioritarios en cuanto a inversiones recibidas.

El sector servicios se ha desarrollado en China en las últimas décadas a una mayor velocidad que el resto de sectores. Su aportación al PIB ya supera al del sector secundario. El incremento de los trabajadores en el sector servicios ha sido muy notable (en la actualidad hay más de 340 millones). Este incremento ha sido más del doble del sector industrial y ha tenido lugar, principalmente, en la última década. En la actualidad, el sector servicios es el que más empleo genera en China. El sector de la construcción es clave en la economía china: la contribución al PIB se estima en torno al 6,7%. Más allá de su importancia como instrumento

de creación de empleo (en 2016 más de 27 millones de personas, algo más de 15% del total de personas empleadas), es esencial en el desarrollo de las infraestructuras, lo que beneficia el crecimiento y competitividad de todos los sectores económicos.

ACCESIBILIDAD DEL MERCADO

SERVICIOS COMERCIALES Y BANCARIOS

COMERCIALIZACIÓN

En los últimos años, el sector de la distribución en China se ha ido liberalizando progresivamente. Las compañías extranjeras han visto ampliadas sus opciones para distribuir sus productos. En la actualidad, no resulta necesario contar con un mayorista local sino que se puede elegir entre distintas modalidades: operar por cuenta propia, con un operador logístico internacional o contratar a un distribuidor local.

En abril de 2004, se publicó la normativa *Measures for the Administration on Foreign Investment in Commercial Fields* que regula la actividad de las empresas comerciales de capital extranjero (FICE, Foreign Invested Comercial Enterprises). Con la aprobación de estas medidas, se liberalizó el sector de la distribución en China, permitiendo la entrada de inversores extranjeros en el sector. Con la promulgación de las Medidas, las empresas comerciales de capital extranjero (FICEs) han podido obtener licencias completas de comercio y distribución.

Las FICE pueden llevar a cabo las siguientes operaciones: franquicia, venta al por menor de mercancías, importación de mercancías para uso propio, adquisición de productos chinos para su exportación, venta de mercancías al por mayor y agencia comisionista.

BANCOS

El sector bancario en China, hasta la entrada del país en la OMC en 2001, estuvo muy restringido a los bancos extranjeros. La entrada de China en la OMC supuso un cambio en la actitud del gobierno frente a los bancos extranjeros, puesto que uno de los compromisos adquiridos fue la completa liberalización del sector bancario.

El mercado bancario chino tiene como principales bancos a los conocidos como *big four banks*, que son: Bank of China, China Construction Bank, Industrial and Comercial Bank of China (ICBC) y Agricultural Bank of China.

SISTEMA FISCAL

PRINCIPALES IMPUESTOS EN CHINA		
Categoría	Denominación	BASE IMPONIBLE Y TIPO APLICABLE
Impuestos directos	Impuesto de Sociedades	El 25% sobre los beneficios; 20 % para pequeñas empresas
	Impuesto sobre la Renta Personal	Según la residencia fiscal, se aplica a los empleados desplazados
	Retenciones en otras rentas	10% en la repatriación de dividendos, intereses y regalías
Impuestos indirectos	Impuesto de Actividades Económicas	Aplicado a la prestación de servicios, entre el 3% y el 5%; en el caso de la industria del entretenimiento, el 20%
	Impuesto sobre el Valor Añadido	13% ó 17% sobre la venta de bienes; del 3% al 6% para pequeñas empresas
	Impuesto al Consumo	Aplicado a la compra de bienes especiales (alcohol, cosméticos, etc.), entre 3% y 45%

Desde 1990, España y China cuentan con un convenio para evitar la doble imposición y prevenir la evasión fiscal, que rige en materia de impuestos sobre la renta y el patrimonio.

PROTECCIÓN DE PATENTES Y MARCAS

China forma parte del Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial y del Convenio que establece la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI, www.wipo.int). También es país signatario del Tratado de Cooperación en Materia de Patentes (PCT) y del Arreglo de Madrid relativo al Registro Internacional de Marcas y de su Protocolo.

Las patentes se registran en la Oficina China de Patentes o en otras agencias relacionadas con la misma.

NORMALIZACIÓN Y CERTIFICACIÓN DE PRODUCTOS

La Administración China de Normalización (www.sac.gov.cn) está afiliada a ISO y es la encargada de la elaboración de gran número de normas técnicas sobre productos agrícolas e industriales.

Por otra parte, la Administración Nacional de Certificación de China (www.cnca.gov.cn) se ocupa de definir los requisitos para la certificación de productos. Éstos son, de manera creciente y a partir de la incorporación de China a la OMC, iguales para importaciones o producción nacional, como es el caso del sistema CCC (China Compulsory Certificate), que ya afecta a una serie de productos, fundamentalmente industriales. La publicación y la comprobación de conformidad de los productos importados la realiza la Administración

Nacional de Supervisión de Calidad, Inspección y Cuarentena (www.aqsiq.gov.cn). En algunos casos, también pueden intervenir otros organismos, como el Ministerio de Salud, para el registro de cosméticos. Este proceso de unificación y renovación de los requisitos de certificación determina que muchas de las normas estén cambiando en la actualidad.

RÉGIMEN DE COMERCIO

China accedió a la OMC en diciembre de 2011. No es signataria del Acuerdo de Compras Públicas (mandó una oferta inicial para adherirse en diciembre de 2007) ni del de Comercio de Aeronaves Civiles (del que es observador). Es miembro desde abril de 2003 del Acuerdo sobre Tecnologías de la Información y no es parte del Acuerdo Farmacéutico.

Desde 1992, el arancel chino se basa en el Sistema Armonizado. Tras el ingreso en la OMC, los aranceles NMF no pueden ser incrementados por encima del nivel ya consolidado y fijado para cada uno de los productos.

China ha reducido considerablemente sus aranceles. China cuenta con 15 zonas de libre comercio y almacén de mercancías. Tiene también 57 zonas de procesamiento de exportaciones de escasa superficie con un régimen aduanero de importaciones privilegiado.

ARANCELES

Desde 1992, el arancel chino se basa en el Sistema Armonizado.

Con la entrada de China en la OMC en 2001, el nivel medio arancelario se ha reducido desde el 15,3% hasta el 9,8% a principios de 2009, siendo la media para productos agrícolas de 15,2% y 8,95% para productos industriales. Tras el ingreso en la OMC, los aranceles no pueden incrementarse por encima del nivel ya consolidado y fijado para cada uno de los productos.

Además las importaciones están sujetas al IVA (17%) y algunos productos a un impuesto sobre el consumo del 10%. Para conocer el gravamen concreto para cada producto se recomienda contactar con las Oficinas Económicas y Comerciales de España en China.

Más información en www.madb.europa.eu.

PERFIL DEMOGRÁFICO

Población (2017)	1.379.302.771 habitantes
Capital	Beijing
Otras ciudades	Shanghai, Guangzhou, Shenzhen
Crecimiento población (2017)	0,41%
Densidad demográfica (2017)	143,7 hab/km ²
Pirámide de edad (2017)	0-14: 17,15% 15-64: 72,04% >65: 10,81%
Distribución por sexos (2017)	Hombres: 51,4% Mujeres: 48,6%
Grupos étnicos	Han, Zhuang, otros
Religión	Budistas, cristianos, musulmanes, otros
Idioma	Chino
Moneda	Renminbi

 PERFIL GEOGRÁFICO

Superficie	Total: 9.596.960 km ² Tierra: 9.326.410 km ² Agua: 270.550 km ²
Fronteras	22.457 km
Costas	14.500 km
Elevaciones	Punto más bajo: Turpan Pendi -154 m Punto más alto: Everest 8.850 m
Uso de la tierra (2011)	Agricultura: 54,7% Bosques: 22,3% Otros: 23%

 PERFIL ECONÓMICO

Datos generales (2017)	PIB: 23,12 trillones \$ Crecimiento real del PIB: 6,8% PIB per cápita: 16.600\$
PIB por sectores (2017)	Agricultura: 8,2% Industria: 39,5% Servicios: 52,2%
Población ocupada por sectores (2015)	Agricultura y pesca: 28,3% Industria: 29,3% Servicios: 42,4%
Tasa de paro (2017)	4%
Tasa de inflación (2017)	1,8%

Información complementaria y práctica

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA

BREVE REFERENCIA HISTÓRICA

A partir de 1912 comienza la denominada edad moderna de China. En ese momento la fuerza militar de los Señores de la Guerra, líderes en sus territorios provocaban con sus batallas, sumadas a la poca fuerza del Partido Nacionalista, el desmembramiento de la recién implantada República China. En medio del desorden y la falta de poder se fundó en el año 1921, con Mao Zedong el Partido Comunista. El éxito de este partido radicó en conseguir la confianza de los campesinos, los cuales no tenían nada y estaban desesperados.

Por otra parte, Chiang Kaishek tomó el mando del Partido Nacionalista, logrando dominar a los señores de la guerra que tanto daño habían hecho y se convirtió junto al Partido Comunista en las dos mayores fuerzas políticas. Tras derrotar a los comunistas, los nacionalistas tuvieron que realizar la Larga Marcha estableciéndose finalmente en Xian. Durante esa desaparición de la vida pública Mao Zedong comenzó a idear sus teorías militares para lograr el poder.

El enfrentamiento entre las dos fuerzas chinas tuvo que frenarse debido al ataque de Japón a China, quienes se hicieron con toda la línea costera del país. Por su parte, los nacionalistas no quisieron entrar en batalla y los comunistas, debido a su debilidad militar, no podían hacer frente de ninguna manera. En 1937 Japón invadió el resto de China, masacrando sobre la sociedad china.

Al final, gracias a la derrota japonesa frente a los Estados Unidos durante la II Guerra Mundial China se vio liberada de nuevo. Sin embargo la tranquilidad en China no tuvo lugar, comunistas y nacionalistas volvieron a enfrentarse, siendo vencedores finalmente los combatientes de Mao Zedong, quienes obligaron a Chiang Kaishek y a los suyos a marcharse a Taiwán.

Tras esta victoria, Mao tuvo vía libre para promulgar en Beijing la República Popular China el 1 de octubre de 1949. Algunas de las primeras medidas tomadas por el líder fueron: la distribución de la tierra entre los campesinos, la creación industrial y el control de los recursos estatales. En un principio también se dio mayor libertad a los medios de comunicación, pero estos al criticar la corrupción y el aislamiento del país sufrieron ataques represivos por parte del poder.

En esta época el avance chino se encontraba en entredicho. El interés de Mao y del partido por alcanzar un alto nivel industrial les llevó a descuidar la agricultura, lo que tuvo graves consecuencias como la

muerte de millones de personas en el denominado Gran Salto Adelante. Tras este fracaso se promovieron otro tipo de programas políticos más acordes con la realidad pese a la pérdida del apoyo de la URSS en 1960.

La decadencia del protagonismo de Mao Zedong provocó que este intentara volver a la esencia comunista con la denominada Revolución Cultural (1966). La muerte, el caos, los chivatazos y las traiciones provocaron que gran cantidad de personas acabaran en la cárcel o en campos de reeducación. Incluso personas destacadas como Deng Xiaoping, profesores o médicos de prestigio sufrieron las consecuencias. Todo acabó en 1976 con la muerte de Mao Zedong.

A partir de ahí las medidas represivas se suavizaron con la llegada de Deng Xiaoping al poder en 1977, quien, a su vez, promovió durante la Tercera Sesión del XI Comité Central del Partido Comunista Chino un plan económico y político que debería llevar a China a lo más alto paso a paso. Lo primero y principal para Deng era comenzar la reforma desde los campesinos, promover las empresas privadas y el uso particular de la tierra. Tras la reforma agrícola se pasó a la industrial y financiera, logrando un aumento del nivel de vida en el país con fuertes subidas del PIB año a año.

PERFIL POLÍTICO

Forma de Estado: República Popular.

Parlamento: El Parlamento o Asamblea Nacional Popular (ANP) es el máximo órgano de poder. Entre sus funciones figuran el aprobar las leyes y tratados y nombrar al Ejecutivo. Cuenta con unos 3.000 miembros que representan a las 23 provincias, 5 regiones autónomas y 4 municipios autónomos.

Jefe del Estado: El Presidente de la República Popular es elegido para un mandato de 5 años y puede ser reelegido por otro consecutivo. Entre sus principales atribuciones están las de promulgar las leyes y los tratados internacionales y designar a los altos cargos del Gobierno conforme a las decisiones tomadas por la Asamblea Popular Nacional y su Comité Permanente.

Primer Ministro: El Primer Ministro, elegido también por un mandato de 5 años, se encuentra al frente del Consejo de Estado, órgano supremo administrativo del país del que dependen los ministerios y las comisiones estatales.

INFORMACIÓN PRÁCTICA

FORMALIDADES DE ENTRADA

Pasaporte vigente, con un periodo de validez de al menos seis meses, y visado expedido por una Embajada o Consulado chino. Para el visado de negocios es necesario presentar una carta o un télex de invitación de una empresa u organismo chino.

ENLACES DESDE ESPAÑA

VÍA AÉREA:

Existe una ruta directa Pekín-Madrid-Pekín, con una duración de menos de 13 horas. Además, múltiples líneas aéreas europeas vuelan diariamente a Pekín, Shanghai o Cantón.

VÍA MARÍTIMA:

Varias líneas marítimas ofrecen servicios regulares directos de transporte de mercancías entre puertos españoles, principalmente Algeciras, Barcelona y Bilbao y chinos. El principal puerto de China es el de Shanghai. Hong Kong es muy utilizado como puerto de trasbordo.

FESTIVIDADES Y HORARIOS

Días festivos:

1 de enero, Año Nuevo Chino lunar (variable, cuatro días entre enero y febrero), 4 abril (Día de los Difuntos), 1 de mayo, 8 de junio, 14 de septiembre, 1 y 2 de octubre (Días Nacionales).

Período anual de vacaciones:

Los periodos de vacaciones varían mucho en función del estado civil del trabajador, de la distancia del lugar de trabajo al de residencia de la familia, etc.; no existe un periodo homogéneo para el conjunto de los trabajadores.

Horario local:

GMT + 8 horas. Siete horas más que en España peninsular y Baleares en invierno y seis horas más en verano.

Horario laboral:

BANCOS:

Lunes a viernes de 8:30 a 17:00 horas, con un intervalo de una hora y media para comer que suele comenzar a las 11:30 ó las 12:00 horas. Sábados de 8:00 horas a 13:00 horas, dependiendo de la sucursal.

COMERCIOS:

Muy variable, con frecuencia, todos los días de la semana desde 9:00 a 21:00 horas.

ADMINISTRACIÓN PÚBLICA:

Lunes a viernes de 8:30 a 17:00 horas, con un intervalo de una hora y media para comer que suele comenzar a las 11:30 ó 12:00 horas.

TABLA DE CAMBIOS PARA VIAJES (24/08/2018) Euro-Renminbi

EUR	CNY	EUR	CNY
1	7,94	30	238,20
2	15,88	35	277,90
3	23,82	40	317,60
4	31,76	45	357,30
5	39,70	50	397,00
10	79,40	100	793,99
15	119,10	250	1.984,99
20	158,80	500	3.969,97
25	198,50	1000	7.939,94

CNY	EUR	CNY	EUR
1	0,13	30	3,78
2	0,25	35	4,40
3	0,38	40	5,03
4	0,50	45	5,66
5	0,63	50	6,29
10	1,26	100	12,59
15	1,89	250	31,46
20	2,52	500	62,92
25	3,15	1000	125,85

CLIMA

Existe una variedad de climas, desde continental extremo a subtropical, pasando por el desértico. Los meses más lluviosos son julio y agosto, época en que los monzones recorren de sur a norte la parte oriental de China.

PRECAUCIONES SANITARIAS

El agua corriente no es potable en ninguna ciudad china y, aunque se puede beber el agua hervida, se recomienda comprar agua mineral. En los hoteles se proporciona un termo para cada habitación. Dependiendo de la zona que se visite, es recomendable obtener información previa sobre las precauciones a tomar.

WEBS DE INTERÉS

CÁMARA OFICIAL DE COMERCIO DE ESPAÑA EN CHINA

<http://www.spanishchamber-ch.com/>

Página que ofrece a las empresas españolas y chinas servicios de promoción comercial, de información, asesoramiento, apoyo logístico y administrativo. Se puede obtener información sobre los distintos mercados en China y España, seminarios y oportunidades comerciales, entre otras muchas materias.

CÁMARA DE COMERCIO DE CHINA

<http://www.cccme.cn>

Información sectorial de China. Información para la exportación e importación de productos de electrónica y maquinaria de China. Ofrece información adicional sobre ferias y otros eventos, estadísticas, oportunidades de negocio... En inglés y chino.

MINISTERIO DE ASUNTOS EXTERIORES DE CHINA

<http://www.fmprc.gov.cn/eng>

Contiene datos sobre la historia, estructura de organización, misiones del gobierno en el exterior, política exterior, regiones, así como misiones de países extranjeros en China. También podemos leer los datos más relevantes de los tratados del país, noticias, conferencias de prensa, entrevistas, información consular, enlaces, etc. En inglés.

INFORMACIÓN GENERAL DE CHINA

<http://www.chinatoday.com/>

Información general sobre el país, provincias, arte y cultura, enlaces con las misiones diplomáticas en China, datos financieros básicos, comercio exterior, legislación, consultoras y diversa información sobre el país.

DIRECCIONES DE ORGANISMOS

EN ESPAÑA

EMBAJADA DE LA REPÚBLICA POPULAR DE CHINA EN ESPAÑA

Arturo Soria, 111-113

28043 Madrid

tel.: +34 91 519 42 42

fax: +34 91 519 20 35

c.e.: chinaemb_es@mfa.gov.cn

SECRETARÍA DE ESTADO DE COMERCIO. MINISTERIO DE INDUSTRIA,
TURISMO Y COMERCIO

Paseo de la Castellana, 162
28046 Madrid
tel.: 91 349 4000/902 446 006
fax: 91 457 8066
www.comercio.es

ICEX EXPORTACIÓN E INVERSIONES

Paseo de la Castellana, 14-16
28046 Madrid
tel.: 91 349 6100/900 349 000
fax: 91 431 6128
<http://www.icex.es/>

EN CHINA

EMBAJADA DE ESPAÑA EN PEKÍN

Cancillería
Chaoyang Qu.Sanlitun Lu, 9
100600 Pekín (Beijing)
tel.: 8610 6532 3629
fax/es: 8610 6532 3401
c.e.: emb.pekin@maec.es

OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL DE ESPAÑA EN PEKÍN

Spain Bldg. 5th-6th Floor
A1-B Gongtinanlu, Chaoyang District, Beijing 100020
tel.: (+86 10) 5879 9733
fax: (+86 10) 5879 9734
c.e.: pekin@comercio.mineco.es
www.china.oficinascomerciales.es

OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL DE ESPAÑA EN SHANGHAI

Anfu Rd, 198-208 200031
200031
Shanghai
tel.: 00862162172620
fax: 00862162677750
c.e.: shanghai@comercio.mineco.es

Datos de la Representación española:

Embajador: D. Alberto Carnero Fernández.

FUENTES DOCUMENTALES

ESTADÍSTICAS Y DATOS DE NEGOCIOS

- Instituto de Comercio Exterior, <http://www.icex.es>
- Ministerio de Asuntos Exteriores, www.mae.es - Monografías OID

HISTORIA

- Historia de China, <http://china.globalasia.com/cultura-china/historia-de-china/>

POLÍTICA

- Instituto de Comercio Exterior, <http://www.icex.es>

MAPAS Y DATOS SOCIO CULTURALES

- Mapa de China, <http://www.zonu.com/detail/2011-07-22-14112/Mapa-de-China.html>
- Instituto de Comercio Exterior, <http://www.icex.es>
- Ministerio de Asuntos Exteriores, www.mae.es - Monografías OID
- Cómo negociar con éxito en 50 países, Olegario Llamazares García-Lomas

OTROS DATOS

- Tabla de Cambio para Viajes © 1996 - 2016 OANDA Corporation. Todos los derechos reservados
- Hora exacta en el mundo, <http://www.horlogeparlante.com/spanish/>
- Riesgo país, www.coface.fr