

“ARTÍCULOS DE LUJO DEL PERÚ ATRAEN A MILLONARIOS CHINOS”

Lana de alpaca y joyería tendrían alta demanda, según presidente de la Cámara de Comercio Peruano China (Capechi), José Tam.

POR TAKESHI CHACÓN P.
TCHACON@CAMARALIMA.ORG.PE



¿A cuánto ascenderá el intercambio comercial entre China y Perú en el 2019?

Este año se cumplen nueve años de vigencia del Tratado de Libre Comercio (TLC) entre el Perú y China. En ese sentido, en lo que respecta a cifras, recordemos que entre el 2010 y 2018, las exportaciones peruanas a dicho mercado registraron un crecimiento acumulado del 143% y un crecimiento promedio anual del 11,8%; y en el caso de las importaciones, registraron un crecimiento acumulado del 96%.

Ahora, para el 2019, se proyecta un intercambio comercial de US\$ 25.000 millones, que, de confirmarse, representaría un avance de 7,3% en relación a los US\$ 23.300 millones alcanzados en el 2018.

Cabe indicar que este TLC no solo ha traído beneficios en el ámbito comercial, sino también ha permitido promover las inversiones chinas en el Perú. De acuerdo con cifras de ProInversión, el saldo de la inversión extranjera directa china como aporte al capital ascendió a US\$ 215,7 millones hasta junio de este año. De este monto, el 73% corresponde al sector minero.

De esta manera, las cifras demuestran que el acuerdo entre nuestro país y China ha sido muy beneficioso y continúa siéndolo tras nueve años.

¿Qué sectores en el Perú atraen la atención de los empresarios chinos?

Las compañías están muy expectantes del desarrollo de infraestructura y ahí el trabajo pendiente no es tanto de las empresas chinas, el trabajo pendiente es del Estado peruano porque no hemos sacado a concurso varios proyectos que están en el partidor, como, por ejemplo, la reconstrucción en el norte que implica la contratación de servicios de infraestructura.

Sobre este tema, el Perú tiene una brecha (de infraestructura) por atender, tanto en puertos, aeropuertos y trenes. En este último caso, a los chinos les llama la atención el déficit

de trenes y hay varios proyectos que se han presentado como el tren de cercanía donde están expectantes que los proyectos salgan para poder presentarse y poder concursar. Recordemos que China tiene un *know how* sobre ese tema.

En el caso del sector minero, creo que ya hay sido trabajado por grandes empresas chinas como Chinalco, Shoungan, MMG, y tenemos presencia de empresas medianas. Luego, también hay interés en telecomunicaciones, agroindustria, pesca y turismo. En este último sector, debemos tener presente que cada año 100 millones de chinos viajan a otros países y el gran desconocido para el turista chino es Latinoamérica y el Perú tiene una oportunidad relevante.

EL INTERCAMBIO COMERCIAL ENTRE PERÚ Y CHINA SERÍA DE US\$ 25.000 MILLONES ESTE AÑO

¿Qué productos tendrían espacio en China?

Los productos agrícolas, porque el consumidor chino demanda alimentos saludables y el Perú ya se va haciendo una cuna en el rubro de *Super Food*. Sin embargo, hay una tarea pendiente con los protocolos fitosanitarios porque se tramitan uno por uno. Ahora está en trámite la granada.

Otro sector importante es el de artículos de lujo. En China, cada mes surgen nuevos millonarios quienes buscan nuevas experiencias y valoran las culturas ancestrales. Así, productos como de lana de alpaca tienen en China un lugar para el desarrollo. Lo mismo ocurre con la joyería peruana (productos de plata) y artesanía.

Todo lo que sea exótico, fino, de una manufactura de alta calidad, con un valor de creatividad tienen impacto en este grupo de compradores.

¿Cuánto podría cotizarse los productos de lujo en el mercado chino?

No tengo una cifra precisa, pero sé que si uno vende bien el producto en términos de historia y de calidad, el consumidor no tendrá problemas en pagar el monto que corresponda. Es decir, no se entra a una guerra de precios, porque se trata de millonarios que pagan bien por productos que consideran de alta calidad. En ese mismo escenario se podría incluir a la gastronomía peruana. Creo que está en manos de las autoridades su promoción y, sobre todo, de los emprendedores pensar en poner un pie en China.

¿Cuál es la agenda de Capechi en el 2020?

El 2020 será un año de preparación para las celebraciones por el Bicentenario del Perú, por los 50 años de la relación diplomática entre China y el Perú y por un aniversario más de la fundación del Partido Comunista de la República Popular China.

Además, somos representantes de las ferias de Cantón y de Yiwu, y la organización de los grupos de comerciantes peruanos para viajar a estar ferias nos generan un gran flujo de trabajo.

De igual manera, seguiremos organizando las misiones comerciales peruanas a China y recibiendo delegaciones de empresarios.

Otra actividad que seguiremos desarrollando el año que viene será la articulación entre las autoridades peruanas y chinas; así como nuestros ya tradicionales almuerzos de confraternidad que se han convertido en un punto de encuentro entre empresarios chinos y peruanos.

Asimismo, una labor que caracteriza a Capechi es la capacitación permanente a nuestros socios y al público en general. Las temáticas son diversas, como por ejemplo saber cómo negociar con China; sobre protocolo cultural, legal y económico; o sobre el entorno de los negocios que quieren hacer; por citar algunos de ellos.