



Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología

Facultad de Ciencias Empresariales

Programa de Licenciatura en Negocios Internacionales

Artículo científico

“Desarrollo comercial China-Chile: frutos actuales y enseñanzas para Costa Rica”

Armando José Rojas Gómez

San José, Costa Rica

Agosto, 2009

Agradecimiento

A Dios, por su infinita misericordia, gracia y favor para mi vida, por mostrarme -aún en los más pequeños detalles- lo mucho que nos ama y cuida a pesar de nuestras fallas; a todos y cada uno de los profesores que me acompañaron a lo largo de esta carrera y a mi familia por su apoyo en momentos buenos y difíciles, haciéndome saber que un último esfuerzo siempre vale la pena, para alcanzar cuanto nos proponemos.

Dedicatoria

A mis Padres, Víctor y Luz, por su constante ejemplo de dedicación, trabajo, esfuerzo y amor para llegar hasta donde he llegado. A mis hermanos -Randall, Ana Victoria y Víctor Ernesto-: su cariño como hermanos y amigos significa mucho en mi vida. Finalmente, a esa mujer especial que Dios traerá a mi vida en algún momento, sea quien sea, esté donde esté, esta meta -a punto de alcanzar- es también dedicada a ti.

Índice

Título:	Página:
Agradecimiento	ii
Dedicatoria	iii
Índice	iv
1. Introducción	vi
2. Justificación	viii
3. Objetivos	x
3.1 Objetivo general	x
3.2 Objetivos específicos	x
5. Metodología de Investigación	xi
5.1 Tipo de investigación	xi
5.2 Enfoque	xi
5.3 Instrumentos de recolección de datos	xii
5.4 Sujetos de información: población y muestra	xiii
5.5 Fuentes de información	xvii
5.6 Alcance	xviii
5.7 Limitaciones	xviii
Artículo: “Desarrollo comercial China-Chile: frutos actuales y enseñanzas para Costa Rica”	1
Resumen	1
Palabras clave	2
Abstract	2
Keywords	3
Aproximándonos al dragón	4
Una historia reciente	5
Un breve vistazo a la economía china	10
Tendencias de consumo de los chinos	12
¿Qué importa China del exterior?	14
Análisis de participación de Latinoamérica en mercado chino	15
Chile, un ejemplo por seguir	15
Organización territorial	15
Sociedad	16
Economía de Chile	16
Estrategia chilena con China	17
Proceso negociador TLC Chile – China	18
Los principales contenidos del TLC	19
Acceso a mercados	19
Reglas de origen	20
Defensa comercial	20
Medidas sanitarias y fitosanitarias	20
Barreras técnicas al comercio	20
Solución de controversias	21
Cooperación	21
Balanza comercial	21
Respecto a exportaciones	21

Mercado de importaciones	22
Administración e implementación del TLC	23
Impactos del TLC con China	24
Impacto TLC sobre PIB y empleo	24
Oportunidades futuras	25
Situación favorable a futuro	26
Algunos desafíos	26
Costa Rica – China, lo mejor está por venir	28
Situación comercial actual	29
Industrias competitivas Costa Rica	29
Industrias competitivas China	30
Algunas enseñanzas importantes	30
¿Hacia dónde vamos? Conclusiones	33
Recomendaciones para adecuada implementación de TLC	36
Recomendación final	39
Bibliografía	40
Anexo 1: Encuesta	42
Anexo 2: Entrevista	46
Anexo 3: Gráficos encuesta	48
Anexo 4: Directorio comercial de empresas chilenas que conformaron muestra	53

1. Introducción

Desde el principio de la historia, el ser humano ha buscado diferentes formas de intercambio a nivel comercial, comenzando con métodos tan antiguos como el trueque hasta llegar, actualmente, al establecimiento de relaciones comerciales sólidas entre países e, incluso, regiones. Esto da paso a procesos más elaborados de negociación, con una base consistente y efectos establecidos en principios de mutua cooperación y ganancia para cada una de las partes del proceso.

La globalización ha venido a unificar fronteras y a eliminar barreras que imposibiliten el movimiento de bienes y servicios de un territorio a otro.

Latinoamérica es una región clave para el intercambio de comercio internacional. Su posición estratégica, clima favorable y variedad de productos abren las puertas a intereses de la comunidad internacional para un mayor tráfico de mercancías mediante cualquiera de las modalidades de transporte conocidas: aérea, terrestre, marítima.

Dentro del constante cambio al que se enfrenta el mundo día con día, han surgido nuevas potencias en la comunidad global, las cuales se posicionan en el mercado con estrategias sorprendentes. Uno de estos países es China, un territorio con 1300 millones de habitantes, población demandante de más y mejores productos dentro y fuera de sus límites territoriales.

Después de su ingreso a la OMC en el año 2001 (WTO, 2001), China abre sus puertas al mundo occidental cambiando su mentalidad política, económica y de trabajo y, también, promoviendo una mayor demanda por medios que pudiesen facilitar -en determinado momento- su inserción en grupos económicos privilegiados y en la comunidad internacional como tal.

Uno de los primeros países hispano-parlantes con los que China comienza un proceso comercial interesante es Chile, el cual -hoy por hoy- es modelo económico y de prosperidad para el resto de territorios en Latinoamérica, con quien ya se firmó un Tratado de Libre Comercio en el año 2005 (PROCHILE, 2005). El acuerdo fue suscrito por la República de Chile y la República Popular China.

Teniendo como precedente lo anterior y las intenciones de un mayor acercamiento con el continente asiático, en el año 2007, Costa Rica establece relaciones diplomáticas y comerciales con la República Popular China nuevamente (La Nación, 6 de junio de 2007), dando paso a un interesante proceso para la región centroamericana. Se convierte en el único país del istmo que, actualmente, mantiene contacto con este territorio.

Motivados por las intenciones mutuas de cooperación internacional en varios temas para ambas naciones, en enero del 2009 (Al Día, 19 de enero de 2009), se inicia el proceso de negociación antecedido por la intención de un Acuerdo Comercial de Libre Comercio que abriría las puertas del mundo para nuestro país.

Por el momento, el proceso se encuentra en una verificación del estudio de factibilidad -ya realizado entre ambas partes- para proceder con la siguiente fase. Sin embargo, hasta ahora, no se pueden cuantificar los beneficios o medidas preventivas que debe tomar cada uno de los interesados a mediano y largo plazo para formalizar lo ya iniciado, basándose en una relación sólida, de mutua confianza y bajo igualdad de condiciones.

1. Justificación

El presente artículo pretende sentar las bases de los posibles frutos y enseñanzas, que podrían considerar las autoridades comerciales del gobierno de la República de Costa Rica, para formalizarse y ponerse en marcha las intenciones de libre intercambio comercial entre nuestro país y la República Popular China.

Está destinado, además, a facilitar el estudio -a mayor profundidad- de acuerdos comerciales internacionales mediante comparativos sólidos guiados por experiencias de países con igualdad de condiciones a nivel internacional.

A nivel comercial, principalmente, China representa un importante socio para Costa Rica. Actualmente, se promueven los beneficios al respecto; sin embargo, a la fecha no se han plasmado en un documento escrito -que sirva como precedente a otras personas u organismos- para cuantificar, realmente, los efectos que una alianza estratégica podrían traer para este país, el cual ha decidido marcar la diferencia en la región centroamericana, abriendo paso a posibles beneficios para los territorios vecinos a mediano o largo plazo, dependiendo de las decisiones tomadas por estos a través de nuestra experiencia.

Algunos sectores de la comunidad internacional ven riesgosa la decisión costarricense de formalizar acuerdos comerciales con el ahora hermano país asiático; no obstante, resulta de mayor ganancia que pérdida. Es un riesgo que estamos corriendo para abrirnos camino en nuestro avance hacia el tan esperado desarrollo.

El tema en estudio presenta variabilidad de escenarios y puntos de vista. A pesar de ello, en este artículo se mencionará aspectos generales de relevancia mutua, tomando en consideración el proceso seguido por Chile hasta alcanzar una época de plenitud comercial en la cual no se registran desacuerdos hasta la fecha.

El camino por recorrer apenas empieza para Costa Rica, pero experiencias como las de Chile harán de esta transición un proceso ejemplar para muchos otros territorios que, por miedo al cambio, no se han sabido abrir -verdaderamente- ante los beneficios ofrecidos por un mundo globalizado a quienes estén dispuestos a formalizar un objetivo y luchar porque se convierta en realidad.

2. Objetivos:

2.1 General:

Analizar los frutos actuales de la relación comercial China-Chile y las enseñanzas concernientes a Costa Rica en su camino para implementar un TLC con dicho país.

2.2 Específicos:

- a) Descubrir los frutos que actualmente goza Chile gracias al TLC con China.
- b) Describir las pautas que ha considerado Chile para llevar a cabo el tratado en mención.
- c) Identificar las posibles enseñanzas que puede considerar Costa Rica a partir de dicho tratado.
- d) Sugerir estrategias que puede tomar en cuenta Costa Rica para la posible implementación de un TLC con China.

3. Metodología de investigación

3.1 Tipo de investigación

Los estudios exploratorios tienen por objetivo examinar un tema o problema poco investigado, del cual se poseen muchas dudas o no se ha abordado antes (Hernández, Fernández y Baptista, 2003). Este trabajo es de tipo exploratorio, pues pretende fundar precedentes para el estudio de un tema del que no se ha dado mayor consideración a nivel de comercio internacional y los posibles efectos, que un proceso de esta índole, podría traer como consecuencia o enseñanza para nuestro país.

Su principal propósito consiste en analizar los frutos de la actual relación China – Chile y las posibles enseñanzas que cada uno de los avances puede brindar a nuestra nación en cuanto este acuerdo encierra en sí mismo.

El M.B.A. Carlos E. Méndez amplía con respecto a la investigación exploratoria:

Los estudios de tipo exploratorio o formulativo tienen como objetivo la “formulación de un problema para posibilitar una investigación más precisa o el desarrollo de una hipótesis”. “Pero tiene otras funciones como la de aumentar la familiaridad del investigador con el fenómeno que va a investigar, aclarar conceptos, establecer preferencias para posteriores investigaciones”.

3.2 Enfoque

Grinnell (1997) comenta que el uso de la teoría debe ser consistente con el enfoque elegido para la investigación.

Hernández, Fernández y Baptista (2003) definen el enfoque cuantitativo como el que usa la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico a fin de establecer patrones de comportamiento.

Asimismo, puntualiza el enfoque cualitativo como el empleado mediante el acopio de datos sin medición numérica, para descubrir o afinar preguntas de investigación y puede o no probar hipótesis en su proceso de avance.

Este estudio utilizará instrumentos de recolección de datos tanto cuantitativos, para el establecimiento de estadística referencial, como cualitativos con el propósito de conocer perspectivas específicas provenientes de expertos en materia comercial.

Los autores se refieren a esto como tercer modelo o enfoque mixto, es decir, “el mayor nivel de integración entre los enfoques cualitativo y cuantitativo, donde ambos se combinan durante todo el proceso de investigación” (p.22). Este busca un equilibrio de la información tanto numérica como teórica, complementándose una con la otra y dando una mayor solidez a la información que se presentará como antecedente para futuras investigaciones.

Es importante recalcar que, debido a la naturaleza inductiva que suele acompañar a los estudios de tipo exploratorio, en este trabajo no se ha establecido una hipótesis previamente; más bien, lleva un rumbo bajo el cual, obteniendo suficiente información y resultados objetivos, se pueda llegar a un análisis más profundo permitiendo -por consiguiente- el planteamiento de una hipótesis.

3.3 Instrumentos de recolección de datos

Se dice que un instrumento de medición es un recurso utilizado por el investigador para registrar información o datos sobre las variables que tiene en mente. Por su parte, la medición se define como un proceso que unifica conceptos abstractos con indicadores empíricos (Hernández, Fernández y Baptista, 2003).

Cada uno de los instrumentos de recolección de datos debe cumplir con los requisitos de validez y confiabilidad. Kinnear y Taylor (1998) explican:

La confiabilidad se ocupa de la consistencia, exactitud y facilidad de predicción de los hallazgos de investigación. La validez se relaciona con la pregunta: ¿Estamos midiendo lo que creemos que estamos midiendo? La validez es un asunto más amplio y más difícil que la confiabilidad (p.234).

Como instrumento de recolección de datos de tipo cuantitativo, se utilizó el cuestionario compuesto por preguntas abiertas y cerradas, aplicado a una muestra seleccionada de exportadores chilenos activos y miembros de la Asociación respectiva. Por otro lado, para el enfoque cualitativo se realizaron dos entrevistas personales: la primera a la sub-directora de la Promotora de Comercio Exterior de Chile para Centroamérica y el Caribe con oficinas en la Embajada de Chile en Costa Rica, por considerarse a este país como el modelo por seguir para efectos de un TLC con China y en lo referente a sus frutos y enseñanzas para nuestro mercado actual y futuro. La segunda entrevista se aplicó a un analista económico de la Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER).

3.4 Sujetos de información: población y muestra

La población es un conjunto de unidades de estudio o elementos tales como personas, animales, empresas, organizaciones, objetos, entre otros. Con el estudio se pretende conocer las características del conjunto y generalizar a todo él los resultados o conclusiones obtenidos (Gómez, 2003).

Para este trabajo, la población está conformada por todos los comerciantes chilenos con negocios activos con la República Popular China y cuyos intercambios están debidamente registrados dentro de la Promotora de Comercio Exterior del Gobierno de Chile (PROCHILE).

A partir de la población descrita y considerando el volumen de beneficiarios del tratado a nivel comercial, se seleccionó una muestra por conveniencia, la cual -de acuerdo con Gómez (2003)- es la determinada al escoger las unidades o elementos disponibles o más fáciles de conseguir.

Se han seleccionado, diez reconocidas empresas chilenas, cuyos miembros han comentado –previamente- el aumento considerable de sus negocios con Chile después de la aplicación del TLC entre este país y el gigante asiático. Las empresas seleccionadas corresponden a un grupo poseedor de una amplia experiencia en intercambio comercial con varios mercados del mundo, entre ellos el costarricense, quienes también han visto en China un destino clave para los productos que comercializan. Su flexibilidad e interés para compartir información fue, también, un factor determinante al considerar su de participación.

Cada uno de los contactos de estas empresas ha seguido, de manera cercana, el comportamiento de la relación comercial con el país asiático y las relaciones con sus clientes, estableciendo lazos de mutua confianza y facilitando constante retroalimentación a sus directivos para fortalecer, aun más, lo ya iniciado.

Adicionalmente, se realizará una entrevista a expertos en materia comercial desde la perspectiva chilena y la costarricense, se tomará en cuenta las diferentes perspectivas de negociación aplicadas, los resultados a los avances, la situación actual y el futuro prometedor que un intercambio comercial con China ha traído o podría traer para ambas naciones en el futuro cercano. Se podría pensar también en la triangulación de negocios y formular una posible plataforma de cooperación entre las naciones participantes para una mejor optimización de beneficios.

3.5 Fuentes de información

- a. Primaria: Es aquella información que el investigador obtiene directamente (Kinneer y Taylor, 1998). En este caso, la proporcionan los comerciantes encuestados y el experto contactado en materia comercial del Gobierno de Chile.

- b. Secundarias: Según Kinneer y Taylor (1998), se trata de aquella información que el investigador obtuvo indirectamente o lo que se conoce como una fuente adquirida. Además, los autores brindan los siguientes criterios para evaluar la exactitud de los datos secundarios: fuente, propósito de la publicación, evidencia relacionada con la calidad. Para el estudio desarrollado mediante este documento, la información secundaria estará conformada por bibliografía relacionada con el acuerdo comercial entre las Repúblicas de China y Chile y los Tratados de Libre Comercio a nivel internacional como un todo, proviniendo estos datos de medios de comunicación con respaldo y seriedad, revistas especializadas, material multimedia, internet, documentos oficiales facilitados por las Embajadas, entre otros.

3.6 Alcance

Basado en la experiencia transmitida por los autores Hernández, Fernández y Baptista (2003), en este apartado se incluyen los problemas enfrentados y la forma cómo se resolvieron. El presente documento pretende hacer de conocimiento general la experiencia de un país líder en Latinoamérica después de cuatro años de implementación de un Tratado de Libre Comercio con la República Popular China, sus frutos para la economía y el comercio, sin dejar de lado cualquier experiencia que pueda servir como fundamento para Costa Rica ante la pronta formalización de un acuerdo comercial derivado de la iniciativa de las autoridades gubernamentales por un acercamiento con Asia en el marco del comercio y los negocios internacionales.

3.7 Limitaciones

Entre las limitaciones que enfrenta el presente estudio, se encuentran la restricción de tiempo -15 semanas- con respecto a la amplitud y variabilidad del tema, los recursos con los que se contó para la investigación, disponibilidad de los encuestados y entrevistados, diferencia horaria con países sujetos de estudio, compromisos laborales con diferentes socios comerciales en el exterior, entre otros.

“Desarrollo Comercial China-Chile: Frutos Actuales y Enseñanzas para Costa Rica”

¹Autor: Armando José Rojas Gómez



Resumen

El fenómeno de la globalización ha facilitado la aparición de nuevas potencias mundiales a corto plazo. La República Popular China se ha convertido en un vivo ejemplo de este proceso, esta nación se perfila a ubicar el lugar privilegiado en la economía mundial a mediano o largo plazo, relegando, incluso, a los Estados Unidos.

El éxito que China ha tenido en tan poco tiempo no solo se fundamenta en su rápida apertura al mundo occidental, sino también a la pronta puesta en práctica de políticas y planes de acción que les permitieron abarcar varios puntos y

mercados en el menor tiempo posible, con presupuestos bien organizados y estrategias de cooperación mutua para aquellos facilitadores de la iniciativa a nivel mundial.

Latinoamérica comienza a ubicar sus ojos en China y su crecimiento acelerado, a partir de la integración del país asiático en la OMC, garantizando así la uniformidad en leyes y pensamientos para alianzas estratégicas que permitieran -a corto plazo- posicionar productos y presencia al otro lado del Océano Pacífico con optimización de beneficios y al menor costo posible.

Chile pasa a formar parte de los beneficiarios directos de la iniciativa comercial de China al firmar, en el 2005, un acuerdo mediante el cual se han obtenido muy buenos resultados.

Tomando como ejemplo esta relación, Costa Rica decide apartarse de Taiwán y formalizar relaciones diplomáticas y comerciales con el nuevo oasis asiático con el propósito de seguir adelante en sus planes de convertirse en nación líder de la región. Por el momento, se ha convertido en el único con la valentía de romper paradigmas y tratar nuevas experiencias a nivel internacional para

¹ Autor: Armando José Rojas Gómez
Bachiller en Comercio Exterior
Candidato a la Licenciatura en Negocios
Internacionales, ULACIT. Correo electrónico:
armandocrtx@yahoo.es

alcanzar nuevos territorios y variar la población de consumo de sus ya famosos productos.

Mediante encuestas realizadas a diversos y experimentados comerciantes y diplomáticos chilenos, se adquiere una perspectiva general de los puntos positivos que la experiencia de negocios con China ha traído para su economía. Cada una de las partes del proceso es de gran importancia para Costa Rica.

No existe, hasta el momento, alguna diferencia significativa que haya marcado una brecha negativa en el proceso de integración de los países ya activos. Esto augura precedentes interesantes para nuestro país con respecto a lo que puede esperar de un intercambio comercial a mediano plazo: experiencia que se avecina con la formalización de un acuerdo de libre intercambio comercial.

El camino por recorrer todavía es largo; sin embargo, experiencias como las de Chile son las que afianzan el futuro como próspero y lleno de oportunidades para un territorio pequeño como el nuestro, pero con grandes deseos de superación. Esta relación bilateral podría servir de ejemplo para otros pueblos que deseen salir adelante y ofrecer lo mejor para sus

ciudadanos dentro y fuera de sus fronteras.

Palabras Clave:

Comercio Internacional – China – Chile – Tratado – Economía – Beneficios – Negocios.

Abstract:

Globalization movement has opened doors for stronger economies in the short term. People's Republic of China is a live example of this process, being this nation the one to be seemed as the next United States in the global economy.

China's success in the short term is not only based on the fact they opened their doors to the occidental world, it is also thanks to new politics put in place and action plans to reach several strategic points and markets in less time possible, con well organized budgets and mutual cooperation strategies for those facilitators of the worldwide initiative.

Latin America starts to see China from another point of view after their integration to the World Trade Organization, ensuring equal laws and thoughts for strategic partnerships which would lead, in the short term, economics'

better levels and presence at the other side of the Pacific Ocean with more benefits at the lowest costs possible.

Chile becomes China's partner at the time both parties signed a Free Trade Agreement which has already provided very good results. Taking into consideration these aspects, Costa Rica decides to leave Taiwan away and renew diplomatic and commercial relationships with this brand new Asian oasis, with the only one objective to move on regarding its plans to become a leader nation in the Central American region, being even the only one country brave enough to break the old rules and try new experiences at an international level to reach new territories and differentiate the consumer's population of its already worldwide famous products.

By different surveys done to well experienced traders and diplomatic Chilean entities, a new general perspective shows up that the experience of business with China has already brought lots of satisfactions for the economy, taking this as an important motivation for Costa Rica to move on the commercial integration process with China.

There is not, at this time, any significant

difference which has created a negative gap in the integration process of the already active countries. This situation promotes even more motivation to Costa Rica in regards to what to expect from China as a strategic business partner for many years to come after Free Trade's Agreement signature in the near future.

There is still a long way to run on this process; however experiences like the Chilean one have only good things to talk about, ensuring a prosperous future full of opportunities for such a little territory, always looking forward to move on and serve as an example for other countries willing to offer the best to its citizens outside and inside their barriers with no excuses.

Keywords:

International Trade – China – Chile – Agreement – Economy – Benefits – Business.

Aproximándonos al Dragón

La República Popular China posee un territorio de 9.600.000 kilómetros, su capital es Beijing, cuenta con una población total de 1.307,56 millones de habitantes: 51.5% está conformada por hombres y el 48.5% restante corresponde a las mujeres. La densidad población por kilometro cuadrado es de 134 habitantes.

Como datos adicionales, entre las principales ciudades están Shanghai, Guangzhou y Hong Kong. Su idioma principal es el Mandarín y la moneda, el RMB o Yuan. Cuenta con un índice de alfabetización de 91,67%.

Figura 1.



Fuente: www.wikipedia.com 2009

Para el año 2007, este país asiático cerró con un 23.5% como tasa de crecimiento económico anual, representando una de las economías más prósperas del mundo. Las transacciones comerciales

llegaron a alcanzar, entonces, un total de 2173.8 millones de dólares, considerando el total de importaciones y exportaciones.

Respecto a la división geográfica, el país está compuesto por 23 provincias, 5 regiones autónomas y 2 regiones administrativas especiales: Hong Kong y Macao (PROCOMER, 2009).

La política de control de natalidad limita a las familias urbanas a un solo niño y las rurales a dos cuando el primero es niña. Debido a que los niños son considerados económicamente más útiles en las áreas rurales, existe un alto índice de abortos femeninos en busca de asegurar que el segundo niño sea varón.

Lastimosamente, no todo en el país es llamativo y próspero. Se le acusa de incumplir los derechos humanos de un modo intensivo, de ejecutar miles de personas al año, tanto por motivos políticos como por delitos comunes.

La libertad de expresión está sujeta a un férreo control, que afecta tanto a los medios de comunicación tradicionales como a la internet.

La cultura china se caracteriza por ser sumamente tradicionalista y reservada, gran parte de los negocios se continúan realizando sobre la base de la relación y

la confianza personal, la cual toma tiempo en ganar y -mucho más aún- mantener (Conurushang, 2009).

Una historia reciente

Durante la época de la transición entre la dinastía Qing y la República Popular, se fundó la República de China bajo la presidencia del general Yuan Shikai. Con su muerte en 1916, China quedó dividida entre diversos líderes militares regionales, conocidos como los Señores de la Guerra, los cuales disputaban el control entre las diferentes provincias chinas.

Durante los años veinte, Sun Yat-Sen organiza el Partido Nacionalista Chino (Kuomintang) aliándose con el Partido Comunista Chino (PCC) a fin de reunificar al país, que se encontraba altamente fragmentado por las disputas internas. Sin embargo, en 1927 estos dos aliados se separan y los comunistas son obligados a huir a las montañas del este de China, hecho conocido como la Larga Marcha.

Durante la Larga Marcha, los comunistas se organizan bajo la conducción de un nuevo líder, Mao Zedong. La lucha entre Kuomintang y el PCC se extiende durante años; sin embargo, la invasión japonesa en 1931 hizo que estos dos

partidos formaran una resistencia común. Finalizada la Segunda Guerra Mundial y tras la retirada de Japón, el PCC controlaba la mayor parte del territorio chino obligando a los miembros del Kuomintang a hacer lo mismo. Estos huyen y se refugian en la isla de Formosa (Taiwán), proclamándola como la capital provisional de la República de China, al no aceptar el mandato del PCC.

A partir de estos hechos, se funda la República Popular China, en la cual se instaura un nuevo modelo económico y político tomando como base el desarrollado por la Unión Soviética.

A principios de los años cincuenta, China inició un masivo plan de reestructuración social y económica, el cual permitió bajar la inflación y reconstruir parte del parque industrial destruido durante la guerra, contando con el apoyo político y técnico de la antigua Unión Soviética. Este modelo promulgaba el progreso de las industrias pesadas – por ejemplo, la del acero- como símbolo de desarrollo.

Con el paso de los años, las diferencias ideológicas entre Mao Zedong y los líderes soviéticos se hicieron cada vez mayores; además, los chinos deseaban ser tratados como iguales por los soviéticos y no como una potencia satélite. Estas disputas entre los dos

aliados provocaron su ruptura a finales de los años cincuenta, iniciando China su propio esquema de desarrollo independiente de la influencia soviética, encontrándose en un relativo aislamiento internacional.

Bajo este esquema de desarrollo independiente, China lanza un nuevo programa económico denominado “El Gran Salto Adelante”. Este programa buscaba un rápido incremento en la producción industrial y agrícola, aprovechando de forma intensiva los recursos disponibles.

Los hombres del campo abandonaron sus labores agrícolas para trasladarse a las ciudades y apoyar el crecimiento industrial; por su parte, el crecimiento de la producción agrícola debía basarse en un mejor aprovechamiento de los recursos existentes. La manera de conseguir esto fue la creación del sistema de “comunas populares”, que reemplazaron a las cooperativas.

Uno de los objetivos de creación de las comunas era la incorporación de la mujer al trabajo intensivo en el campo, para sustituir a los hombres que habían sido enviados a trabajar en fábricas y proyectos de infraestructura. Las comunas proporcionaban servicios de guardería para cuidar a los niños, así

como enormes comedores populares que liberaban a las mujeres de las tareas domésticas para poderse dedicar al trabajo de campo.

Las consecuencias de este ambicioso proyecto fueron nefastas. El empeño en aumentar la producción de acero, como símbolo del desarrollo, llevó a exigir que las familias fundieran sus objetos y utensilios del hogar para producir más metal. El acero producido era, en muchos casos, de muy mala calidad e imposible de utilizar con fines industriales. Esto ocurría en ausencia de una política económica que evaluara cuáles eran, realmente, las posibilidades de utilizar o de vender ese acero.

Al desastre económico de la política industrial, se unió el fracaso del proyecto de las comunas para el mundo rural. Su gran tamaño libraba de responsabilidades y eliminaba la motivación de los hombres y mujeres que quedaban en el campo. A las propias áreas de oportunidad del sistema se sumaron los desastres naturales, sequías e inundaciones que afectaron a China durante ese periodo.

Uno de los resultados del programa “El Gran Salto Adelante” fue la hambruna, la cual mató a millones de personas y afectó territorios rurales y urbanos por

parejo, incluyendo las regiones donde se encontraban las tierras más fértiles.

Debido a su falla, se produjo consecuencias políticas como pérdida de poder por parte de Mao Zedong, quien asumió un papel de ideólogo, pero alejado de las labores de gobierno. Liu Shaoqi y Deng Xiaoping se encargaban de las labores gubernamentales y adoptaron una serie de medidas económicas en contra de la visión revolucionaria de Mao.

Con el apoyo del Ejército Popular así como aliados en los medios de comunicación y artísticos, se inicia el regreso al poder absoluto por parte de Mao en medio de la llamada Revolución Cultural, mediante la cual pretendía regresar al capitalismo.

Acabada la inestabilidad política, China inicia -en los años setenta- una serie de acercamientos hacia los países de Occidente -con los cuales no mantenía relaciones diplomáticas- que le permiten obtener un asiento en el Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas, que hasta ese momento había sido ocupado por Taiwán.

El cambio en la política exterior de China es el inicio de una serie de transformaciones en este país, las cuales

toman mayor fuerza tras la muerte de Mao Zedong en el año 1976 y permite el ascenso de una nueva generación de líderes al gobierno chino.

Tras una leve inestabilidad, asume el control político de China Deng Xiaoping e implementa una serie de transformaciones con énfasis en el desarrollo económico más que en los movimientos políticos de mayor volumen.

Los nuevos líderes del país llevaron a cabo las reformas de los sectores agrícola e industrial. Este nuevo sistema condujo a un crecimiento notable de la producción en la década de los años ochenta y aumentó los ingresos de la población rural, principalmente.

En el rubro de la política industrial, el Estado paralizó los grandes proyectos de la industria pesada y alentó el desarrollo de la pequeña industria. Este modelo seguía, en gran medida, las reglas que años antes habían marcado el crecimiento económico de Taiwán, Hong Kong y Corea del Sur.

Las reformas políticas implementadas mejoraron de manera significativa la calidad de vida, especialmente para los trabajadores urbanos y los agricultores, quienes aprovecharon la oportunidad de diversificar cultivos. Sin embargo,

durante esta época también comienzan a nacer algunos problemas como el aumento en la inflación, el éxodo de personas del campo a la ciudad y la prostitución.

Una de las grandes inquietudes de China durante los años ochenta era el crecimiento poblacional, que superaba los 1,000 millones de habitantes. Ante esta situación, el gobierno se mostraba preocupado de no satisfacer las necesidades de los nuevos habitantes, por lo que puso en marcha la ley del hijo único por familia, lo cual frenó el crecimiento de la población y produjo un aumento de la riqueza disponible por habitante.

A pesar del crecimiento económico, existía descontento entre ciertas partes del pueblo chino, pues la inflación y las acciones corruptivas no habían disminuido. Esto, en conjunto con la búsqueda del respeto a las libertades establecidas en la Constitución y las reformas que permitieran una mayor democracia provocaron una serie de manifestaciones en Beijing y luego se extenderían por las principales ciudades.

En 1992, Deng Xiaoping impulsa nuevas reformas y establece como principal objetivo de la política china mejorar la calidad de vida de los habitantes

permitiendo establecer una serie de cambios en el ámbito político - económico que se mantiene hasta la actualidad.

Una de las reformas de mayor trascendencia en este periodo fue permitir que los inversionistas extranjeros pudieran desarrollar sus propias fábricas y operarlas sin intervención estatal, así como vender sus productos dentro de China, dando como resultado el nacimiento de un atractivo flujo de inversiones hacia este país especialmente en el sector manufacturero. En la actualidad, China es el principal receptor de inversión extranjera directa en el mundo: en el año 2005 recibió más de US\$60 mil millones.

Luego de la integración política de los años setenta, los noventa fueron para China, los años de integración a los bloques comerciales; en 1991, se une al Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC). Adicionalmente, en esta **misma década, se da un cambio de poder** a una nueva generación de líderes, bajo la cual China recupera el control de Hong Kong en el año de 1997 y de Macao en 1999.

China fue uno de los 23 signatarios originales del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio

(GATT) en 1948. Después de la revolución china en 1949, el gobierno de Taiwán anunció que China se apartaría del sistema del GATT. Aunque el gobierno en Pekín nunca reconoció esta decisión de retirarse, casi 40 años después, en 1986, China notificó al GATT el deseo de reasumir su membresía como parte contratante de ese organismo (WTO, 2009).

China siempre se ha caracterizado por ser un país sumamente discreto y reservado respecto al resto de territorios del orbe que han mostrado una apertura comercial, político y económica más flexible y con mayor disposición a cambios en el corto y mediano plazo. (Viquez, J. 2009).

Este mismo sentimiento motivó a este país asiático a ampliar su mentalidad un poco, pensando –sobre todo- en las posibilidades de abrir nuevos rumbos en el intercambio de comercio internacional, empezando a comparar su competencia con las de otras economías, a las cuales superaría exageradamente en buena calidad y mano de obra barata.

Después de quince años de negociaciones, el 17 de septiembre del 2001, las partes llegaron a un acuerdo sobre el ingreso de China a la OMC, aprobado días después - el 10 de

noviembre- por consenso en la Conferencia de Ministros. El texto legal define los compromisos de apertura y liberalización, por medio de los cuales China avanza en su integración a la economía mundial y ofrece un ambiente más predecible para el comercio y la inversión extranjera, de conformidad con las reglas de la OMC. Hernández, R. (2001).

Su cambio de mentalidad -ante las perspectivas de la misma OMC- motivó la atención de la comunidad internacional durante el largo proceso, en el cual la inesperada apertura al mundo fue una realidad en todos los aspectos que, supuestamente, pretendían proteger dentro de su misma economía. Esta experimentó un cambio radical ante el nuevo reto por asumir delante de todo el mundo comercial.

Las negociaciones de China para ingresar a la OMC se hicieron en varios frentes: primero, mediante estrategias bilaterales con países grandes como Estados Unidos y los conformantes de la Unión Europea; además, se utilizaron foros multilaterales para crear consenso sobre el avance de las negociaciones y el cumplimiento de las exigencias impuestas por sus contrapartes.

En este aspecto es importante mencionar

la inteligencia de negocio de China, apuntando hacia diferentes direcciones con un mismo objetivo: consolidar sus relaciones a nivel bilateral con socios estratégicos y, al mismo tiempo, estar en disposición de tratar asuntos a manera de bloque. (Viquez, J. 2009).

Con su ingreso a la Organización Mundial del Comercio (OMC), China descende los aranceles de importación y elimina algunas restricciones al comercio internacional.

En el año 2002, llega al poder el actual presidente Hu Jintao, asume nuevos retos promotores de progreso, que hasta hoy se ha concentrado en la zona costera del país y hacia las provincias del interior.

Durante los últimos veinte años, China ha permitido la iniciativa privada individual y el desarrollo de la industria empresarial, dando como resultado una importante reducción de la pobreza y un alto incremento en el ingreso de sus habitantes. Actualmente, es la cuarta economía más grande del planeta con un crecimiento económico promedio anual de 9,5% durante los últimos 26 años.

Uno de sus logros más recientes a nivel mundial consistió en ser escogido como sede para los juegos olímpicos del 2008,

con ciudad sede en Beijing. De esta forma, nuevamente, los ojos del mundo se dirigirán hacia el gigante asiático, quien podrá demostrar a la comunidad internacional lo mucho que tiene para ofrecer con respecto a tecnología, infraestructura, riqueza y capital humano. (Arce, R., 2007).

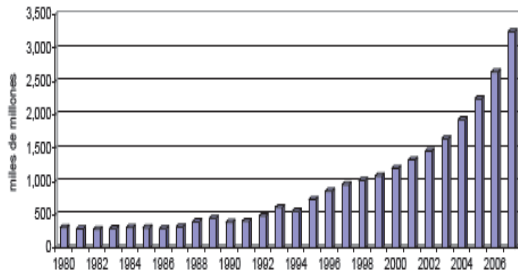
Un breve vistazo a la economía china

La economía china es, hoy en día, una de las más importantes a nivel mundial, destacándose por su amplitud como la cuarta más grande, (detrás de Estados Unidos, Japón y Alemania) y como una de las más dinámicas. (Viquez, J. 2009).

Desde el año 1980, la producción ha crecido aceleradamente, con una tasa promedio superior al 9% anual en términos reales y que, según datos del Fondo Monetario Internacional (FMI, 2008), le permitió a China alcanzar un PIB per cápita de US\$2,450 en el año 2007, cifra ocho veces mayor a la del año 1980. (Ver Gráfico 1).

Gráfico 1.

**China: Producto Interno Bruto en US \$
corrientes (miles de millones)**

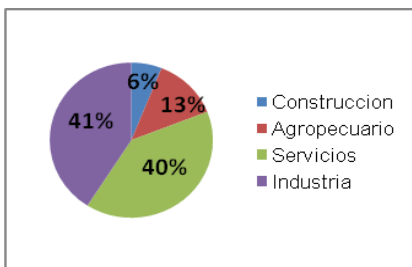


Fuente: www.procomer.com 2009

La economía china basa su producción en el sector industrial. Este representó el 41% de la producción total en el año 2005; en segundo lugar, se ubicaron los servicios con 40% y la agricultura representó cerca del 13%. (Ver Gráfico 2).

Gráfico 2.

Distribución del PIB. 2005



Fuente: www.procomer.com 2009

Con respecto a la industria china, ha avanzado en nivel de complejidad durante los últimos años. En la actualidad, este sector es sumamente

variado e incluye industrias ligeras - vestido y calzado- y pesadas -acero, barcos-, y cada vez se incorporan más industrias de alta tecnología. Una de las características de la industria china es su alta vinculación con el exterior, puesto que con mayor frecuencia las empresas extranjeras instalan sus plantas o subcontratan sus productos en este país, circunstancia que ha sido uno de los ejes fundamentales de su crecimiento económico.

Por su parte, la agricultura continúa siendo un sector importante en la economía china, sobre todo en el interior del país. El principal mercado de los productos agropecuarios chinos es el interno y el desarrollo agrícola alcanzado ha permitido que la mayor parte del consumo sea cubierto mediante la producción local.

Uno de los efectos más visibles del acelerado crecimiento económico ha sido la reducción de la pobreza. Así, las estimaciones más recientes del Banco Mundial ubican la pobreza china en un rango entre el 13% y el 17% (PROCOMER, 2008).

Lo anterior ha fomentado que la población ubicada en la clase media se haya incrementado durante los últimos años y se espera que siga creciendo.

A pesar del acelerado crecimiento económico que ha resultado en el incremento del PIB per cápita de China, actualmente, el país enfrenta retos significativos. Uno de estos es la creciente brecha en la distribución del ingreso; esta disparidad abre una gran distancia entre ricos y pobres, entre la zona rural y la urbana.

Las expectativas en cuanto a la economía china continúan siendo favorables. Para el futuro, se espera mantener elevadas tasas de crecimiento económico, lo cual favorecería el ingreso de sus habitantes y su capacidad de consumo. Adicionalmente, las amplias reservas monetarias internacionales con las que cuenta este país lo convierten en un potencial emisor de inversiones al exterior.

Tendencias de consumo de los chinos

Según Arianna Tristán, analista económico de PROCOMER (2009), a raíz del acelerado crecimiento económico y sus efectos en el ingreso disponible per cápita, China es catalogado como uno de los mercados más atractivos para la expansión internacional. De lo anterior, surge la importancia de identificar las principales tendencias de consumo en dicho mercado, las cuales también dan lugar a segmentos de mercado

importantes para basar una estrategia de ingreso y expansión en el mercado chino:

- **Creciente demanda por bienes lujosos:** China se posiciona como el tercer mercado para los bienes lujosos, superado únicamente por Japón y Estados Unidos. Son considerados símbolos de buena vida y del poder de compra de los nuevos profesionales chinos.
- **El boom de internet:** En el año 2007 (PROCOMER, 2008), China superó a los Estados Unidos, al convertirse en el país con mayor cantidad de usuarios de internet.
- **Rápido crecimiento del crédito para consumo:** China sigue siendo un país de ahorrantes; sin embargo, los bancos están expandiendo sus opciones de préstamo y los consumidores son atraídos por la riqueza material, incrementando los préstamos para vivienda, financiamiento para automóviles y la aceptación de las tarjetas de crédito.
- **Surgimiento de las ciudades secundarias:** Ciudades secundarias como Qingdao y Dalian están creciendo en

importancia. En estas ciudades, tanto los precios de las propiedades como de los alimentos, han aumentado drásticamente y cada vez más empresas extranjeras se interesan por invertir en estos mercados.

- **Los hijos como prioridad:** A raíz de la política de un único hijo, las aspiraciones de padres y abuelos están concentradas en este. Los padres gastan una alta parte de su salario en las cuotas escolares, de manera que ese hijo reciba la mejor educación de acuerdo con sus criterios, aplicados a otros ámbitos como, por ejemplo, la compra de juguetes.
- **La demanda por automóviles:** En los últimos años, China se ha convertido en uno de los principales compradores de autos.
- **Compra de residencias:** El mercado inmobiliario ha crecido fuertemente. El mejoramiento y desarrollo de las ciudades secundarias también provoca el incremento en la demanda por vivienda.

- **A la medida del consumidor:** la globalización le ha permitido a los consumidores adquirir productos extranjeros e incorporarlos a su vida diaria.
- **Crecimiento de la clase media:** La clase media constituye un mercado meta de gran tamaño y en crecimiento con un nivel de ingreso disponible. Este permite hacer compras discrecionales hasta bienes lujosos y equipos electrónicos.
- **Viajes:** El turismo es una actividad que está en progresión. Más y más chinos se interesan por cruzar sus fronteras y recorrer el mundo que les rodea.

¿Qué importa China del exterior?

Las importaciones realizadas por China provienen principalmente de los países cercanos como Japón, Corea del Sur y Taiwan que representaron el 12% en promedio de las importaciones del año 2007. Estados Unidos es el principal socio comercial de China fuera de Asia y representó 7.3% de las importaciones totales en el año 2007, seguido por Alemania con un 4.7%. (Tristán, A. 2009)

Los principales productos importados por China son electrónicos y maquinaria con

un 39.9%, combustibles -petróleo y sus derivados- con 10.9%; instrumentos de óptica, científicos o médicos (7.2%) y minerales metálicos (5.9%) (PROCOMER, 2008).

Sus categorías de importación se asemejan a las de exportación, porque una gran cantidad de estas provienen del ensamble de componentes importados.

Las importaciones chinas desde América Latina y el Caribe, en el año 2007, alcanzaron US\$47,557 millones, lo cual representó el 5.0% del total importado por China en ese año. Brasil, Chile y Argentina son los tres principales socios de China dentro de la región.

Resulta de gran importancia que las importaciones chinas desde América Latina constituyen -por lo general- materia prima con bajo valor agregado, pues los procesos de transformación se llevan a cabo en China. Entre los productos de mayor importancia importados desde Latinoamérica en el 2007, se destacan minerales metálicos, en bruto (34.8%), semillas y frutos oleaginosos -principalmente soja- con 15.2%, cobre (12.3%) y el petróleo y sus derivados (11.2%).

Figura 2.

China: Distribución de las importaciones 2007

Distrito	Participación
Shanghai	20.1%
Shenzhen	14.8%
Nanjing	12.6%
Qingdao	7.1%
Huangpu	7.0%
Tianjin	5.6%
Ningbo	4.6%
Guangzhou	3.9%
Beijing	3.7%
Dalian	3.1%
Otros	17.4%
Total	100%

Fuente: www.procomer.com 2009

Análisis de participación de Latinoamérica en el mercado chino: Chile, un ejemplo por seguir

Chile es un país ubicado en el extremo suroeste de América del Sur. Su nombre oficial es República de Chile y su capital, la ciudad de Santiago de Chile. Comprende una larga y estrecha franja de tierra conocida como Chile continental y se ubica entre el océano Pacífico y la cordillera de los Andes; limita al norte con Perú, al este con Bolivia y Argentina, y al sur con el paso Drake. Además, posee territorios insulares, como la Isla de Pascua, totalizando una superficie de 755.838,7 km².

Sus casi 17 millones de habitantes promedian índices de desarrollo humano,

porcentaje de globalización, PIB per cápita, nivel de crecimiento económico y calidad de vida, que se encuentran entre los más altos de América Latina.

El 15 de enero de 2006, la oficialista -de tendencia política social- Michelle Bachelet es electa a la Presidencia de la República en segunda vuelta con el 53,5% de los votos. Asumió este cargo el 11 de marzo de 2006, convirtiéndose en la primera mujer en alcanzar dicho puesto en la historia del país, implementando -desde un comienzo- políticas a favor de la paridad de sexo en los principales cargos de gobierno. (Viquez, J. 2009).

La República de Chile es un Estado unitario democrático, de carácter presidencialista, conformado por diversas instituciones autónomas insertas en un esquema constitucional que determina ciertas funciones y distribuye las competencias entre los órganos del Estado, diferente de la tradicional doctrina de la separación de poderes.

El país está regido por la Constitución Política de la República de Chile, aprobada el 11 de septiembre de 1980. Entró en vigencia el 11 de marzo de 1981 y ha sido reformada en nueve oportunidades. Una de las más

importantes fue la promulgada el 26 de agosto de 2005, pues cambió algunos aspectos formales de la democracia, pero no las bases.

Organización territorial

En 1979, Chile fue organizado – políticamente- en trece regiones, las que se subdividen en provincias y éstas en comunas. En la actualidad, el país cuenta con 15 regiones, 53 provincias y 346 comunas. Cada una de las regiones posee un número romano asignado originalmente de acuerdo con su orden de norte a sur, a excepción de la Región Metropolitana de Santiago.

Figura 3.



Fuente: www.wikipedia.com 2009

Chile tiene una población estimada de 16.598.074 habitantes al año 2007. Según el último censo realizado en el 2002, esta cifra era de 15.116.435 habitantes: 7.447.695 hombres y 7.668.740 mujeres (PROCHILE, 2009).

Sociedad

Hasta principios del siglo XX, la sociedad chilena estaba dividida en clases alta y baja inamovibles. La aristocracia chilena imponía sus intereses sociales, políticos y económicos totalmente sin mayores contratiempos. Pero, desde la primera mitad del siglo XX, el país logra estructurarse en torno a la clase media. Sin embargo, su nivel de vida es heterogéneo, variando ampliamente de una clase media alta a una media baja.

El idioma hablado por casi la totalidad de los chilenos es el español, llamado en este país castellano.

La pobreza se redujo de un 38,6% en 1990 a un 13,7% en el año 2006 según el informe del Ministerio de Planificación y Cooperación de Chile (Encuesta CASEN, 2006). Sin embargo, el país aún presenta un grave defecto: la desigual distributiva de ingresos entre la población, lo que genera una gran brecha social entre ricos y pobres.

Economía de Chile

La economía chilena es conocida, internacionalmente, como una de las más sólidas del continente.

A pesar de que a lo largo de su historia ha enfrentado diversos períodos de crisis, en los últimos años ha tenido un importante y sostenido crecimiento.

Chile, en la actualidad, es un mercado abierto al mundo, con una economía caracterizada por la exportación y el aprovechamiento de materia prima.

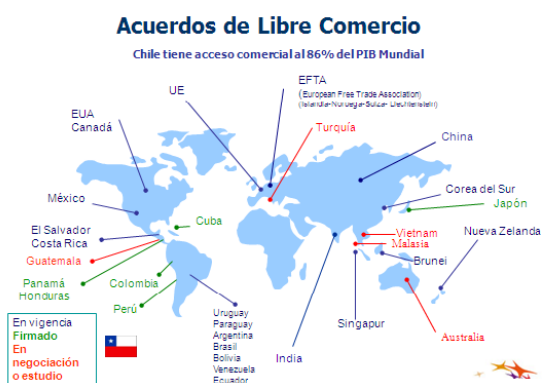
Desde mediados de los años 1990, el turismo en Chile se ha convertido en uno de los principales recursos económicos del país, especialmente en las zonas más extremas del país. Durante el año 2005, este rubro tuvo un crecimiento de un 13,6%, generando más de 1.500 millones de dólares equivalentes al 1,33% del PIB nacional (PROCHILE, 2009).

El principal producto comercial es la minería del cobre, el cual satisface el 36% del mercado mundial.

El crecimiento de la economía chilena ha tenido el eje de su dinamismo en el sector externo. Para un país pequeño, con un mercado interno reducido,

fortalecer la presencia creciente en el mercado mundial constituye una importante necesidad. En este sentido, los diferentes acuerdos comerciales han permitido mejorar la posición competitiva de las exportaciones chilenas en los mercados externos. La política comercial de apertura y activa gestión negociadora, unida a una economía exitosa, han estimulado la atracción de montos significativos de inversión externa.

Figura 4.



Fuente: www.prochile.cl 2009

Estrategia chilena con China

Para iniciar los tratados entre Chile y China, fueron de gran importancia las relaciones diplomáticas que Chile mantiene con China desde 1970 (PROCHILE, 2006). En ese año, Chile se convirtió en el primer país sudamericano en restablecer relaciones con China. Además, Chile brindó apoyo para que China retomara su asiento en las

Naciones Unidas y, por consiguiente, en el Consejo de Seguridad; además, un seguimiento adicional para el ingreso del país asiático a la OMC.

Con la suscripción del TLC con China, el 01 de octubre del 2006 (PROCHILE, 2006), se da un gran paso para avanzar en la estrategia de establecer vínculos más estrechos entre América y Asia a través de Chile como nación líder. No solo por el hecho de ser el socio comercial más importante, sino también por el papel activo que Asia lleva a cabo como un todo para cada uno de los países miembros del Cono Sur y de Latinoamérica como región. A ello se le agrega la voluntad política e interés económico de todos los países de la zona por impulsar el acercamiento a la que se estima será la nueva potencia económica en el siglo XXI.

Chile, con la comprometida ampliación del TLC a los ámbitos de servicios e inversiones, apuesta a ser la entrada de las inversiones chinas en la región en los sectores de energía, minería, infraestructura y agricultura. En todas estas áreas, la inversión de China en América Latina, se estima, tendrá un crecimiento sostenido en los próximos años.

La negociación del TLC con China fue técnica y políticamente compleja. Los negociadores chilenos trabajaron aplicadamente, con el objetivo de alcanzar compromisos de calidad que derivaran beneficios efectivos para el conjunto de la economía y la sociedad. Para esto, desde el inicio de las negociaciones, se hicieron reuniones y consultas con parlamentarios; organizaciones empresariales, sindicales, no gubernamentales y círculos profesionales.

La Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales de Chile (DIRECON) mantuvo enlaces permanentes con las más diversas agrupaciones empresariales durante todo el proceso de negociación. La finalidad de estas reuniones era transmitir la información más actualizada del proceso, recibir comentarios y sugerencias del sector privado, conocer sus aspiraciones de negocio y sus sensibilidades con el propósito de incorporarlas al proceso negociador.

La opinión pública en Chile frente al TLC ha sido muy favorable, principalmente por el elevado consenso que existe con respecto a la estrategia del crecimiento económico basado en el desarrollo exportador.

Proceso negociador TLC Chile - China

En junio del 2002, la República Popular China propuso a Chile iniciar negociaciones para un Tratado de Libre Comercio (TLC). En abril de 2004, se dio inicio formal al estudio de factibilidad; una vez concluido, siguió la aprobación de la idea de negociar un TLC. El anuncio oficial fue dado a conocer, el 23 de abril del 2004, de manera conjunta por los respectivos cancilleres.

El 18 de noviembre, en el marco de las actividades bilaterales de la Cumbre APEC 2004, el Presidente de Chile y el de la República Popular China anunciaron el inicio a las negociaciones tendientes a lograr un TLC (PROCHILE, 2006).

Los principales contenidos del TLC

El texto final del acuerdo contempla capítulos en las siguientes materias: institucionales y de administración del tratado, acceso a mercados, defensa comercial, reglas de origen, medidas sanitarias y fitosanitarias, barreras técnicas al comercio, solución de controversias y cooperación. Adicionalmente se suscribió un Memorando de Entendimiento entre las respectivas autoridades laborales y de

seguridad social, firmándose –además- junto al TLC, un Acuerdo de Cooperación Ambiental (PROCHILE, 2006).

Acceso a mercados

En cuanto a la desgravación arancelaria, se logró consenso para realizarla de forma inmediata en un 92% de las exportaciones de Chile a China, aplicable desde el primer día de vigencia del acuerdo. Para China, este porcentaje asciende a un 50% del comercio actual. Además, se contemplan desgravaciones de 1, 5 y 10 años para el acceso de los productos de Chile a China y plazos de 1, 2, 5 y 10 años para las exportaciones de China a Chile. Asimismo, en función de proteger a ciertos sectores sensibles, se pactaron exclusiones de productos que alcanzan el 1% de las exportaciones chilenas y al 3% de los envíos de China a nuestro país.

Entre los productos chilenos, a los que China otorgó desgravación inmediata y a 5 años y se verán más beneficiados con el TLC, destacan el cobre y otros minerales, hortalizas, aceites de pescados, carnes de ave; cerezas, duraznos y nectarinas frescos; tableros de maderas, salmón ahumado, quesos, duraznos en conserva, chocolates y pasta de tomate. En tanto, se logró que

la desgravación de productos que habían sido declarados de alta sensibilidad por China -como los salmones frescos y congelados, uvas y manzanas- bajaran su desgravación desde 15 hasta 10 años.

Por su parte, los negociadores chilenos lograron que productos sensibles para Chile como los cementos, algunos químicos, guantes quirúrgicos, ciertos rubros del sector textil y de confección quedaran dentro de la categoría de 10 años. Asimismo, dentro de las excepciones quedaron los productos agrícolas sujetos a bandas de precios (trigo, harina y azúcar), neumáticos, algunos rubros de textiles y confecciones, productos metalúrgicos y línea blanca.

El número de productos excluidos del TLC por Chile alcanza a 152, todos ellos considerados sensibles por nuestros sectores productivos.

Entre los productos chinos, a los que Chile abrirá su mercado inmediatamente, se hallan maquinarias, computadores, automóviles, celulares, DVD's e impresoras, entre otros.

Reglas de origen

La certificación de origen será responsabilidad de entidades de cada

gobierno. Además, en el plazo de dos años, ambos países implementarán un sistema de certificación de origen electrónico que aumentará la eficiencia de los procesos.

Defensa comercial

Se acordó una salvaguardia bilateral, la cual permitirá a ambos países protegerse en caso de que eventuales aumentos de las exportaciones provenientes del otro país causen distorsiones o efectos negativos que amenacen a la industria nacional.

Adicionalmente, se mantienen para ambas partes sus respectivos derechos ante la OMC en salvaguardia y antidumping.

Medidas sanitarias y fitosanitarias

Este capítulo se basa en las disciplinas del Acuerdo de la OMC y tiene por objetivo facilitar el comercio entre Chile y China. Se pactó la constitución de un Comité como el foro pertinente para resolver los eventuales problemas que surjan en esta materia.

Barreras técnicas al comercio

Este texto procura evitar que estándares y regulaciones técnicas aplicables a productos se conviertan en obstáculos innecesarios al comercio. Además,

establece que ambas partes reconocen explícitamente sus derechos y obligaciones bajo el Acuerdo OMC.

Solución de controversias

Se acordó la inclusión de un mecanismo expedito de solución de controversias, que permitirá a ambas partes resolver sus disputas en el marco del TLC.

Cooperación

Este capítulo incluye cooperación en las siguientes áreas: económica; investigación, ciencia y tecnología; educación, pequeñas y medianas empresas, cultural, propiedad intelectual, promoción de inversiones, minera e industrial. Además, se incluyó una referencia explícita a los acuerdos sobre cooperación en temas laborales y de seguridad social.

Balanza comercial Chile – China

El 17 de julio del 2009, se anuncia -a nivel internacional- la gran noticia del desplazamiento de Estados Unidos por parte de China como el nuevo primer socio comercial de Chile (XINHUANET, 2009).

Respecto a exportaciones

Según Jeannette Viquez, hace tan solo una década, China representaba el 2.3% de las exportaciones chilenas, posicionando entonces al país asiático como el décimo séptimo comprador de productos chilenos. En el 2005, las exportaciones registraron la cifra histórica de US\$4,446 millones, representando el 11.3% del total del volumen exportado.

El mercado chino ha sido el comprador más importante en términos del crecimiento de las exportaciones. Entre 1996 y el 2005, las exportaciones ascendieron en 1156%, promediando un aumento anual del 128%, lo cual contrasta con la incrementación en las exportaciones globales en igual periodo que registró un ensanchamiento de 155%. Es interesante también mencionar que el aumento de las exportaciones ha sido continuo a lo largo de todo el periodo.

De la población total de China, resultan atractivos potenciales consumidores, una fracción de al menos 200 millones de personas, quienes habitan en las provincias costeras y tienen un ingreso per cápita que alcanza US\$5.000. (PROCHILE, 2006).

De las exportaciones chilenas a China, el

sector que ha demostrado un mayor crecimiento entre los años 1996 y 2005 ha sido el minero (1.605%) impulsado por las exportaciones de cobre. Esto es un fiel reflejo del aumento de la demanda por materia prima de la economía china producto del ascenso sostenido del PIB basado en la producción industrial. Este fenómeno ha sido tan marcado que ha producido importantes cambios en los flujos comerciales a nivel internacional, elevando el precio internacional de los commodities y aumentando los precios de transporte.

Alrededor del 97% de las exportaciones chilenas a China son explicadas por tres productos: cobre, celulosa y harina de pescado. Por lo tanto, Chile es un exportador neto de insumos para la economía china, con grados de elaboración de los productos exportados relativamente bajos.

En el año 2005, se exportaron -desde Chile- un total de 291 productos al mercado chino (PROCHILE, 2006). Los veinte principales productos exportados representan el 7% del total, pero explican el 96.6% del valor del total de los embarques a China. Además, es importante mencionar que entre estos veinte trascendentales productos, ocho no tienen relación con la minería como la celulosa y la harina de pescado.

Mercado de importaciones

Las importaciones de China en el año 2005 alcanzaron US\$2.543 millones, ubicando a ese país como el cuarto proveedor de Chile de bienes importados. A pesar de que las importaciones desde el gigante asiático no han mostrado alzas tan significativas como las manifestadas por las exportaciones, no deja de sorprender su gran tasa de crecimiento. En efecto, entre 1996 y el 2005, las importaciones aumentaron un 393%, mientras que las importaciones globales de Chile registraron un crecimiento de 78% en el mismo periodo.

Las importaciones provenientes de China entre 1996 y el 2005 han mostrado una tendencia creciente a lo largo de todo el periodo, con la excepción de 1999 cuando en la demanda interna chilena se dio una considerable reducción en las importaciones.

La mayoría de estas se concentra en bienes de consumo. Es importante hacer notar que del total de importaciones por este tipo de bienes, China representa el 47% y es el principal abastecedor. Las importaciones globales de bienes de consumo se han mantenido estables en los últimos años; sin embargo, las cifras

revelan que ha habido una desviación de las importaciones desde los proveedores tradicionales a favor de las importaciones chinas gracias a menores precios.

En segundo lugar en importancia se encuentra la importación de bienes intermedios, los que dan cuenta del 30% del total de las exportaciones. Finalmente, los bienes de capital representan un 25% del total de las importaciones.

Más del 99% de las importaciones provienen del sector industrial y son, en su mayoría textiles, productos metálicos, maquinaria y equipos (sector donde se encuentran incluidos los productos tecnológicos) y productos químicos incluyendo plásticos.

Al contrario de los bienes exportados, las importaciones muestran un alto nivel de diversificación. En el 2005, Chile importó desde China un total de 3.992 productos, los cuales dan cuenta del 60% del total de este tipo de productos que Chile importa desde el mundo. La mayoría de los productos importados son computadoras, televisores, chips, teléfonos celulares y textiles. (PROCHILE, 2006).

Administración e implementación del TLC Chile – China

La administración y poner en funcionamiento el TLC Chile – China, consistirá en:

- Concretar las obligaciones establecidas en el acuerdo, mediante instrumentos tanto legislativos como administrativos.
- Administrar el TLC, organizar las reuniones de los comités y la Comisión de Libre Comercio.
- Utilizar los mecanismos institucionales contenidos en el TLC en la solución de conflictos comerciales bilaterales.
- Promover la transparencia a través de la difusión de los contenidos y evaluación del TLC.
- Desarrollar iniciativas para aprovechar -al máximo- las oportunidades que generará el TLC a través de la formulación de políticas y desarrollo de programas y actividades orientadas, fundamentalmente, a los sectores con menos acceso a la información.
- Realizar evaluaciones periódicas del TLC.

Respecto a la implementación del TLC, los ámbitos que exigen esfuerzos para aprovechar las oportunidades son los

siguientes:

- Tecnología: Una herramienta para consagrar el salto al desarrollo de la incorporación de la tecnología aplicada en los diversos ámbitos.
- Infraestructura: La labor del gobierno en mejorar la infraestructura de la interconexión con otros países del cono sur será fundamental al generar mejores condiciones para la inversión china en Chile.
- Apertura de nuevos mercados: A través de PROCHILE podrán mantener y fomentar nuevas estrategias de promoción de las exportaciones, orientadas con mucha mayor potencialidad de venta en los mercados chinos.
- Capacitación: Se organizarán programas de capacitación a los empresarios chilenos a lo largo del país, con el objetivo de entender cómo realizar negociaciones con China.
- Transparencia: Se difundirán los contenidos del TLC a todos los sectores comerciales de la sociedad.
- Pymex: Serán desarrolladas iniciativas para aprovechar las opciones comerciales que traerá

consigo el TLC. Se realizarán encuentros de empresarios.

- Cooperación: Se apunta a profundizar los lazos no comerciales con China, tratando de abarcar la mayor cantidad de áreas posibles.

Impactos del TLC con China

Para la estimación de los impactos económicos del TLC, se desarrolló un Modelo de Equilibrio General Computable (GTAP) que CEPAL puso a disposición del gobierno chileno. Se consideró el año 2004 como base para ejecutar el cálculo de impacto, ya que a febrero del 2006, no se tenían cifras concretas del comercio exterior Chile – China.

Según el modelo indicado, se estimó que las exportaciones chilenas hacia China, aumentarían en US\$786.7 millones FOB como consecuencia del TLC. Este resultado representa una variación con respecto al año base de 24.5%

El aumento de las exportaciones de Chile a China se distribuye entre agricultura y productos del mar con cerca del 44% de la expansión total estimada y productos de la minería y manufacturas con un 56%. Los metales procesados son los que exhiben el mayor crecimiento, lo cual aclara el 26% del total de las

exportaciones a Chile. Le siguen las frutas y los vegetales frescos que representan el 15% de ese total.

Impacto TLC sobre PIB y empleo

En lo referente a los efectos macroeconómicos, el impacto del acuerdo con China se traduciría en un crecimiento del PIB chileno de 1.4% y un aumento del empleo total de 34.509 ocupaciones. De ese total, 28.778 corresponderían a trabajo no calificado y 5.731 a trabajo calificado.

Oportunidades futuras

Dada la actual estructura exportadora de China hacia Chile, se puede prever que la mayor expansión se concentrara en los capítulos industriales. En cambio, de acuerdo con las características de la oferta exportadora chilena -ya no hacia China, sino hacia el mundo- es inevitable asumir que la oferta de la agricultura y productos del mar deberá ir más dirigida al ensanchamiento de las exportaciones chilenas hacia China (Viquez, J 2009). Un indicador interesante al respecto es que si se excluyen las nueve principales líneas exportadoras del valor total exportado por Chile, el subsector de agricultura de productos del mar elevaría su participación actual de 6% a 30% de

ese total.

Sin embargo, habría que ser cauteloso respecto a la hipótesis de un crecimiento extremo de las exportaciones chilenas, alentado por el gran tamaño nominal del mercado chino. En este sentido, es importante mencionar o advertir que la mayoría de la población consumidora china mantiene hábitos y preferencias de consumo muy tradicionales y, por lo mismo, todavía muy distantes de los patrones occidentales de consumo, a los cuales se ha focalizado la oferta exportadora chilena. Solo los segmentos más modernos de consumidores se muestran como potenciales generadores de demanda a favor de las exportaciones chilenas. Las estadísticas del comercio importador chino confirman que el tamaño de los mercados importadores, por ejemplo, de productos hortofrutícolas frescos y procesados, más representativos de la oferta de clima templado, tiende a ser bastante pequeño. Considerando el rápido crecimiento y modernización de la economía china, tampoco se debe dejar de lado el hecho de que esta opción sea factible en el futuro cercano y que sea una oportunidad de crecimiento para exportadores emprendedores, deseosos de diversificar el mercado.

Considerando la expansión de los flujos

de comercio internacional con el mundo, las exportaciones chilenas deberían crecer a un nivel y a una tasa bastante superior al crecimiento de las compras chilenas desde el mundo, es decir, un efecto positivo neto sobre la balanza comercial de Chile.

Situación favorable a futuro

El acuerdo alcanzado con China en acceso de mercados favorece a todas las regiones, considerando la actual canasta exportadora que ellas presentan hacia el país asiático.

Se abre un importante potencial exportador para los productos hortofrutícolas y vinos, destacándose las uvas, manzanas, nectarinas y duraznos frescos. Su exportación a China es – prácticamente- cero, independiente del beneficio arancelario que poseen de manera parcial para ingreso al país de destino.

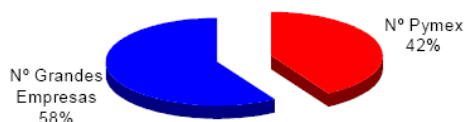
Existen también oportunidades significativas para el sector industrial maderero, de actividad acuícola y productos del mar como salmones, merluzas, truchas, centollas, entre otras. Actualmente, el 70% de las exportaciones chilenas gozan de los beneficios de los acuerdos comerciales, permitiendo a los Pymex diversificar los

productos enviados a los distintos socios comerciales de Chile.

En relación con el monto total de las exportaciones chilenas al mercado chino- en el año 2005- un 1.2% fue realizado por empresas Pymex. En cuanto al número de empresas exportadoras, un total de 523 de ellas realizaron envíos a China, de las cuales 217 son Pymex, lo que representa un 41.5% del total (PROCHILE, 2006). (Ver Gráfico 3).

Gráfico 3.

Participación de las Pymex en el comercio con China



Fuente: www.prochile.cl 2009

Considerando la constitución de las exportaciones por tipo de empresas, el TLC con China representa una interesante oportunidad para el desarrollo exportador de las Pymex regionales.

Aprovechando la experiencia exportadora, que estas empresas han adquirido, el acuerdo entrega la posibilidad de diversificar la canasta exportadora hacia China y, a través de las Pymex, aprovechar las ventajas obtenidas por el TLC.

Algunos desafíos

El proceso de transición y puesta en práctica del TLC con China ha tenido, en general, un panorama muy positivo, haciéndose necesario un esfuerzo adicional para sobrepasar ciertos desafíos que parecieran retorcer la visión que ambas partes pusieron como meta.

Al respecto, Baierlein, H. (2008) comenta:

- Nuevos protocolos sanitarios: El constante avance de virus y plagas hacia y desde los puertos crea la necesidad de una estricta y constante revisión de las circunstancias actuales y una preparación ante el futuro que se avecina.
- Perfeccionar mecanismos nacionales de control de calidad y conformidad de los productos importados: Realizar una revisión exhaustiva de los productos importados, asegurando el mismo control de calidad con los exportados antes de su salida de origen.
- Logística: Ampliar medios de transporte y disminuir costos. La distancia entre los puertos de origen y destino complica, en algunos casos, una operación

realmente efectiva respecto a costos, tiempos de tránsito, arribo y salidas efectivas. El constante cambio con respecto a precios del petróleo también ha venido a interferir en el verdadero concepto que un flete al menor costo puede brindar en las operaciones de comercio internacional.

- Atraer nuevas inversiones a Chile: El mayor objetivo de las empresas comercialmente activas ha sido desarrollar los lazos establecidos con los socios chinos; sin embargo, la concentración en las relaciones existentes y la cantidad de tiempo que demandan, ha impedido una libre fluidez en el contacto de nuevos mercados y, ante todo, capitales suficientemente sólidos para ser atraídos a Chile.
- Incentivar sociedades para alcanzar volúmenes adecuados a la demanda china: Es importante el establecimiento de grupos organizados que trabajen en conjunto por una correcta suplencia de productos para Asia, no solo China, la puerta abierta y los resultados obtenidos es tan solo el inicio de mayores

negocios por venir, para lo cual tiene que estarse preparado.

- Fiscalización: Se debe realizar un riguroso control de entrada y salida en los puertos para no caer en vicios de comercio muy lejos de la realidad internacional. Casos de subfacturación, clasificación arancelaria, falsificaciones y baja calidad han sido detectados a tiempo; sin embargo, no debe bajarse la guardia en temas como estos, salvaguardando los intereses de ambos países en buena fe comercial para el presente y futuro.

Costa Rica – China, lo mejor está aún por venir

China se ha convertido en poco tiempo en el segundo socio comercial de Costa Rica, detrás de Estados Unidos, con un intercambio que pasó de 630 millones de dólares -en 2004- a 1.700 millones el año pasado (COMEX, 2009).

Eso basta para explicar la decisión del presidente Óscar Arias, anunciada el 6 de junio del 2007 (La Nación, 6 de junio de 2007), de entablar relaciones diplomáticas con Beijing, lo que implica el cese de todo vínculo con Taiwán,

considerado por China una provincia renegada desde que el Partido Nacionalista (Kuomintang) se instaló en esa isla de Asia oriental hace más de medio siglo. En apenas dos años, el gigante asiático pasó del lugar 11 al segundo en materia de intercambio comercial con Costa Rica. Además, el saldo negativo para Costa Rica se invirtió a partir de 2005, para llegar a 2006 con 465 millones de dólares a su favor en la balanza comercial. Las exportaciones a China representaron un ingreso de 1.083 millones de dólares, mientras las compras sumaron 618 millones de dólares. Este es un primer paso para un futuro tratado de libre comercio (TLC) con China.

Un elemento fundamental que debe ser considerado por los empresarios y autoridades costarricenses al analizar sus opciones de ingreso al mercado chino, es -sin duda- el hecho de que esta economía figure como uno de los principales centros de manufactura mundial.

Una demanda creciente tanto en calidad como en posibilidades de pago, el interés de las autoridades chinas en impulsar su liderazgo mundial en actividades estratégicas, la afluencia de capitales

extranjeros, una mayor vinculación de China con el resto del mundo, así como una amplia disponibilidad de recurso humano y costos unitarios de producción reducidos, son elementos que se conjugan para hacer de este país líder en la producción mundial.

Pocos son los productos en los que en el ámbito mundial China no destaque en volumen de producción y demanda. Lo anterior, ya sea por la necesidad de abastecer su enorme mercado local o por ser actividades orientadas a la exportación en las cuales están involucrados tanto el gobierno como los inversionistas extranjeros con mecanismos más claros para incursionar en el mercado.

Situación comercial actual

Estudios recientes, elaborados por PROCOMER (febrero, 2009) han demostrado que, para el 2006, la situación comercial con China es favorable, aún sin el precedente de la posible firma e implementación del tratado con el país asiático, existe una relación comercial de intercambio de bienes sin trato preferencial alguno.

La participación de Costa Rica en el mercado chino se limita a bienes

tecnológicos y algunos de uso industrial. Estos suplen, de una u otra manera, la creciente demanda china por artículos que permitan subsanar su creciente demanda de materias primas, las cuales le ayuden a mantenerse como la potencia de manufactura por excelencia.

Figura 5.

Exportaciones	
Producto	Participacion
Otros	27.0%
Maquinaria electrica y equipo	23.5%
Equipos de generacion de poder	19.3%
Prendas de vestir	9.1%
Hierro o Acero	5.4%
Equipos medicos y opticos	3.4%
Muebles	2.9%
Quimicos	2.4%
Juquetes y juegos	2.3%
Vehiculos	2.3%
Articulos plasticos	2.3%

Importaciones	
Producto	Participacion
Maquinaria electrica y equipo	27.7%
Otros	18.6%
Equipos de generacion de poder	13.8%
Aceites minerales	11.3%
Equipos Medicos	7.4%
Articulos de plastico	4.8%
Quimicos	4.6%
Minerales	4.1%
Hierro y Acero	3.4%
Cobre	2.2%
Vehiculos	2.1%

Fuente: www.procomer.com 2009

Industrias competitivas: resultados para Costa Rica

Treinta y cuatro fracciones arancelarias (6 dígitos) de Costa Rica tienen ventaja comparativa en el mercado chino

(COMEX, 2009) e incluyen productos como:

- Circuitos electrónicos integrados
- Interruptores, conmutadores y semiconductores
- Resistencias eléctricas
- Preparaciones con base en frutos cítricos
- Partes de asientos o sofás
- Manufacturas de cuero
- Plántulas de hortalizas
- Catéteres y cánulas
- Esquejes sin enraizar
- Compotas, jaleas y mermeladas
- Café tostado
- Frutas y hortalizas

Industrias competitivas: resultados para China

Los productos chinos que gozan de mayor ventaja comparativa en el mercado de Costa Rica incluyen (COMEX, 2009):

- Productos de cuero
- Productos textiles y prendas de vestir
- Calzado
- Productos de hierro y acero
- Maquinaria y equipo eléctrico
- Productos plásticos
- Vehículos
- Mobiliario

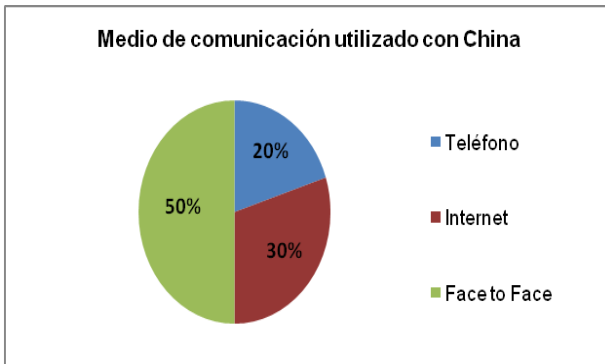
Algunas enseñanzas importantes que debe tomar en cuenta Costa Rica para desarrollar negocios con China

Jeannette Víquez, sub directora de PROCHILE para Centroamérica y el Caribe, apoya –totalmente- lo indicado por el autor Baierlein, H. (2008) al recomendar los siguientes aspectos para desarrollar relaciones comerciales efectivas con el país asiático:

- Los chinos son colectivos, gustan andar siempre en grupos; generalmente, se rodean de personas de su entera confianza para la toma de decisiones importantes y pareceres adicionales al hacer negocios.
- Existe un marcado respeto a la jerarquía, únicamente toma la palabra aquel a quien se le autoriza, o bien, la persona con el mayor cargo jerárquico.
- Para los chinos, las relaciones interpersonales son sumamente importantes, ser parte del círculo de confianza o Guanxi toma tiempo; sin embargo, una vez adentro se puede desarrollar una relación de amistad muy estrecha.
- Para el chino, hacer negocios es importante; no obstante, se debe considerar que -en la mayoría de los casos- los asiáticos tienden más a ver a su contraparte de negocio como un amigo que como un socio de intercambio comercial.
- Existe una cultura del regateo, la cual es difícil de asimilar para una cultura latina; pero el chino siempre busca el mejor producto al mejor precio.
- Con respecto a reuniones, los chinos tienen tiempos maratónicos, llegando a conversar únicamente de lo que en realidad les importa o conviene a nivel de negocios, nunca se habla de asuntos personales cuando se trata de trabajo.
- Los chinos llevan a cabo relaciones comerciales de mutuo beneficio y de muy largo plazo, cuesta concretar relaciones de este tipo; sin embargo, una vez establecidas, son para siempre. Se debe tener mucho cuidado y ser, ante todo, leal en las prácticas profesionales: una traición es imperdonable.
- El chino gusta de contacto cara a cara, antes de uso constante de teléfono o internet. Es

recomendable establecer una agenda de visita con fines comerciales, al menos una vez al año. (Ver Gráfico 4).

Gráfico 4.



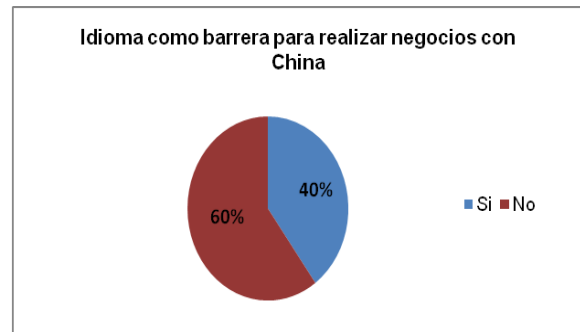
Fuente: Encuesta a exportadores chilenos. Agosto 2009

- Para efectos de reuniones o citas, la puntualidad es sumamente importante, evite dar excusas ante un retraso. El tiempo para los chinos, vale oro.
- Se deben evitar bromas o mucho contacto físico a la hora de entablar una conversación con los ellos, un saludo de mano es suficiente para iniciar una conversación sea formal o informal: no son tan expresivos como algunas veces se espera.
- Llevar un obsequio es parte importante de la ceremonia de iniciación en un proceso de negocios, la foto de rigor es también importante considerar,

cada detalle es trascendental: demuestran aprecio muy a su manera.

- Conocer su idioma es significativo para reuniones más efectivas, se recomienda manejar un nivel - al menos unas cuantas palabras claves. Es muy importante contratar -con antelación- un traductor en caso de que el idioma Inglés no sea el fuerte de alguna de las dos partes negociantes. (Ver Gráfico 5).

Gráfico 5.



Fuente: Encuesta a exportadores chilenos. Agosto 2009

- Se debe considerar la cortesía en todos los ámbitos, tanto personales como de negocios. El chino siempre buscará una excusa para tratar a su invitado como se lo merece: la hospitalidad es parte de su cultura.
- Al recibir las tarjetas de presentación es indispensable

cumplir con el ritual recomendado: tomarlas con ambas manos, haciendo una pequeña reverencia. Nunca, por ningún motivo, se debe recoger y depositarla en el bolsillo de la camisa o saco, mucho menos en el pantalón: eso es símbolo inmediato de irrespeto.

- Es clave facilitar la mayor cantidad de información posible al referirse a la empresa, proponer negocios y otros. Cuanto más material de apoyo se pueda facilitar -sea digital o impreso- mucho mejor será para el chino conocer sus intenciones y el desarrollo de su negocio en el tiempo. La trascendencia en este último aspecto es muy importante.
- El chino se caracteriza por ser detallista, nunca olvidará referencia alguna, más aún si esta beneficia sus intereses de negocio o personales.
- El hecho de señalar a una persona cuando se entabla una conversación es visto como una falta de respeto.
- Las respuestas negativas directas son vistas como una descortesía.

- La presentación personal es sumamente importante, haga siempre lo posible por portar alguna prenda de color rojo, símbolo de alegría y buena suerte.
- El chino es sumamente supersticioso, cualquier gesto, palabra o accesorio puede ser usado para su propio beneficio o para hacer uso de su perspicacia ante las supersticiones, algunas más fuera de lo normal que las otras.
- Si recibe a los empresarios chinos en su oficina, es importante ofrecer algo de tomar, preferiblemente té.
- En las cenas es mejor no hablar de negocios y no hacer comentarios sobre la situación socioeconómica o costumbres chinas. Si ellos sacaran estos temas procure responder de la manera más diplomática posible.

¿Hacia dónde vamos? Conclusiones

Los frutos de la relación comercial de Chile con China a través de un TLC, han sido y son muy alentadores para un mercado como el nuestro; el fomento del comercio internacional entre ambas

naciones favorece –primero- al país latinoamericano al ser más lo exportado que lo importado, así, queda una balanza comercial a su favor.

Es importante destacar el papel ejemplar que tanto Chile como China han desarrollado mediante relaciones de largo plazo como la expuesta en este artículo, el orden y facilidad con que el proceso de ha venido dando es digno de la admiración internacional. Chile representa un ejemplo excepcional por seguir para Costa Rica, el éxito de sus negocios y procesos comerciales - realmente- representan todo un reto para la única nación centroamericana con amplias posibilidades de salir adelante y forjar un próspero camino hacia el desarrollo.

La experiencia comercial brindada por Chile y sus expertos en diversas áreas es suficiente material para abrir un interesante proceso de cooperación internacional que podría estimular a la comunidad internacional a descubrir lo mucho que China tiene para ofrecer y dar.

Recuerdo las palabras del Señor Wang Xiaoyuan, Embajador de la República Popular China en Costa Rica, al referirse a cuánto su país tiene para ofrecer a Costa Rica y lo mucho que algunos otros territorios han desprestigiado a su país

por temas de calidad, derechos humanos y otros (PROCOMER, 2009). El Señor Wang hizo incapié a la necesidad de los costarricenses de darse la oportunidad de conocer China y descubrir lo mucho que tiene para ofrecer, a través de un criterio propio, sin necesidad de involucrar a terceros.

Es realmente impresionante lo mucho que China tiene para entregar al mundo no solo en cultura, sino también en diversidad; recursos materiales, humanos y de intercambio comercial: la puerta que China nos abre es un puente al resto del mundo. Anteriormente, teníamos una visión norte-sur y de la mitad de Europa; de repente, se nos presenta la otra mitad del mundo. China se convierte en un socio estratégico comercial para nuestro país, las posibilidades de alcanzar otros mercados lejanos a través de la experiencia con el gigante asiático son dignas de meditar por las máximas autoridades del país, quienes ya están trabajando en nuevos contactos y mayor presencia en lo que se denomina el otro lado del mundo.

Chile podría actuar como ente de asesoría para Costa Rica en varios ámbitos del proceso de negociación e implementación del TLC con China, mediante el cual tenemos mucho que ganar.

Por otra parte, las pautas consideradas por Chile para llevar a cabo un TLC con China son las mismas hacia las cuales Costa Rica se está dirigiendo, en primera instancia, con el desarrollo de un estudio de factibilidad a fin de llegar a un acuerdo comercial entre ambas naciones, para proceder con el inicio de rondas de negociación, cada una de ellas con diferentes sedes en los países participantes.

Chile -ante todo- decidió apoyar a la nación asiática en situaciones de trascendencia comercial, sin presionar mucho para que China ofreciera su apoyo de una manera más benéfica al intercambio comercial que ya ambas naciones estaban llevando a cabo desde los años setenta.

El país del sur demostró tener capacidad para continuar y conseguir provecho del libre intercambio; además, poseer los recursos naturales y materiales suficientes para iniciar lo ofertado por China, en miras a un mayor consumo en su ya creciente población.

La apertura de China al mundo con su incorporación a la OMC en el 2001 (WTO, 2001) cambió -de una vez por todas- la perspectiva con la que el mundo veía a Asia, pasando de ser un territorio desconocido a un gigante en proceso de crecimiento, el cual ha

deslumbrado a todos por igual, sin desaprovechar oportunidades de mutua cooperación y ganancia, basándose en relaciones de lealtad en el largo plazo.

Es importante mencionar, también, el estudio previo y segmentación de mercados que Chile realizó con respecto a China, lo cual también Costa Rica sigue al pie de la letra a fin de llegar -con fuerte presencia- a aquellos sectores o ciudades que actúan como receptores de comercio internacional para su respectiva distribución y acoplo en el mercado interno.

Chile conoce lo que tiene para ofrecer, sabe cuáles son sus fortalezas y sus debilidades comerciales, aprovechándose de las primeras para mejorar también las segundas, pero nunca deja de aprovechar alguna posibilidad de crecimiento con la transparencia que el acuerdo comercial requiere.

Se habla también de un libre intercambio de flujos en la economía de ambos países. En ningún momento, alguno de los dos ha tratado de sacar ventaja del otro, existe más bien un acuerdo de cooperación entre ambos territorios con el respectivo órgano de solución de diferencias ante el cual se puede recurrir con las inquietudes correspondientes.

Las enseñanzas que Costa Rica pueda tomar en cuenta para un procesos fluido de intercambio comercial dependen de la apertura con la que maneje las relaciones comerciales con China. En este sentido, se nota una increíble disponibilidad de fuentes informativas, presencia de organismos diplomáticos internacionales dispuestos a facilitar el comercio entre ambas naciones a través de la experiencia de terceros, profesionales realmente interesados por aventurarse con China y sacar el mayor provecho posible de esta nación, empresarios con deseos de abrir sus puertas al mundo y diversificar sus productos de manera que puedan tener presencia al otro lado del Pacífico en donde el comercio es el principal motor de la economía.

El proceso, que actualmente vive Costa Rica, es tan solo el inicio de gran relación: no cabe duda que el TLC con China será un hecho. Después de concluido el proceso de negociación se deberá aplicar una estrategia de paciencia para que el gigante mueva sus cartas y dé el visto bueno a este pequeño territorio a fin de pase ser parte del banquete al que muy pocos tienen acceso privilegiado.

Centroamérica debe replantear sus estrategias, su mentalidad y tomar la

decisión de aventurarse a algo nuevo. Posiblemente, ellos esperarán los resultados que tenga Costa Rica como una base para iniciar un proceso, dentro del cual ya nosotros estamos más que adelantados. Lo ideal sería que cuando se animen a tomar el gran paso, no sea demasiado tarde.

Sería interesante y digno de admiración que Costa Rica fuera un ente asesor en materia comercial para el mundo y tomara una posición líder en Latinoamérica, caminando siempre de la mano con quienes, desde un principio, confiaron en la capacidad de este territorio y sus habitantes: siempre con deseos de seguir adelante e innovar para el futuro.

Recomendaciones para una adecuada implementación del TLC Costa Rica – China

En el desarrollo de la presente investigación, se han tomado en cuenta aspectos importantes para el desarrollo de una efectiva estrategia comercial que permita a Costa Rica obtener los beneficios adecuados con el propósito de concretar su intención de un acuerdo comercial con la República Popular China.

Entre los aspectos identificados es importante hacer mención a lo siguiente:

El hecho de que China tenga una población de mil trescientos millones de habitantes, no implica que toda esa población sea realmente nuestro mercado meta. Si bien, en los últimos 25 años China ha sacado a unos 400 millones de personas de la pobreza, quienes faltan continúan siendo una población de poco poder adquisitivo, la cual está localizada en el interior de la República, sin las mismas condiciones de acceso a medios económicos y de negocio que los ciudadanos ubicados en las grandes ciudades: estos, realmente, son los que juegan un papel importante en el comercio internacional.

En el mercado que se tiene por objetivo, debemos diferenciar dos grupos claramente: los más jóvenes, menores de 28 años que han crecido en la opulencia y son consumidores, y los mayores de 28 años, que en promedio, ahorran un 60% o más de sus ingresos. Tratar estos dos segmentos por aparte permite un consumo diversificado y una buena aceptación para los productos por comercializar, principalmente en bienes perecederos como frutas tropicales. Estos productos son atractivos al público

por su apariencia exótica si se comparan con productos locales: lo importado es símbolo de poder adquisitivo y opulencia para muchos.

A pesar del descomunal crecimiento económico de los últimos años, el país continúa siendo una mezcla muy propia de la liberalización económica, su cultura y su sistema político; por otra parte, conserva la cadena de mando político y legal, donde muchos elementos se manejan como antes de la apertura al mundo occidental. Existen todavía, al caudillaje de instituciones poderosas, personas que avanzaron con el cambio pero que dejaron sus mentes en el pasado, teniendo cierta resistencia al mundo occidental y sus demandas en cuanto a eficiencia y apertura al mundo globalizado.

A pesar de ser parte de la Organización Mundial del Comercio (OMC) y adquirir los correspondientes compromisos, estos no siempre se aplican en tiempo y espacio como se pretende en el occidente. Esto implica que no siempre las compañías internacionales salen libres en casos de desacuerdo, aunque debe de reconocerse que se está haciendo el esfuerzo respectivo por cambiar. Todo proceso toma tiempo, en

el caso de los chinos, la palabra paciencia es clave al desarrollar y definir negocios para el mediano y largo plazo.

La cultura y tradiciones chinas se convierten en las primeras barreras por dominar y comprender. Por ejemplo, es importante considerar la existencia de la cultura china de una increíble capacidad de relación entre ellos mismos, donde el “guanxi” (círculo de amigos) se convierte en un arma poderosa de negociación y para conseguir resultados, más allá de la normativa legal. El aspecto cultural es uno de los más importantes para garantizar éxito en la relación comercial por desarrollar con el país asiático. Se debe contar con una mente muy abierta, dispuesta a aceptar sus reacciones y maneras de actuar o expresarse, sin caer en el usual error de los ticos de abusar de la confianza y adquirir provecho de las diferentes situaciones.

El comercio exterior en la República Popular China está controlado por el Estado a través de las licencias comerciales. El hecho de que una empresa no posea esta licencia, implica que debe ir a través de una tercera para hacer sus gestiones de compra o venta de productos. Se ha de cumplir con todos de los requisitos al realizar transacciones

comerciales con China, ya que cualquier error puede significar la cancelación de la licencia o, incluso, la adquisición de multas difíciles de subsanar en el corto plazo.

Si bien, cada vez resulta más clara la legislación china en cuanto al cumplimiento de las normas y acuerdos adquiridos ante la OMC, las barreras no arancelarias cobran más vigencia para proteger los intereses locales. Se debe tomar en cuenta, además, el hecho de que la mayor parte de esas normativas no se emiten en cualquier otro idioma que no sea el chino. La barrera idiomática continua siendo un gigante por vencer para realizar acuerdos realmente efectivos con los chinos, se recomienda buscar un intérprete antes de concretar negocios o como asesor en materia legal que sepa interpretar las leyes y acuerdos estipulados por las máximas autoridades comerciales para evitar violaciones innecesarias.

Es juicioso, aconsejable y conveniente que todas las empresas, las cuales piensen establecerse por su cuenta o quieran entrar en algún acuerdo de cooperación con sus contrapartes chinas, evalúen los canales “grises” de distribución. Estos operan al margen de

la ley y son de mucho peso en el mercado, pues pueden convertirse en algún momento en verdaderos competidores de las empresas legalmente establecidas en China. El plagio es tema de todos los días en Asia, es por eso importante asesorarse como corresponde y contar con protección suficiente ante cualquier eventualidad.

Estos elementos deben estar siempre presentes al tomar decisiones en el mercado chino. Desconocerlos o ignorarlos es una invitación clara al fracaso, independientemente del curso de acción que se quiera tomar en este mercado.

La información y preparación previa es clave para lograr negocios realmente efectivos en el corto, mediano o largo plazo.

Recomendación final

De acuerdo con Stephen Covey (1997), la filosofía “ganar/ganar” se basa en la creencia de que existe una tercera alternativa. *“No se trata de tu éxito, ni el mío, sino de un éxito mejor de un camino superior.”* (p.233). Más adelante amplía al explicar que esto supone aprendizaje recíproco, influencia mutua y beneficios compartidos.

El pensamiento anterior hace mención a lo más importante por considerar cuando se quiera desarrollar una relación comercial realmente efectiva con la República Popular China: un país que basa su apoyo comercial, político y económico en un ambiente de paz y de ganancia para las partes contratantes; donde todos estén satisfechos y puedan sacar ganancias sustanciales que al mismo tiempo sustenten su creciente demanda por productos de calidad y en altos volúmenes.

El camino correspondiente a Costa Rica en este sentido es largo, pero no difícil. Siempre ha estado y estará acompañado por socios comerciales estratégicos que le guiarán para adquirir los resultados queridos y avanzar en la escala económica internacional.

El esfuerzo realizado por los altos jerarcas del Gobierno de la República de Costa Rica ha sido el principal motor de estas iniciativas por posicionar a nuestro país en un lugar privilegiado ante el mundo globalizado al que se expone diariamente.

Es necesario establecer un acuerdo de cooperación mutua en materia comercial, política y económica entre Costa Rica, China y Chile, en donde se pueda consolidar una alianza estratégica que asegure a Asia suplencia de productos

para el largo plazo, por parte de las economías líderes de la región americana. Una vez consolidada esta posibilidad, lo que quede por delante es mera ganancia. China es un país con el cual vale la pena aventurarse en un mundo globalizado como el actual.

Figura 6.



Fuente: www.wikipedia.com 2009

Bibliografía

Covey, Stephen R. (1997) *Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.

Gómez, M. (2003) *Elementos de Estadística Descriptiva*. Costa Rica: Editorial Euned.

Hernández, R., Fernández C. y Baptista, P. (2003) *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill Interamericana.

Kinney, T.C. y Taylor, J.R. (1998) *Investigación de Mercados*. Colombia: McGraw-Hill Interamericana.

Procomer. (2007). Una Oportunidad de Oro, el Esplendor de una Cultura Milenaria y el Despertar de una Economía Pujante. *Revista Enlace Mundial*, 3, 05-50.

Bibliografía Electrónica

Al dia.co.cr (2009). TLC con China. Recuperado el 25 de Julio de 2009, de:
http://www.aldia.cr/ad_ee/2009/enero/21/nacionales1848354.html

Comex (2007). Tratado de Libre Comercio entre Costa Rica y China. Recuperado el 27 de Julio de 2009, de: <http://www.comex.go.cr/acuerdos/China/Paginas/default.aspx>

Comex (2008). Estudio de Factibilidad para un TLC entre Costa Rica y China. Recuperado el 10 de Agosto de 2009, de:
http://www.sice.oas.org/TPD/CRI_CHN/Negotiations/Feasibilitystudy0808_s.pdf

Direcon (2006). TLC Chile – China. Recuperado el 10 de Agosto de 2009, de:
http://www.direcon.cl/documentos/China2/documento_china_final_agosto_2006.pdf IPS (2009). Costa Rica – China: El aliento del dragón. Recuperado el 16 de Agosto de 2009, de: <http://ipsnoticias.net/nota.asp?idnews=41189>

Nacion.com (2007). Arias rompe con Taiwan tras sigiloso acercamiento con China. Recuperado 25 de Julio de 2009, de:
http://www.nacion.com/ln_ee/2007/junio/07/pais1123915.html

Prochile (2009). Características de la negociación del TLC entre China y Chile. Recuperado el 10 de Agosto de 2009, de:
http://www.sice.oas.org/TPD/CHL_CHN/Studies/Char_s.pdf

Prochile (2009). Ficha Técnica China. Recuperado el 27 de Julio de 2009, de:
http://www.prochile.cl/ficha_pais/china/relaciones_internacionales.php

Procomer (2009). Información Comercial. Recuperado el 03 de Agosto de 2009, de: <http://www.procomer.com/espanol/Info%20comercial/Informacion%20comercial.html>

Procomer (2009). Información de País Chile. Recuperado el 03 de Agosto de 2009, de: <http://www.procomer.com/espanol/Info%20comercial/Informacion%20comercial.html>

Procomer (2009). Información de País China. Recuperado el 03 de Agosto de 2009, de: <http://www.procomer.com/espanol/Info%20comercial/Informacion%20comercial.html>

WTO.org (2009). Costa Rica y la OMC. Recuperado 27 de Julio de 2009, de: http://www.wto.org/spanish/thewto_s/countries_s/costa_rica_s.htm

Xinhuanet (2009). China desplaza a EEUU como primer socio comercial de Chile. Recuperado el 18 de Julio de 2009, de: http://www.spanish.xinhuanet.com/spanish/2009-07/18/content_908073.htm

Anexo 1: Encuesta

Fecha: _____ Hora: _____ No. de Encuesta: _____

“Desarrollo Comercial China-Chile: Frutos Actuales y Enseñanzas para Costa Rica”

.....
Gracias por su atención. Mi nombre es Armando Rojas y soy estudiante de ULACIT. Estoy efectuando un estudio acerca del desarrollo comercial entre China y Chile, los frutos actuales y las enseñanzas a tomar en cuenta por parte de Costa Rica, país próximo a formalizar un Acuerdo de Libre Comercio con la nación asiática; tomando esto en consideración agradeceré unos minutos de su valioso tiempo para contestar las siguientes preguntas.
.....

I. Intercambio con China

1. ¿Desde hace cuánto tiempo su empresa lleva a cabo negocios con China?
 - a. 1 - 5 años
 - b. 5 - 10 años
 - c. 10 - 15 años
 - d. 15 - 20 años
 - e. Más de 20 años

2. ¿Con qué frecuencia realiza su empresa embarques a China?
 - a. Semanalmente
 - b. Bisemanalmente
 - c. Cada 3 semanas
 - d. Cada mes

3. ¿Bajo qué medio de transporte realiza su empresa estos embarques?
 - a. Aéreo
 - b. Marítimo
 - c. Otro (especifique): _____

4. ¿Considera usted que su negocio ha experimentado un cambio positivo después de la implementación de un TLC con China?
 - a. Si
 - b. No

5. ¿Cuál es el nivel de precios pagado por sus clientes chinos respecto a otros de Latinoamérica?
 - a. Alto
 - b. Bajo
 - c. Regular

II. Cultura de negocios con China

6. ¿Quién fue el puente de negocios entre China y su representada?
 - a. Promotora de Comercio Exterior de Chile
 - b. Departamento Comercial de su empresa
 - c. Feria Internacional
 - d. Otro (especifique): _____

7. Si el proceso de relaciones comerciales con China pudiera resumirse en una sola palabra, ¿cuál de las siguientes sería?
 - a. Paciencia
 - b. Educación
 - c. Formalidad
 - d. Respeto
 - e. Lealtad

8. ¿Viaja usted a China, al menos una vez al año, como parte de promoción e incentivo de su relación comercial con sus clientes de este país?
 - a. Sí
 - b. No

9. ¿Cuál es el medio de comunicación más utilizado por usted a la hora de realizar negocios con China?
 - a. Teléfono
 - b. Internet
 - c. Reuniones Face to Face
 - d. Otro (especifique): _____

10. ¿Considera usted que la diferencia de idioma es una barrera para realizar negocios realmente efectivos con China?
 - a. Sí
 - b. No

III. TLC China – Chile

11. ¿Ha notado usted una diferencia en materia comercial entre el antes y después del TLC entre China y Chile?
 - a. Sí
 - b. No

12. Considera usted que esta diferencia es:
- a. Positiva
 - b. Negativa
 - c. Regular
13. ¿Cuáles de los siguientes aspectos han sido claves en la aplicación del acuerdo comercial con la nación asiática?
- a. Negociación Efectiva
 - b. Seguimiento
 - c. Rápida respuesta
 - d. Formalidad
 - e. Mutua cooperación
 - f. Fácil solución de diferencias
14. ¿Busco usted información general importante antes de tomar más en serio las relaciones comerciales con la República Popular China después de la implementación de un TLC?
- a. Sí
 - b. No (Pasa a P16).
15. ¿De donde obtuvo información importante sobre China para su verificación comercial respectiva?
- a. Internet
 - b. Periódicos
 - c. Misiones Comerciales
 - d. Promotora de Comercio Exterior de Chile
 - e. Embajada de la República Popular China en Chile

IV. Enseñanzas para Costa Rica

16. ¿Cuáles de las siguientes opciones considera usted prudente tomar por parte de Costa Rica para una implementación adecuada del TLC con China?
- a. Apoyo OMC
 - b. Cooperación Internacional Chile – CR
 - c. Asesoría Internacional
 - d. Otro (especifique): _____
17. ¿Cuáles son los principales obstáculos detectados en el proceso para establecer un vínculo comercial entre ambos países?
- a. Cultura
 - b. Cumplimiento de requisitos para ingreso a mercado chino
 - c. Barreras Arancelarias y técnicas
 - d. Medidas sanitarias y fitosanitarias

18. Si Costa Rica tuviera que establecer prioridades de ingreso al mercado chino, ¿a qué grupo de consumidores debería dirigir su estrategia?
- a. Niños
 - b. Adolescentes
 - c. Adultos Jóvenes
 - d. Adultos
 - e. Pensionados

Datos Personales: Ya para terminar y solo con fines estadísticos, favor indicar lo siguiente:

19. Género:

- a. Masculino
- b. Femenino

20. Rango de edad:

- a. De 31 a 40 años
- b. De 41 a 50 años
- c. De 51 a 60 años
- d. Más de 61 años

21. Rango Jerárquico:

- a. Gerente Comercial
- b. Gerente de Exportaciones
- c. Agente de Ventas
- d. Otro (especifique): _____

¡Muchas gracias por su colaboración!

Anexo 2: Entrevista

Nombre: _____

Cargo u Ocupación: _____

Fecha: _____ Hora: _____

“Desarrollo Comercial China-Chile: Frutos Actuales y Enseñanzas para Costa Rica”

.....
Gracias por su atención. Mi nombre es Armando Rojas y soy estudiante de ULACIT. Estoy efectuando un estudio acerca del desarrollo comercial entre China y Chile, los frutos actuales y las enseñanzas a tomar en cuenta por parte de Costa Rica, país próximo a formalizar un Acuerdo de Libre Comercio con la nación asiática; tomando esto en consideración agradeceré unos minutos de su valioso tiempo para contestar las siguientes preguntas.
.....

a. China

1. ¿Por qué cree usted que se dice que la historia de China es reciente? Existe un antes y un después de su incorporación a la OMC?
2. ¿Ve usted realmente en China una oportunidad de oro respecto a comercio?
3. ¿Cuáles aspectos consideraría usted para afirmar que China representa una economía pujante?
4. ¿Cuál sería la diferencia entre la perspectiva empresarial y la diplomática a la hora de establecerse una relación con el país asiático?

b. Negocios con China

5. ¿Cuáles son los aspectos claves a considerar por parte de un gobierno, empresa o persona a la hora de establecer vínculos comerciales con China?
6. ¿Cuáles podrían ser algunas de las diferentes opciones de comercialización en China?
7. Se habla de relaciones de largo plazo pero de mucha paciencia con el país asiático, ¿Cuál es su opinión al respecto?
8. ¿Cuáles serían algunas características importantes a considerar respecto al comercio exterior de China y el intercambio con sus diferentes socios comerciales?

c. Chile – Economía Líder en Latinoamérica

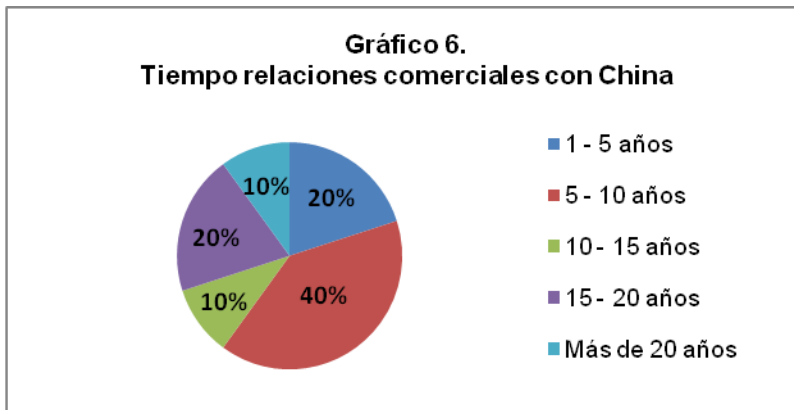
9. ¿Cuál considera usted ha sido el papel de China en la economía chilena después de la negociación e implementación de un Tratado de Libre Comercio en el año 2005?
10. ¿Cuál de las dos partes fue la más beneficiada? ¿China o Chile?
11. ¿Se ha realizado alguna modificación importante respecto a negocios y volumen de los mismos después de la implementación del TLC entre China y Chile?
12. ¿Cuál ha sido el sector más beneficiado con el acuerdo comercial y por qué? ¿Se podría hablar de igualdad de oportunidad para todos los agentes de la economía?

d. Costa Rica en su camino a un TLC con China

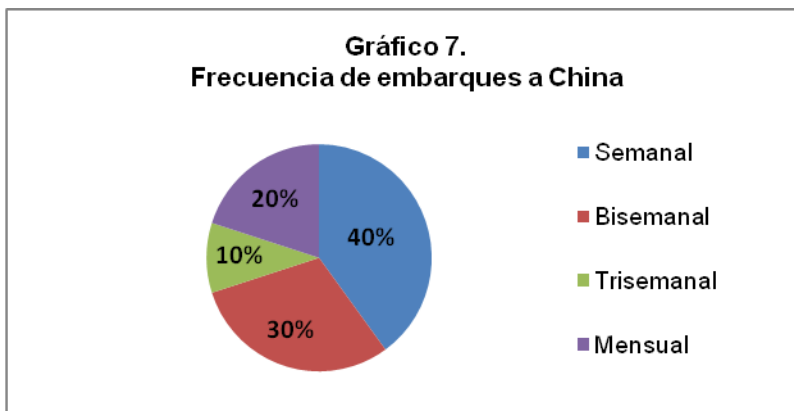
13. ¿Cuál sería la estrategia más recomendada para que Costa Rica logre una exitosa ronda de negociación con China?
14. ¿Existe un registro de recomendaciones o pasos a seguir para que Costa Rica logre una etapa de transición comercial asertiva con China?
15. Volviendo al tema de Chile como socio comercial estratégico tanto para China como para Costa Rica, ¿Estaría este país del sur en disposición de brindar asesoría comercial a nuestro país para un mejor aprovechamiento de la experiencia que actualmente se está viviendo y garantizar una mejor negociación e implementación del tratado?
16. ¿Considera usted que el establecimiento de relaciones comerciales con economías sólidas a nivel mundial podría facilitar la salida de Costa Rica de la lista de países en vías de desarrollo y un mejor posicionamiento en la región latinoamericana?

¡Muchas gracias por su colaboración!

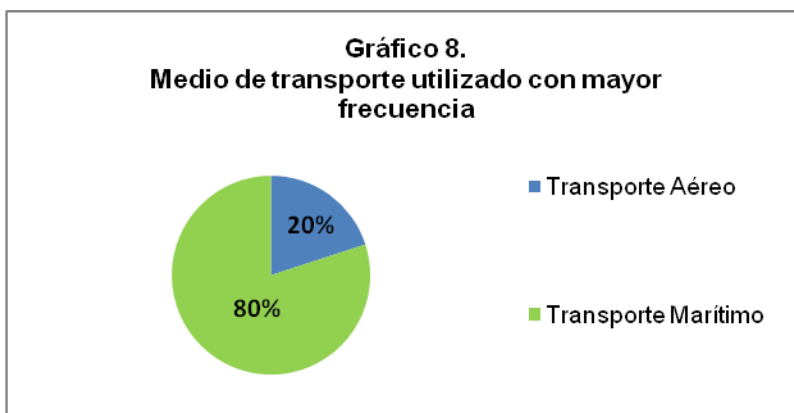
Anexo 3: Gráficos de la encuesta



Fuente: Encuesta a exportadores chilenos. Agosto 2009

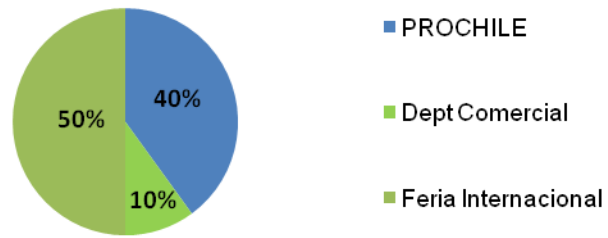


Fuente: Encuesta a exportadores chilenos. Agosto 2009



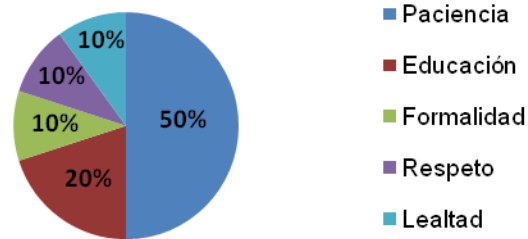
Fuente: Encuesta a exportadores chilenos. Agosto 2009

Gráfico 9.
Puente de negocios entre empresas y China



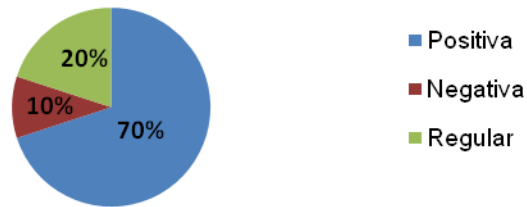
Fuente: Encuesta a exportadores chilenos. Agosto 2009

Gráfico 10.
Proceso de relaciones comerciales con China



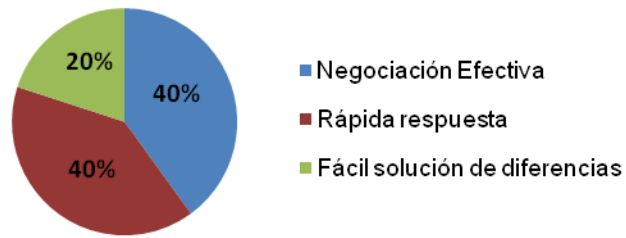
Fuente: Encuesta a exportadores chilenos. Agosto 2009

Gráfico 11.
Diferencia comercial entre antes y después de TLC con China



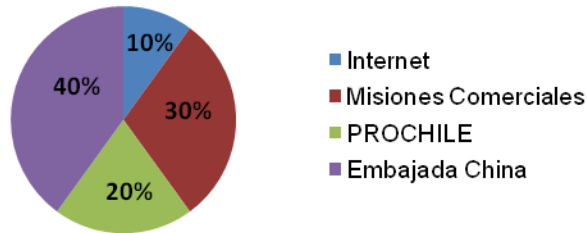
Fuente: Encuesta a exportadores chilenos. Agosto 2009

Gráfico 12.
Aspectos claves en aplicación de TLC con China



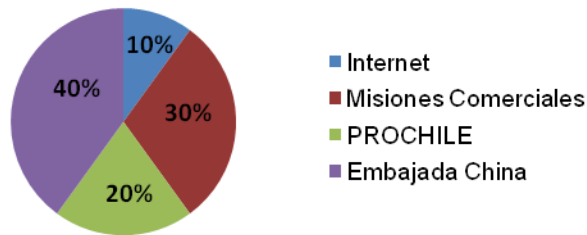
Fuente: Encuesta a exportadores chilenos. Agosto 2009

Gráfico 13.
Medios informativos de relación comercial



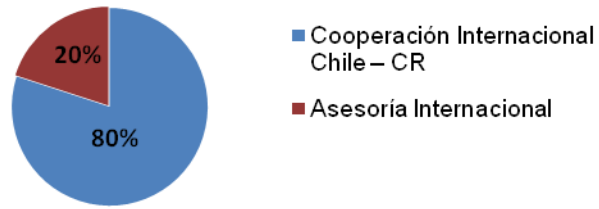
Fuente: Encuesta a exportadores chilenos. Agosto 2009

Gráfico 14.
Medios informativos de relación comercial



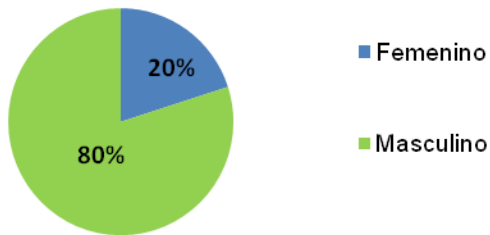
Fuente: Encuesta a exportadores chilenos. Agosto 2009

Gráfico 15.
Opciones adecuadas para implementación de TLC Costa Rica - China



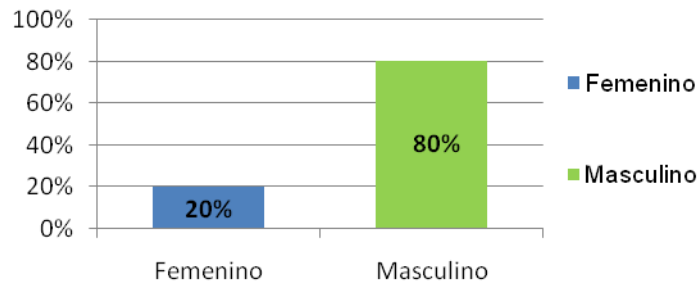
Fuente: Encuesta a exportadores chilenos. Agosto 2009

Gráfico 16.
Género de encuestados



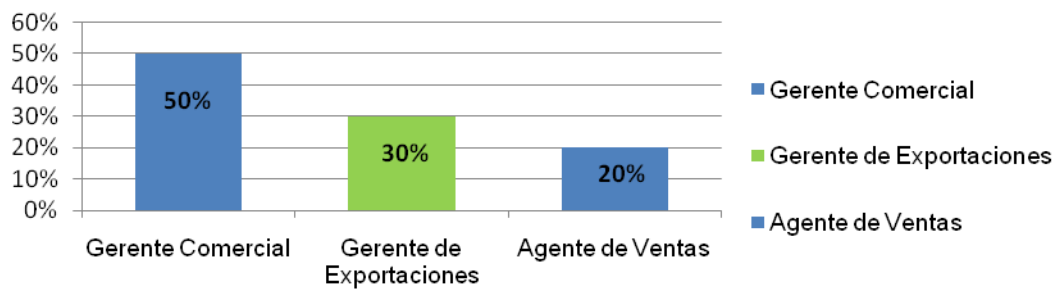
Fuente: Encuesta a exportadores chilenos. Agosto 2009

Gráfico 17.
Rango de edad de los encuestados



Fuente: Encuesta a exportadores chilenos. Agosto 2009

Gráfico 18.
Rango jerárquico de los encuestados



Fuente: Encuesta a exportadores chilenos. Agosto 2009

Anexo 4. Directorio Comercial de empresas chilenas que conformaron la muestra

DIRECTORIO EXPORTADORES CHILE - CHINA				
Empresa	Logo	Web Oficial	Oficina	Fax
Copefrut		www.copefrut.cl	5675 209121	5675 380341
David del Curto		www.ddc.cl	562 3622701	562 3622777
Dole Chile		www.dole.com	562 7874152	562 2060540
Greenvic		www.greenvic.cl	562 7074219	569 8860115
Pronto Export		www.prontoexport.cl	5634 536502	56 34 536503
Propal		www.propal.cl	5633 272704	5633 272711
San Clemente		www.sclm.cl	562 7384480	562 7384490
South Fruits		www.sfruits.cl	562 3609898	562 3610309
Unifrutti		www.unifrutti.com	562 6362347	562 6380628
Verfrut		www.verfrut.cl	562 4367056	562 4367056