



China: “un país, 23 mercados”



globbarea  
global business area

Cámara  
Castellón



# PERSPECTIVAS ECONOMÍA CHINA 2010-2012

- Crecimiento económico en torno al 8-10%
  
- 12º plan quinquenal (2011-2015):
  - Aumento clase media.
  - Inversión de 1 trillón de dólares en infraestructura urbana (red ferroviaria y construcción nuevas áreas urbanas).
  
- Previsiones 2025 en proyectos de infraestructura:
  - Creación de más de 200 mega ciudades.
  - Pavimento para 5.000 millones de m2 de carreteras.
  - Creación de sistemas de transporte urbano.



# OPORTUNIDADES DE INVERSIÓN 2010-2012

## I+D:

- Innovación como motor de crecimiento del país.
- Incentivos fiscales para la investigación privada.

## SECTORES DE OPORTUNIDAD:

- Servicios.
- Tecnológicos.
- Bienes de Consumo de alta gama, diseño y marcas reconocidas.

## ZONAS DE INVERSIÓN:

- Clusters industriales zona norte y oeste, con 23 grandes proyectos.
- Objetivo: disminuir diferencias entre la zona costera, donde se concentra el 60% de los clusters industriales (provincias de Zhejiang, Jiangsu, Guangdong y Shandong).



# OPORTUNIDADES DE NEGOCIO 2010-2012

- HÁBITAT/CONSTRUCCIÓN: Materiales de Construcción eficientes y Mueble de lujo
- AGROALIMENTARIO: Productos Gourmet
- SERVICIOS AMBIENTALES: Tratamientos de Aguas Residuales
- Otros sectores de interés:
  - MÉDICO HOSPITALARIO: Artículos y aparatos de ortopedia, instrumentos, material médico quirúrgico,...
  - MODA INFANTIL (vestidos, abrigos, calzado,..) y artículos de PUERICULTURA, para consumidores de clase alta.



# MACROSECTOR AGROALIMENTARIO

## ■ FACTORES DE INFLUENCIA:

- Mayor poder adquisitivo de la población.
- Mejora de la red de distribución (cadena de frío e infraestructuras).
- Mayor consumo de productos importados.
- Consumo de alimentos fuera del hogar.

## ■ PRODUCTOS GOURMET:

- Mayor demanda por crecimiento clase media.
- Incremento del 15% anual en la importación de dichos productos.
- Destacan los frutos secos, el queso, los productos de confitería, miel, mermeladas y especialmente el VINO y el ACEITE DE OLIVA.



# MACROSECTOR SERVICIOS

## ■ FACTORES DE INFLUENCIA:

- 80% de las ciudades chinas carecen de instalaciones para tratamiento aguas residuales.
- Objetivo prioritario del gobierno: Tratamiento de residuos sólidos y aguas residuales, así como el control de la contaminación en las principales reservas de agua.

## ■ PRINCIPALES OPORTUNIDADES:

- Tratamiento de lodos, tecnologías para la eliminación de fósforo.
- Tratamiento de residuos en áreas urbanas y rurales.
- Tecnología para purificar el agua.
- Desalinización del agua del mar.

## ■ PROYECTOS VIGENTES:

- "EAST LAKE PROJECT" (provincia de Hubei): 2.200 millones USD.
- "SOUTH-TO-NORTH WATER DIVERSION PROJECT" (provincias de Pekín, Tianjin, Hebei, Henan, Shandong y Jiangsu): 6.000 millones USD.



# MACROSECTOR HÁBITAT/CONSTRUCCIÓN

## ■ MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN EFICIENTES:

- Respuesta a los problemas de contaminación y medioambientales del país.
- PRINCIPALES OPORTUNIDADES: materiales aislantes, traslúcidos, relacionados con la ventilación de los edificios, sistemas de calefacción eficientes, en definitiva materiales para el ahorro energético.
- Principales competidores: Italia, Japón, Turquía, Estados Unidos y Alemania.

## ■ MUEBLE DE LUJO:

- Crecimiento medio del 18,07% en las importaciones.
- Criterios de compra: simplicidad, diseño y materia prima europea.
- PRINCIPALES OPORTUNIDADES: mueble de cocina, partes de mueble, asientos de armazón de madera y partes de asientos.



## 2 PROVINCIAS, 3 MERCADOS



**PROV. HEILONGJIANG:** 38 mill./hab.  
- **HARBIN** (capital): 9.000.000 hab.

**PROV. LIAONING:** 42 mill./hab.  
- **SHENYANG** (capital): 7.200.000 hab.  
- **DALIAN:** 6.200.000 hab.

- OPORTUNIDAD DE NEGOCIO:**
- 19 importadores de Mat. Construcción
  - 37 promotores
  - 50 despachos de arquitectos y decoradores



# EXPERIENCIA CÁMARA CASTELLÓN

## ■ MÁXIMA COMPETENCIA EN PRINCIPALES CIUDADES:

Identificar proyectos adecuados (experiencia y capacidad)

## ■ RESULTADOS A LARGO PLAZO:

- Permanencia requerida para ganar confianza.
- Romper barreras culturales.
- Distribuidor.

## ■ SEGUIMIENTO: **GLOBBAREA**

- Cualificación de contactos
- Refuerzo de marca
- Actuación conjunta empresas





Muchas gracias por su  
atención

China: “un país, 23 mercados”

Cristina Martínez Beamud  
cmartinez@camaracastellon.com  
Técnico del dpto. Promoción Exterior  
Cámara de Comercio de Castellón

