



Informe Preferia CIIE, China

Informe Preferia CIIE, China

El presente documento fue elaborado por la Subsecretaría de Mercados Agroalimentarios e Inserción Internacional de la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca, y pretende ser un resumen de las principales características del mercado de China, así como del comercio bilateral, la estructura comercial y los principales requisitos de acceso para los productos argentinos, con el objetivo que se constituya en una base de información de utilidad para las empresas que participan de la 8th CIIE CHINA INTERNATIONAL IMPORT EXPO, junto a la Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional.

Información de utilidad en Argentina

Subsecretaría de Mercados Agroalimentarios e Inserción Internacional

- › Correo electrónico: ssmaii@magyp.gob.ar
- › Sitio web: magyp.gob.ar/mercadosagropecuarios/

Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional

- › Correo electrónico: ic@inversionycomercio.org.ar

ÍNDICE

Síntesis ejecutiva	5
Perfil de la feria	5
Datos básicos	7
Comercio exterior de China	8
Exportaciones totales y de productos agroindustriales de Argentina a China	10
Análisis de los productos participantes de la Feria	14
Agenda bilateral Argentina China en negociación	16
Acceso a mercado, comercialización y canales de distribución	20
El mercado	20
Tendencias de consumo	22
Requisitos de acceso	25
Anexo	32

Síntesis ejecutiva

Perfil de la feria

Ficha técnica

La Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional participará por octavo año consecutivo en la octava edición de la CIIE, CHINA INTERNATIONAL IMPORT EXPO que se llevará a cabo en la ciudad de Shanghái, República Popular China, del 5 al 10 de noviembre de 2025.

La CIIE 2025 está organizada por el Ministerio de Comercio de China (MOFCOM) que desempeña un papel central en la elaboración del plan de comercio exterior, es responsable de la negociación de los acuerdos económicos con terceros países. Formula y pone en práctica las políticas en materia de comercio exterior (i.e. contenciosos y procedimientos antidumping). Asimismo, se ocupa de las relaciones con organismos internacionales (i.e. UNCTAD, Banco Mundial, OMC) y es también responsable de las competencias relacionadas con el comercio interior y la aprobación de las inversiones en el exterior. Se trata de una exposición multisectorial celebrada por China, enteramente dedicada a la importación de proveedores internacionales. Dicho evento brinda la posibilidad de llegar al mercado chino.

En esta edición, Argentina contará con un stand de 150 m2 a disposición de 13 empresas que exhibirán sus productos correspondientes al sector de alimentos y bebidas, y 135 m2 en el área institucional, donde se llevarán a cabo diversas actividades de promoción comercial tales como degustaciones de vino, carne, empanadas, así como también shows de tango, etcétera.

El listado de las empresas que exhibirán sus productos en el sector de Alimentos y Bebidas es el siguiente Hall 8.2:

1. ARBUMASA S.A. (langostinos y calamar),
2. Bronnenberg Food Company SRL (Yerba mate, miel, mermeladas, bebidas y pulpas de frutas de la selva argentina),
3. CASARENA BODEGA Y VIÑEDOS S.A. (vinos),
4. CON-ELE SRL (vinos),
5. DOS MATES S.A. (semillas de cilantro enteras y perdidas),
6. ELCOR SA (lácteos),
7. FANNY MARÍA VILLAMAYOR (Soluciones integrales de exportación o importación),
8. IFLOW (dulces, aceite, aceto, salsas, queso, vinos, etc.),
9. LA RURAL VIÑEDOS Y BODEGAS S.A LTDA (vinos),

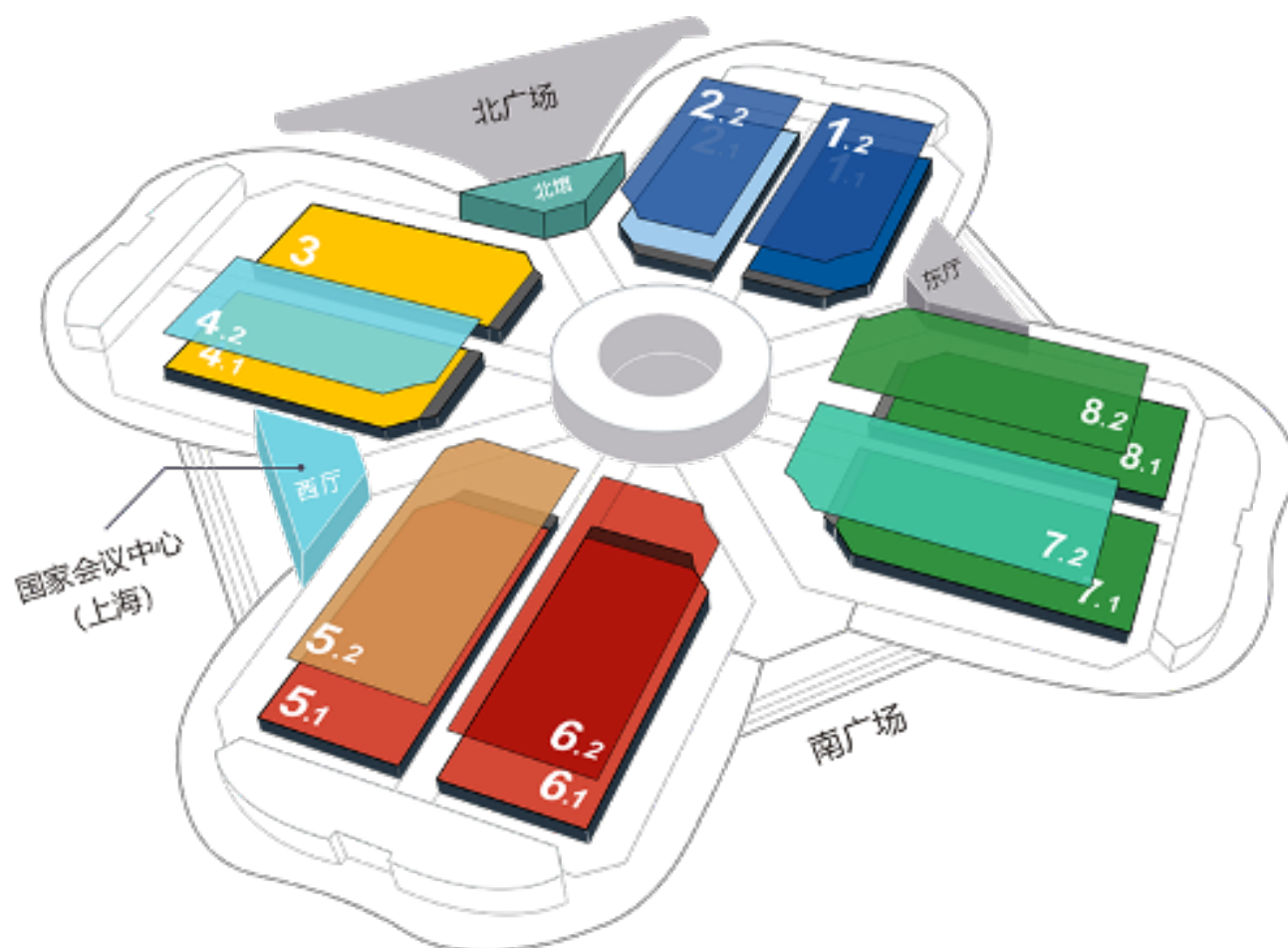
10. MAR-KRES SRL (vinos),
11. MUNICIPIO DE MARCOS PAZ (alfajores, tostadas, dulce de leche, jamón crudo, cortes frescos de cerdo, embutidos y variedad de productos),
12. PIREN CO PATAGONIA SRL (agua mineral natural Premium),
13. HUB LOGÍSTICO ARGENTINO EN SHANGHAI (carne, vinos, agua mineral, yerba mate, etc.).

Datos de interés

Se adjunta un mapa del predio ferial. El pabellón argentino se encuentra en el hall 8.2 (hall 2, primer piso) del sector de alimentos.

Predio ferial: National Exhibition and Convention Center (Shanghai) (NECC).

Dirección: No. 333, Songze Avenue, Qingpu District, Shanghai.



Plano general de la feria

Datos básicos

Nombre oficial: República Popular China.

Superficie: 9.596.960 km².

Población: 1.410.776.000 habitantes.

Religiones: Ninguna religión 52,1%, religión popular 21,9%, budistas 18,2%, cristianos 5,1%, musulmanes 1,8%, hindú < 0,1%, judíos < 0,1%, otras 0,7% (incluye taoístas).

Lenguas Oficial: chino mandarín (putonghua). Otras: yue (Cantón), wu (Shanghái), minbei (Fuzhou), minnan (hokkien-taiwanés), xiang, gan, hakka.

División administrativa: 23 provincias (sheng), 5 regiones autónomas (zizhiqu), 4 municipios (shi) y dos regiones administrativas especiales: Hong Kong y Macao.

Formalidades de entrada: Pasaporte en vigor sin validez mínima para estancias de hasta 15 días en China y de hasta 90 días en Hong Kong y Macao (directrices válidas hasta 31/12/2025).



Comercio exterior de China

Como puede observarse en el siguiente cuadro, que reproduce el comercio internacional total de la República Popular China, en el año 2024, tuvo una balanza comercial positiva de casi 988.200 millones de dólares estadounidenses.

Al compararlo con el año 2023, año en que la balanza comercial fue positiva en 829.400 de millones de dólares estadounidenses, puede observarse que el resultado obtenido en el 2024 tuvo un incremento del 19%. Si se compara con la balanza comercial registrada en el año 2019, el incremento en tan sólo 6 años fue de 229%.

En tanto la balanza comercial para el comercio agroindustrial, en los últimos 5 años analizados ha sido negativa, alcanzando los 109.150 millones de dólares estadounidenses en el año 2024, valor este, 151% superior al registrado en el año 2019.

Comercio Internacional China												
Intercambio Agroindustrial y Total Período 2019-2024												
Período	Comercio Total			Comercio Agroindustrial			Agro/ Total	Agro/ Total	Variación/Año anterior			
	(Mill. de U\$S)			(Mill. de U\$S)			(%)	(%)	TOTAL		AGRO	
Año	EXPO	IMPO	B.C. TOTAL	EXPO	IMPO	B.C. AGRO	EXPO	IMPO	EXPO	IMPO	EXPO	IMPO
2019	2.498.334	2.066.513	431.821	62.435	134.476	-72.041	2%	7%				
2020	2.588.402	2.057.021	531.381	61.285	158.506	-97.221	2%	8%	4%	0%	23%	-2%
2021	3.361.814	2.675.680	686.134	63.331	206.021	-142.690	2%	8%	30%	30%	3%	30%
2022	3.593.601	2.715.998	877.603	81.574	217.274	-135.700	2%	8%	7%	2%	29%	5%
2023	3.388.716	2.559.319	829.397	84.539	216.014	-131.475	2%	8%	-6%	-6%	4%	-1%
2024	3.575.457	2.587.295	988.162	88.086	197.236	-109.150	2%	8%	6%	1%	4%	-9%

Fuente: Subsecretaría de Mercados Agroalimentarios e Inserción Internacional en base a Trade Map

Informe Preferia CIIE, China

Principales productos Agroindustriales importados por China								
Ordenado por U\$S de 2024								
Posición	Descripción	SA06	Millones U\$S				Var. (%) 24/23	Ratio sobre total 2024
			2021	2022	2023	2024		
1	Habas de soja, incluso quebrantadas (exc. las de siembra para siembra)	120.190	53.528	61.235	60.462	52.822	-13%	27%
2	Carne deshuesada, de bovinos, congelada	20.230	10.630	15.593	12.124	11.662	-4%	6%
3	Maíz (exc. las de siembra para siembra)	100.590	8.019	7.098	9.015	3.746	-58%	2%
4	Duriones, frescos	81.060	4.205	4.034	6.707	6.992	4%	4%
5	Preparaciones alimenticias, n.c.o.p.	210.690	4.070	4.700	5.431	6.292	16%	3%
6	Aceite de palma y sus fracciones, incl. refinados, sin modificar químicamente (exc. aceite . . .	151.190	5.945	5.839	5.099	3.382	-34%	2%
7	Preparaciones alimenticias de harina, grañones, sémola, almidón, fécula o extracto de malta, . . .	190.110	4.453	4.544	4.294	4.094	-5%	2%
8	Algodón, sin cardar ni peinar	'520100	4.104	5.232	4.162	5.317	28%	3%
9	Trozos y despojos comestibles, de gallo o de gallina, de especies domésticas, congelados	'020714	3.459	4.097	4.126	2.893	-30%	1%
10	Cebada (exc. las de siembra para siembra)	'100390	3.556	2.052	3.770	3.790	1%	2%
11	Semillas de nabo "nabina" o de colza con bajo contenido de ácido erúico "de las que se obtiene ...	'120510	1.480	1.506	3.465	3.293	-5%	2%
12	Trigo y morcajo (exc. las de siembra para la siembra, y el trigo duro)	'100199	1.460	2.663	2.914	2.017	-31%	1%
13	Harina, polvo y "pellets", de pescado o de crustáceos, de moluscos o demás invertebrados acuáticos, ...	'230120	2.745	2.989	2.914	3.223	11%	2%
14	Despojos de porcino, comestibles, congelados (exc. los hígados)	'020649	2.817	2.690	2.739	2.520	-8%	1%
15	Carne de porcinos, congelada (exc. canales o medias canales, así como piernas, paletas y sus ...	'020329	7.244	2.864	2.726	1.656	-39%	1%
16	Aceites de nabo "nabina" o colza con bajo contenido de ácido erúico "aceite fijo con un contenido ...	'151411	2.209	1.620	2.659	1.860	-30%	1%
17	Cerezas frescas (excepto las cerezas ácidas)	'080929	1.992	2.765	2.588	3.593	39%	2%
18	Lana esquilada, sucia, incl. la lavada en vivo, sin cardar ni peinar	'510111	2.319	2.135	1.960	1.949	-1%	1%
19	Azúcar de caña, en estado sólido, (excepto los de la caña de azúcar 1701 13) sin adición de ...	'170114	1.942	2.212	1.904	2.157	13%	1%
20	Sorgo en grano (excepto para siembra)	'100790	3.027	3.742	1.830	2.592	42%	1%
Resto			76.817	77.664	75.125	71.387	-5%	36%
TOTAL GENERAL			206.021	217.274	216.014	197.237	-9%	100%

Fuente: Subsecretaría de Mercados e Inserción Internacional en base a datos Trade Map

De los principales 20 productos agroindustriales importados por la República Popular China en el 2024, 8 de ellos registraron tasas positivas respecto al año anterior (2023): entre los más significativos se encuentran:

Sorgo en grano (41,6%), cerezas frescas (38.8%), algodón sin cardar (27.8%), preparaciones alimenticias (15.9%) y azúcar de caña (13.3%).

En 2024 las importaciones agroindustriales (las 20 primeras posiciones a 6 dígitos) explican el 65% de las importaciones totales. Dentro de este grupo, se señalan como relevantes para la producción agroindustrial argentina:

Habas de soja, incluso quebrantadas (exc. las de siembra para siembra)
Carne deshuesada, de bovinos, congelada
Maíz (exc. las de siembra para siembra)
Preparaciones alimenticias, n.c.o.p.
Preparaciones alimenticias de harina, grañones, sémola, almidón, fécula o extracto de malta, . . .
Algodón, sin cardar ni peinar
Trozos y despojos comestibles, de gallo o de gallina, de especies domésticas, congelados
Cebada (exc. las de siembra para siembra)
Trigo y morcajo (exc. las de siembra para la siembra, y el trigo duro)
Despojos de porcino, comestibles, congelados (exc. los hígados)
Carne de porcinos, congelada (exc. canales o medias canales, así como piernas, paletas y sus ...
Aceites de nabo "nabina" o colza con bajo contenido de ácido erúico "aceite fijo con un contenido ...
Cerezas frescas (excepto las cerezas ácidas)
Azúcar de caña, en estado sólido, (excepto los de la caña de azúcar 1701 13) sin adición de ...
Sorgo en grano (excepto para siembra)

Fuente: Subsecretaría de Mercados e Inserción Internacional en base a datos Trade Map

Las tres primeras posiciones (porotos de soja, carne deshuesada de bovino congelada y maíz) representaron el 35% de los montos importados sobre el total con una participación de 24% para los porotos de soja, 5% para la carne bovina y 5% para el maíz.

Exportaciones totales y de productos agroindustriales de Argentina a China

Como puede observarse en el siguiente cuadro, desde 2020 la balanza comercial con China ha sido negativa, con un monto promedio de 6.964 millones de dólares. En particular, en 2024 el saldo de la balanza comercial fue un 60% inferior al del año anterior, debido principalmente a la caída del valor de las importaciones y un leve repunte de los valores exportados.

Balanza comercial entre Argentina y China				
Valores expresados en millones de dólares estadounidenses				
Año	Exportaciones	Importaciones	Balanza comercial	Var. (%) en valor de las exportaciones
2020	5.397	8.664	-3.267	
2021	6.295	13.538	-7.243	17%
2022	8.048	17.513	-9.465	28%
2023	5.294	14.545	-9.251	-34%
2024	6.072	11.668	-5.596	15%

Fuente: Subsecretaría de Mercados Agroalimentarios e Inserción Internacional en base INDEC

China ocupa la posición 4° como principal destino de las exportaciones de nuestro país, registrando para el año 2024 un aumento del 15,3% respecto al guarismo registrado en el año 2023.

Ranking por país de destino 2024		
Top 10 - Exportaciónen U\$S FOB		
País/es	Millones de dólares	Variación
Brasil	13.611	14,79%
Estados Unidos	6.406	15,04%
Chile	6.329	28,12%
China	5.965	15,29
India	3.933	60,51%
Viet Nam	3.281	56,75%
Perú	2.479	-2,95%
Suiza	1.696	42,21%
Países Bajos	1.694	8,68%
Uruguay	1.644	-0,92%

Fuente: Subsecretaría de Mercados Agroalimentarios e Inserción Internacional en base INDEC

Argentina exportó en 2024 un total de 5.107 millones de dólares estadounidense de productos agroindustriales a China.

Las mismas experimentaron un aumento, respecto de 2023, de 14%. El promedio de los últimos 5 años fue de 5.528 millones de dólares estadounidense.

Producto	Valor (expresado en millones de U\$D FOB)				
	2024	2023	2022	2021	2020
Poroto de soja	1.762	937	2.892	1.945	1.867
Carne bovina, deshuesada, congelada	1.302	1.491	2.079	1.459	1.591
Aceite de soja	439	310	169	418	296

Informe Preferia CIIE, China

Cebada en grano excluida cervecera	354	619	626	362	55
Carne y productos bovinos	268	187	188	209	117
Sorgo en grano	257	211	458	519	79
Crustáceos congelados	159	176	154	101	131
Moluscos congelados	118	63	56	60	195
Tabaco desvenado o desnervado	94	55	39	62	55
Cueros y pieles en bruto de bovinos y equinos	67	78	40	42	14
Cueros y pieles curtidos de bovinos	36	38	41	56	37
Aceite de maní	24	45	61	37	71
Pescado congelado	22	18	4	14	15
Alimentos para animales de vegetales	22	28	17	9	8
Lactosuero	21	20	19	26	18
Resto	162	211	411	512	415
TOTAL	5.107	4.487	7.252	5.831	4.964

Fuente: Subsecretaría de Mercados Agroalimentarios e Inserción Internacional en base INDEC

Producto	Variación % del valor				
	2024	2023	2022	2021	2020
Poroto de soja	88%	-68%	49%	4%	-
Carne bovina, deshuesada, congelada	-13%	-28%	43%	-8%	-
Aceite de soja	42%	83%	-60%	41%	-
Cebada en grano excluida cervecera	-43%	-1%	73%	557%	-
Carne y productos bovinos	43%	0%	-10%	79%	-
Sorgo en grano	22%	-54%	-12%	558%	-
Crustáceos congelados	-10%	15%	52%	-23%	-
Moluscos congelados	89%	12%	-6%	-69%	-
Tabaco desvenado o desnervado	70%	43%	-38%	14%	-
Cueros y pieles en bruto de bovinos y equinos	-14%	93%	-4%	204%	-
Cueros y pieles curtidos de bovinos	-5%	-7%	-27%	50%	-
Aceite de maní	-47%	-26%	66%	-48%	-
Pescado congelado	26%	382%	-74%	-9%	-
Alimentos para animales de vegetales	-21%	66%	96%	6%	-
Lactosuero	5%	8%	-27%	42%	-
Resto	-23%	-49%	-20%	23%	-
Total	14%	-38%	24%	17%	-

Fuente: Subsecretaría de Mercados Agroalimentarios e Inserción Internacional en base INDEC

Informe Preferia CIIE, China

Producto	Volumen (toneladas)				
	2024	2023	2022	2021	2020
Poroto de soja	4.086.824	1.736.406	4.924.688	3.745.285	5.475.487
Carne bovina, deshuesada, congelada	384.714	408.302	390.755	315.652	402.361
Aceite de soja	488.951	310.422	130.700	372.735	415.427
Cebada en grano excluida cervecera	1.613.807	2.034.481	2.203.955	1.580.811	298.184
Carne y productos bovinos	177.863	129.517	100.698	101.469	54.855
Sorgo en grano	1.182.346	750.693	1.688.020	2.229.861	460.068
Crustáceos congelados	21.382	27.297	22.937	14.449	20.105
Moluscos congelados	47.101	27.261	26.957	29.650	75.686
Tabaco desvenado o desnervado	12.335	7.286	5.732	9.999	9.009
Cueros y pieles en bruto de bovinos y equinos	118.928	123.172	63.957	93.056	58.785
Cueros y pieles curtidos de bovinos	18.440	18.448	17.270	24.489	19.868
Aceite de maní	14.611	25.122	33.327	20.024	50.179
Pescado congelado	6.410	6.569	2.321	2.213	5.990
Alimentos para animales de vegetales	17.692	22.098	16.602	7.570	9.759
Lactosuero	24.425	19.243	14.545	22.635	14.257
Resto	180.001	229.540	458.256	851.142	472.985
TOTAL	8.395.832	5.875.858	10.100.719	9.421.039	7.843.005

Fuente: Subsecretaría de Mercados Agroalimentarios e Inserción Internacional en base INDEC

Producto	Variación % del volumen				
	2024	2023	2022	2021	2020
Poroto de soja	135%	-65%	31%	-32%	-
Carne bovina, deshuesada, congelada	-6%	4%	24%	-22%	-
Aceite de soja	58%	138%	-65%	-10%	-
Cebada en grano excluida cervecera	-21%	-8%	39%	430%	-
Carne y productos bovinos	37%	29%	-1%	85%	-
Sorgo en grano	58%	-56%	-24%	385%	-
Crustáceos congelados	-22%	19%	59%	-28%	-
Moluscos congelados	73%	1%	-9%	-61%	-
Tabaco desvenado o desnervado	69%	27%	-43%	11%	-
Cueros y pieles en bruto de bovinos y equinos	-3%	93%	-31%	58%	-
Cueros y pieles curtidos de bovinos	0%	7%	-29%	23%	-
Aceite de maní	-42%	-25%	66%	-60%	-
Pescado congelado	-2%	183%	5%	-63%	-
Alimentos para animales de vegetales	-20%	33%	119%	-22%	-
Lactosuero	27%	32%	-36%	59%	-
Resto	-22%	-50%	-46%	80%	-
TOTAL	43%	-42%	7%	20%	-

Fuente: Subsecretaría de Mercados Agroalimentarios e Inserción Internacional en base INDEC

Los siguientes productos tuvieron una variación positiva, considerando el valor exportado, expresado en %, durante el 2024 respecto a 2023:

Producto	2024
Moluscos congelados	89%
Poroto de soja	88%
Tabaco desvenado o desnervado	70%
Carne y productos bovinos	43%
Aceite de soja	42%
Pescado congelado	26%
Sorgo en grano	22%
Lactosuero	5%

Fuente: Subsecretaría de Mercados Agroalimentarios e Inserción Internacional en base INDEC

Análisis de los productos participantes de la feria

Argentina exporta a China

AÑO 2024		Exportaciones de Argentina a China	
NCM	Descripción	Monto FOB en U\$S	Peso Neto (Ton.)
03061710	Camarones, langostinos y otros decápodos excluidos de agua fría, enteros, congelados	14.425.095	2.604
03061790	Camarones, langostinos y otros decápodos excluidos de agua fría y enteros, congelados	123.589.792	17.798
03074310	Calamares y potas congelados	118.556.454	47.183
09030090	Yerba mate excluida simplemente canchada	527.789	147
22041010	Vino espumoso tipo champañá	s	s
22041090	Vino espumoso excluido tipo champañá	15.860	3,3
22042100	Vinos no espumosos, mosto de uva en el que la fermentación se ha impedido o cortado añadiendo alcohol, en envases con capacidad ≤ a 2 l.	8.743.238	1.478
22042211	Vinos no espumosos en envases con capacidad > 2 l ≤ 5 l	12.763	1
22042219	Vinos no espumosos en envases con capacidad > 5 l ≤ 10 l	s	s
04022110	Leche entera, en polvo, gránulos o similares, s/azucarar, c/contenido de materias grasas > al 1,5%	s	s
04041000	Lactosuero, modificado o no	21.248.190	24.445
04051000	Manteca	s	s
04061010	Mozzarella	s	s
04063000	Queso fundido excluido rallado o en polvo	s	s
22011000	Agua mineral y agua gaseada	s	s
02032100	Carne porcina en reses o medias reses, congelada	s	s
02032900	Carne porcina, congelada, n.cop.	2.004.473	1.329

Fuente: Subsecretaría de Mercados Agroalimentarios e Inserción Internacional en base INDEC

Si el resultado de una consulta arroja un símbolo “s” en uno o más períodos, indica que registra movimiento, pero el número de operadores es insuficiente para mostrar el valor de la operación. En este caso, esa transacción es parte del código “99999999” y su descripción es: “Confidencial”.

Si el producto participante de la misión comercial no aparece en el cuadro precedente significa que no se registraron movimientos para el período 2024.

China le compra al mundo

		Importaciones de China	
NCM	Descripción	Monto CIF en U\$S	Principales proveedores
‘03061710	Camarones, langostinos y otros decápodos excluidos de agua fría, enteros, congelados	4.553.612	Ecuador (68%), India (17%), Tailandia (5%), Argentina (3%), Arabia Saudita (2%), Vietnam (1%).
03074310	Calamares y potas congelados	1.155.863	Indonesia (35%), Argentina (12%), Taipei (12%), Estados Unidos (9%), Malasia (8%), Perú (6%), India (4%), Pakistán (3%), Nueva Zelanda (3%).
‘09030090	Yerba mate excluida simplemente canchada	695	Argentina (76%), Brasil (23%).
22041010	Vino espumoso tipo champaña	67.208	Francia (69%), Italia (22%), España (4,6%), Australia (1,6%), Alemania (0,8%), Chile (0,2%), Sudáfrica (0,2), Argentina (0,02%).
22042100	Vinos no espumosos, mosto de uva en el que la fermentación se ha impedido o cortado añadiendo alcohol, en envases con capacidad <= a 2 l.	1.435.766	Australia (38%), Francia (31%), Chile (10%), Italia (6%), Estados Unidos (3%), España (3%), Nueva Zelanda (2%), Alemania (2%), Sudáfrica (1%), Argentina (1%).
220422	Vinos no espumosos en envases con capacidad > 2 l <= 5 l	8.518	Estados Unidos (37%), Australia (30%), Francia (18%), Italia (5%), España (3%), Sudáfrica (2%), Chile (2%), Portugal (1%), Argentina (1%).
‘04022110	Leche entera, en polvo, gránulos o similares ,s/azucarar, c/contenido de materias grasas > al 1, 5%	1.624.803	Nueva Zelanda (79%), Australia (13%), Países Bajos (5%), Malasia (1%), Francia (1%), Argentina (0,01%).
‘04041000	Lacto suero, modificado o no	780.694	Estados Unidos (30%), Países Bajos (10%), Francia (9%), Dinamarca (6%), Irlanda (6%), Alemania (6%), Belarús (5%), España (5%), Polonia (4%), Argentina (3%).
‘04051000	Manteca	737.431	Nueva Zelanda (80%), Francia (11%), Países Bajos (3%), Bélgica (3%), Australia (2%), Argentina (0,2%).
‘04061010	Mozzarella	361.026	Nueva Zelanda (53%), Australia (26%), Italia (16%), España (1%), Francia (1%), Argentina (0.06%).
‘04063000	Queso fundido excluido rallado o en polvo	125.949	Nueva Zelanda (48%), Francia (20%), Vietnam (14%), Estados Unidos (5%), Singapur (3%), Italia (2%), Australia (2%), Argentina (0,13%).
22011000	Agua mineral y agua gaseada	131.282	Francia (51%), Tailandia (29%), Italia (9%), Fiji (4%), Nueva Zelanda (3%), Australia (2%).
2032100	Carne porcina en reses o medias reses, congelada	53	Francia (75%), España (25%).
2032900	Carne porcina, congelada, ncop.	1.656.638	Brasil (31%), España (29%), Dinamarca (7%), Países Bajos (7%), Francia (6%), Canadá (5%), Argentina (0,1%).

Fuente: Subsecretaría de Mercados Agroalimentarios e Inserción Internacional en base a Trademap

Agenda Bilateral Sanitaria en negociación Argentina-China

CHINA – PRIORIZACIÓN DE NEGOCIACIONES DE ACCESO EN CURSO -Julio 2025-

El presente trabajo tiene como objetivo señalar el orden de prioridad en las negociaciones actualmente en curso con la Administración General de Aduanas de China (GACC).

Cabe recordar que las negociaciones con GACC se dividen en diferentes Departamentos y Divisiones, ante los cuales debe ser establecido un orden de prioridad específico, donde la regla general es que se trabaje en un producto por vez en cada caso.

Productos abiertos

1. Mercados tradicionales (abiertos sin necesidad firma protocolo)

- **Alimentos:** golosinas, galletas, panificados, pastas, infusiones, snacks, mermeladas, mantequilla maní, enlatados y otros alimentos procesados.
- **Bebidas:** vinos, aguas, gaseosas, licores, etc.
- **Aceites:** todos
- **Otros:** productos de la pesca, porotos de soja, maní, maderas, cueros, lana, algodón.

2. Mercados abiertos con firma protocolo (año apertura)

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none">• Carne Aviar (2002);• Tabaco (2006);• Alimentos para mascotas (2009);• Lácteos (2002, 2010);• Carne Vacuna (deshuesada 2010, con hueso y enfriada 2018);• Cebada (2010);• Semen y embriones bovinos (2011);• Harinas de carne, hueso y sangre (2011);• Ovoproductos (2012); | <ul style="list-style-type: none">• Caballos en pie (2013);• Peras y manzanas (2004, Adenda 2010, 2014);• Sorgo (2014, 2023);• Fardos de Alfalfa (2015);• Uvas de mesa (2016);• Arvejas secas (2017);• Arándanos (2017);• Carne ovina (2018);• Cerezas (2018);• Productos Pancreáticos (2018); |
|--|---|

- Carne Porcina (2019);
- Harina de Soja (2019);
- Miel (2019);
- Cítricos dulces y limones (2004, Adenda 2011, 2019);
- Maíz (2012, 2023);
- Trigo (2023);
- Cálculos biliares (2025);
- Nueces secas (2025).

Negociaciones en etapa final con posibilidad de cierre y próxima firma

- Actualización del protocolo de carne porcina para permitir menudencias.
- Actualización del protocolo de carne vacuna para permitir menudencias.
- Ciruelas desecadas.
- Porotos, garbanzos y lentejas.
- Suero fetal bovino.
- Productos de la pesca de captura salvaje (habilita nuevas especies, como centolla congelada).

Producto	2023		2024		Var % 24/23 Tm	Var % 24/23 USD	Principales Proveedores (Part.%)	Arancel de Importación 2025	Estado Sanitario
	Tm	Millones U\$S	Tm	Millones U\$S					
Soja	98.957.415	59.444	105.032.101	52.750	6	-11	Brasil (69%)	3%	Abierto
							EEUU (23%)	3% + 125%	
							ARG (4%)	3%	
Cebada	11.322.193	3.771	14.239.551	3.792	26	1	Australia (39%)	0%	Abierto
							Canadá (15%)	3%	
							Francia (15%)	3%	
							ARG (12%)	3%	
Sorgo	5.213.168	1.831	8.656.293	2.593	66	42	EEUU (67%)	137%	Abierto
							Australia (22%)	0%	
							ARG (11%)	2%	
Maiz	27.127.020	9.012	13.635.608	3.717	-50	-59	Brasil (51%)	Intra cuota 1% / extra 65%	Abierto
							Ucrania (30%)	Intra cuota 1% / extra 65%	
							EEUU (15%)	Intra cuota 1%+125% / extra 65%+125%	
Trigo	11.877.742	4.305	11.009.483	3.481	-7	-19	Australia (31%)	Intra cuota 1% / extra 65%	Abierto
							Canadá (25%)	Intra cuota 1% / extra 65%	
							Francia (20%)	Intra cuota 1% / extra 65%	
Porotos	622.022	508	664.262	520	7	2	Myanmar (47%)	0%	En negociación
							Uzbek. (17%)	3% a 7,5%	
							Australia (13%)	0%	
Lentejas	21.826	21	11.405	11	-48	-49	EEUU (49%)	7% + 125%	En negociación
							Myanmar (30%)	0%	
							Turquía (21%)	7%	
Garbanzo	19.413	20	24.893	26	28	28	India (53%)	7%	En negociación
							Turquía (46%)	7%	

continúa en la siguiente página >

Informe Preferia CIIE, China

Producto	2023		2024		Var % 24/23 Tm	Var % 24/23 USD	Principales Proveedores (Part.%)	Arancel de Importación 2025	Estado Sanitario
	Tm	Millones U\$S	Tm	Millones U\$S					
Arvejas secas	2.655.980	1.046	1.390.508	558	-48	-47	Canadá (47%)	100%	Abierto
							Rusa (40%)	5%	
							EEUU (5%)	5% + 125%	
							Australia (3%)	0%	
Harina de soja	37.968	33	32.312	29	-15	-13	Dinamarca (74%)	5%	Abierto
							Brasil (11%)	5%	
							EEUU (10%)	5% + 125%	
Pesca	4.670.142	19.229	4.502.751	18.159	-4	-6	Ecuador (19%)	0% - 10,4%	Abierto
							Rusia (15%)	7% - 12%	
							Canadá (7%)	7% + 25% - 12 + 25%	
							Vietnam (7%)	7% - 12%	
Crustaceos y mariscos	1.822.003	11.611	1.691.169	10.918	-7	-6	Ecuador (28%)	0% (p/cría) - 8,7%	Abierto
							Rusia (12%)	0% (p/cría) - 12%	
							Canadá (10%)	0% + 25% (p/cría) - 12%+25%	
Carne vacuna	2.771.756	14.412	2.914.200	13.862	5	-4	Brasil (45%)	12% - 25%	Abierto
							ARG (16%)	12% - 25%	
							Australia (11%)	1,2% a 2,5%	
							EEUU (11%)	12% + 125% - 25% + 125%	
Menudencias vacunas	34.856	194	39.789	172	14	-11	Uruguay (36%)	12%	En negociación
							EEUU (29%)	12% + 125%	
							NZ (16%)	0	
							Australia (10%)	0	
Carne porcina	2.648.652	6.280	2.226.933	4.721	-16	-25	España (26%)	12% - 20%	Abierto
							EEUU (18%)	12% + 125% - 20% + 125%	
							Brasil (13%)	12% - 20%	
Menudencias porcinas	1.096.786	2.740	1.145.920	2.521	4	-8	España (28%)	20%	En negociación
							Holanda (22%)	20%	
							Dinamarca (10%)	20%	
Carne aviar	1.285.625	4.131	926.352	2.893	-28	-30	Brasil (54%)	0,5 - 1RMB/KG	Temporariamente suspendido
							Tailandia (16%)	0	
							Rusia (13%)	0,8-1 RMB/KG	
							EEUU (19%)	0,5.-1RMB/KG+125%	
							Bielorrusia (7%)	0%	
Nueces secas	427.453	1.982	497.408	2.386	16	20	EEUU (34%)	125% - 24% + 125%	Abierto
							Australia (20%)	0%	
							Sudáfrica (13%)	0% - 24%	
							Irán (11%)	0% - 24%	
Ciruelas secas	38.991	84	34.902	77	-10	-9	Chile (93%)	0%	En negociación
							Australia (5%)	0%	
							EEUU (2%)	25% + 125%	
Ciruelas frescas	89.610	281	109.021	318	22	13	Chile (93%)	0%	En negociación
							Australia (5%)	0%	
							EEUU (2%)	10% + 125%	

continúa en la siguiente página >

Informe Preferia CIIE, China

Producto	2023		2024		Var % 24/23 Tm	Var % 24/23 USD	Principales Proveedores (Part.%)	Arancel de Importación 2025	Estado Sanitario
	Tm	Millones U\$S	Tm	Millones U\$S					
Duraznos frescos	42.517	101	53.549	115	26	14	Chile (80%)	0%	En negociación
							Australia (20%)	0%	
Leche en polvo	773.907	2.913	638.275	2.321	-18	-20	NZ (75%)	0%	Abierto
							Australia (14%)	1,5% - 2,5%	
							Holanda (4%)	10% - 15%	
Suero lacteo	868.274	1.409	837.346	1.445	-4	3	EEUU (33%)	2% + 1 25%	Abierto
							Alemania (12%)	2%	
							Dinamarca (9%)	2%	
Quesos	178.200	968	172.574	895	-3	-8	NZ (54%)	0% - 0,8%	Abierto
							Australia (12%)	4,8% - 6%	
							Italia (9%)	8% - 12%	
Miel	3.747	64	3.186	48	-15	-24	NZ (73%)	0%	Abierto
							Australia (15%)	0%	
							Tailandia (4%)	15%	
Vino embotellado	154.398	1.010	167.167	1.444	8	43	Australia (38%)	0%	Abierto
							Francia (31%)	14%	

Fuente: Subsecretaría de Mercados Agroalimentarios e Inserción Internacional y SENASA

Acceso a mercado, comercialización y canales de distribución

El mercado

En los últimos años, el sector de la distribución en China se ha ido liberalizando progresivamente. Las compañías extranjeras han visto ampliadas sus opciones para distribuir sus productos. En la actualidad, no resulta necesario contar con un mayorista local, sino que se puede elegir entre distintas modalidades: operar por cuenta propia, con un operador logístico internacional o contratar a un distribuidor local. En abril de 2004, se publicó la normativa Measures for the Administration on Foreign Investment in Commercial Fields que regula la actividad de las empresas comerciales de capital extranjero (FICE, Foreign Invested Comercial Enterprises). Con la aprobación de estas medidas, se liberalizó el sector de la distribución en China, permitiendo la entrada de inversores extranjeros en el sector. Con la promulgación de las Medidas, las empresas comerciales de capital extranjero (FICEs) han podido obtener licencias completas de comercio y distribución. Las FICE pueden llevar a cabo las siguientes operaciones: franquicia, venta al por menor de mercancías, importación de mercancías para uso propio, adquisición de productos chinos para su exportación, venta de mercancías al por mayor y agencia comisionista. Desde abril de 2005, se encuentra en vigor la ley Notice on Relevant Issues concerning Expanding Distribution Business Scope of Foreign Invested Non-commercial Enterprises, por la cual las compañías fabricantes no comerciales de capital extranjero también pueden realizar actividades de distribución a través de una FICE creada especialmente para tal tarea. También es posible ampliar su objeto social y realizar la distribución directamente. Ésta última modalidad puede llevar más tiempo de tramitación, dado que hay que redefinir el objeto de negocio de la compañía extranjera. Sin embargo, si lo que se desea es crear una FICE, el proceso se ha agilizado al estar la aprobación sujeta a las autoridades provinciales y no a las nacionales. Las delegaciones provinciales del MOFCOM son las responsables para registrar la mayor parte de las FICE, salvo las actividades que seguirán requiriendo la aprobación de las autoridades estatales del MOFCOM:

- Empresas que para hacer sus ventas no requieran un establecimiento físico como ventas por televisión, teléfono, Internet y máquinas dispensadoras.
- Empresas que se dediquen a la venta al por mayor de productos de audio y video, venta de libros, periódicos y revistas.

En lo que se refiere a la actividad franquiciadora, ésta viene regulada por la nueva normativa Administrative Regulations for Commercial Franchises, en vigor desde mayo de 2007. El antiguo sistema de distribución chino, concentrado en unos pocos mayoristas de nivel local, restringía el poder de elección de los fabricantes sobre los productos que se podían vender y dónde. Con las últimas reformas del sector, la aparición de nuevos mayoristas y minoristas ha aumentado la competencia en el sector.

Los inversores extranjeros pueden llevar a cabo actividades de distribución en todos los sectores, a excepción de aquéllos que resultan prohibidos o restringidos por el Gobierno. En este último caso, se establece la necesidad de contar con socio chino y se determina un porcentaje máximo de participación extranjera. El Nuevo Catálogo para la Guía Industrial de la Inversión Extranjera, en vigor desde enero de 2012, enumera los sectores prohibidos y restringidos para el inversor extranjero.

Mercados mayoristas

Existen entre 70.000 y 90.000 mercados mayoristas especializados en todo el país. Su gestión recae sobre las administraciones locales de industria y comercio. Los de mayor tamaño se sitúan en las provincias de Shandong, Zhejiang, Jiangsu, Cantón, Liaoning y Hebei. En el año 2006, el Ministerio de Comercio (MOFCOM) anunció varios planes de reforma de estos mercados con el objetivo de tener una estructura de los mercados mayoristas más organizada y lograr una gestión eficiente y estandarizada de los productos. En febrero de 2006, se aprobó un plan centrado en el sector agrícola (Agricultural Produce Wholesale Market and Distribution Company Development Project). El principal objetivo del plan es la consolidación del mercado mayorista agrícola con la creación de cien centros mayoristas agrícolas modernos y otras cien compañías de distribución de productos agrícolas. En la actualidad, el Gobierno chino está tratando de promover la entrada de inversores extranjeros en el sector de distribución mayorista, menos atractivo que el minorista por los menores márgenes que se pueden obtener. Sin embargo, el sector mayorista en China necesita modernizar sus procesos de gestión y logística. El Gobierno pretende que los inversores extranjeros entren en el mercado asociándose con empresas chinas y poder aportar experiencia internacional en las distintas fases de la cadena de distribución (control de calidad, información y gestión de todo el proceso).

Distribuidores locales

En la actualidad, los distribuidores locales siguen manteniendo el control de la distribución en las principales ciudades. Estos distribuidores pueden ser compañías privadas, así como monopolios de nivel municipal, autonómico o estatal. La tendencia en este sector es una creciente especialización. Por ejemplo, el sector de la electrónica y componentes está siendo dominado por los competidores chinos. Sin embargo, los mayoristas domésticos aún necesitan desarrollar determinados aspectos dominados por los extranjeros: financiación, transporte y almacenaje y gestión integrada a nivel nacional.

Venta minorista

El espectacular crecimiento de la venta minorista en China ha transformado el sector de forma radical. En los últimos años ha disfrutado de unas tasas de crecimiento anuales de 10%. En las principales ciudades de China, están proliferando los establecimientos extranjeros. En quince ciudades de referencia (Pekín, Shanghái, Cantón, Shenzhen, Chengdu, Dalian, Shenyang, Tianjian, Ji'nan, Qingdao, Nanjing, Hangzhou, Wuhan, Chongqing y Xi'an), once empresas detallistas concentran un cuarto de las ventas de bienes de consumo (fast moving consumer goods). La cadena más importante es la francesa Carrefour, con más de 5% de las ventas totales. Sin embargo, en términos globales, el mercado sigue dominado por una mayoría de tiendas individuales y familiares, que deben ser tenidas en cuenta por las compañías extranjeras que deseen llegar a puntos interiores de China. En 2005, el Gobierno lanzó un programa para reformar el sector de venta minorista (Universal Rural Retailing Network Project). El plan, de nuevo, se ha centrado en las zonas rurales. El objetivo es garantizar la calidad de los bienes en estas áreas a través de una venta minorista más centralizada. La medida principal consiste en transformar los pequeños negocios familiares en cadenas de tiendas más organizadas. Las estructuras de venta minorista más comunes son las siguientes:

- **Tiendas familiares y quioscos:** es la modalidad de venta más común en China. Según la Oficina Nacional de Estadísticas, existen más de 24 millones de este tipo de establecimientos dedicados a vender al consumidor final.
- **Supermercados:** en la actualidad, existen más de 60.000 supermercados. Se está produciendo una tendencia a la consolidación del sector.
- **Tiendas de conveniencia:** sector con presencia local y extranjera.
- **Hipermercados:** suponen una verdadera revolución en el mercado chino. Los consumidores han respondido muy bien a este formato de venta. Los operadores extranjeros dominan el sector.
- **Centros comerciales:** en los últimos años, se ha producido una expansión de estos departamentos comerciales. La tendencia se dirige a establecer tiendas de origen extranjero y de lujo. En ciudades como Pekín, Nanjing o Shanghái, la creación de estos centros ha proliferado en gran medida. Las principales cadenas de tiendas, nacionales y extranjeras, con mayor número de establecimientos y de ventas en China son Carrefour, Brilliance Group, Suning Electrical, Lianhua Supermarket, Wumart Group, NGS Supermarket y CR Vanguard, entre otras.

Fuente: ICEX,

icex.es/es/quienes-somos/donde-estamos/red-exterior-de-comercio/CN/informe-economico-guia-pais

Tendencias de consumo

El diseño del packaging, tanto tradicional como moderno, se ve influenciado por símbolos tradicionales como el color rojo, dorado y motivos de dragones. Los colores son intensos y se utilizan imágenes que reflejan la vida cotidiana, acompañadas de textos informativos.

Existe una inclinación hacia el diseño emocional, con tecnología de impresión y acabados de alta calidad, orientados a agregar valor a través del empaque.

Hay una transición hacia el uso de envases de plástico flexible en lugar de vidrio. Los consumidores tienden a realizar compras diarias o semanales, y el uso del automóvil disminuye debido a la proximidad de los locales.

El 45% de la población china vive en ciudades, con una proyección de alcanzar el 70% para 2050, lo que enfatiza el consumo de productos y servicios básicos en estas áreas.

Las ciudades de segunda y tercera línea están experimentando un aumento en el poder adquisitivo de sus habitantes, como Chengdu, Chongqing, Kunming, Qingdao y Guiyang.

La clase media en China está en aumento y actualmente asciende a 300 millones de personas.

Hay un gran interés por alimentos saludables y respetuosos con el medio ambiente, con un fuerte consumo de productos frescos, frutas, verduras envasadas y ensaladas.

La expansión de hipermercados nacionales y la presencia de cadenas internacionales como Carrefour y Walmart es notable.

Se observa un aumento en la apertura de negocios de alimentos gourmet y de conveniencia. El comercio online está en alza, especialmente en la venta de productos frescos con entregas en 24 horas.

La apertura de China al mundo ha influido en la occidentalización del consumo, con una aceptación creciente de productos extranjeros como leche, café, chocolates, vinos y frutas exóticas. Los canales de distribución incluyen importadores chinos de productos agroalimentarios, importadores de otros países, canal HORECA, importadores online, cámaras de comercio específicas y ferias comerciales.

Es fundamental presentarse en el mercado chino con una marca sólida y disponer de un canal online de contacto, así como tener una buena reputación tanto de la empresa como del producto.

Conocer y respetar la cultura china es esencial para establecer relaciones comerciales exitosas, lo que implica dedicar tiempo presencial para establecer lazos de confianza.

Las negociaciones comerciales suelen ser más prolongadas que en las relaciones occidentales, con los puntos acordados al final del proceso.

A modo de resumen

- **Digitalización total:** El comercio electrónico domina, con plataformas como Tmall, JD.com, Douyin y Xiaohongshu liderando ventas y marketing.
- **Personalización y experiencia:** Los consumidores valoran productos adaptados a sus gustos, con packaging atractivo y storytelling cultural.
- **Consumo consciente:** Aumenta la demanda de productos sostenibles, saludables y con trazabilidad. El bienestar y la salud intestinal son prioridades para más del 80%.
- **Turismo y lifestyle:** El gasto en viajes, gastronomía y experiencias se integra al consumo digital. El glamping, el esquí indoor y el surf urbano son tendencias emergentes entre jóvenes.

Zoomers y jóvenes urbanos: motores del cambio

- Representan solo el 15% de la población, pero el 25% del gasto en nuevas marcas.
- Buscan autenticidad, expresión personal y conexión emocional con los productos.
- Prefieren marcas con propósito, diseño innovador y presencia activa en redes sociales.

Hábitos de compra destacados

- **Cross-border ecommerce:** Crece la compra de productos importados premium, especialmente en cosmética, alimentos saludables y suplementos.
- **Influencers y livestreaming:** Las decisiones de compra están fuertemente influenciadas por creadores de contenido en Douyin y WeChat.
- **Apps y marketplaces:** Las reservas de hoteles, experiencias turísticas y compras se realizan desde el celular, con alta conversión en apps.
- **Alta frecuencia de compra:** El consumidor chino compra con regularidad, guiado por promociones, festivales de descuentos y recomendaciones digitales.

Requisitos de acceso

Guía informativa para la exportación de alimentos y bebidas

ÍNDICE

Introducción	25
Guía informativa para la exportación de alimentos y bebidas	26
1. Organismos aduaneros intervinientes en el proceso de exportación	27
2. Etiquetado y rotulado	28
3. Requisitos sanitarios y fitosanitarios	29
4. Organismos involucrados	31

Introducción

La exportación de productos es un componente crucial para el crecimiento económico de cualquier empresa y país. La posibilidad de expandir los

mercados más allá de las fronteras nacionales abre nuevas oportunidades de negocio y permite alcanzar un nivel superior de competitividad en el escenario global.

Sin embargo, para muchas empresas, especialmente las pequeñas y medianas (PYMES), el proceso de exportación puede resultar abrumador y lleno de desafíos desconocidos.

Este documento tiene como objetivo proporcionar información clara y práctica, con el apoyo de enlaces de ruta a sitios webs útiles y de interés, para ayudar a las empresas a comenzar a navegar por el complejo mundo de la exportación.

A lo largo de estas páginas, encontrarán información valiosa, consejos prácticos y recursos útiles para hacer que su viaje hacia la exportación sea lo más fluido y exitoso posible.

Ya sea que esté considerando la exportación por primera vez o buscando mejorar sus operaciones existentes, esta guía está diseñada para ser una herramienta indispensable para cualquier empresa o productor que aspire a alcanzar nuevos horizontes y aprovechar al máximo las oportunidades globales que el comercio internacional ofrece.

Guía informativa para la exportación de alimentos y bebidas

En el ámbito de la exportación de alimentos y bebidas, el entendimiento sólido de los principios básicos y la búsqueda de asesoramiento especializado son elementos fundamentales para alcanzar el éxito. Tanto las pequeñas y medianas empresas (PYMES) como los productores individuales tienen la oportunidad de mejorar su preparación para este desafío, asegurando así una entrada exitosa en el mercado internacional.

Para aquellos que aspiran a iniciar un proceso de exportación, es esencial contar previamente con una serie de conocimientos básicos. A continuación, se presenta una lista de puntos importantes que deberían ser considerados:

- **Investigación de mercado:** Antes de comenzar el proceso de exportación, es indispensable realizar una investigación exhaustiva de los mercados objetivo. Esto implica comprender en detalle las preferencias del consumidor, las regulaciones locales, el panorama competitivo y las tendencias del mercado en los países de interés para la exportación.
- **Certificaciones y regulaciones:** Es imperativo adquirir un conocimiento profundo de los requisitos de certificación y las regulaciones alimentarias, tanto en el país de origen como en los mercados de destino. Esto incluye comprender en detalle certificaciones de seguridad alimentaria, etiquetado nutricional, así como las regulaciones de importación y exportación pertinentes para garantizar el cumplimiento normativo integral.
- **Logística y cadena de suministro:** Poseer un entendimiento profundo de la logística internacional y la gestión de la cadena de suministro es fundamental. Esto abarca desde la selección del embalaje adecuado hasta el transporte, almacenamiento y gestión eficiente del inventario, con el fin de asegurar que los productos sean entregados de manera puntual y en óptimas condiciones a los mercados correspondientes.
- **Incoterms:** Es de vital importancia adquirir un conocimiento detallado acerca de los Incoterms (Términos Internacionales de Comercio) para comprender las responsabilidades y los costos asociados con la entrega de productos en transacciones comerciales a nivel internacional.
- **Cultura empresarial y etiqueta:** Contar con un entendimiento fundamentado sobre la cultura empresarial y la etiqueta comercial en los mercados de destino es indispensable para forjar relaciones comerciales exitosas y evitar posibles malentendidos culturales.
- **Asociaciones y apoyo gubernamental:** Explorar oportunidades de asociación con entidades gubernamentales, cámaras de comercio, asociaciones comerciales y otros actores clave puede proporcionar un respaldo estratégico y recursos adicionales, facilitando así el camino hacia la exportación de manera más eficaz y sostenible.
- **Marketing internacional:** La concepción y ejecución de una estrategia de marketing internacional, adaptada detalladamente a los mercados de destino, es un pilar fundamental. Esto puede incluir desde la adaptación del embalaje y etiquetado hasta la participación en ferias comerciales internacionales, misiones comerciales y la implementación de herramientas de marketing digital efectivas.

- **Gestión financiera:** Comprender de manera integral los aspectos financieros inherentes a la exportación, como los costos asociados, la gestión de divisas, los términos de pago y las opciones de financiamiento comercial, es esencial para garantizar la rentabilidad y la sostenibilidad financiera de las operaciones de exportación.

1. Organismos aduaneros intervinientes en el proceso de exportación

Las empresas involucradas en actividades de importación y exportación en China están obligadas a realizar un registro en la autoridad aduanera correspondiente con el fin de obtener su respectivo código de importador o exportador. Alternativamente, tienen la opción de emplear los servicios de un agente aduanero debidamente registrado, quien actuará en su representación. El portal oficial de la Aduana proporciona acceso a información relevante en español, el cual puede ser consultado en el [Ministerio de Comercio de la República Popular China](#).

- [Seguridad de los alimentos importados y exportados](#)
- [Seguridad de los alimentos importados y exportados. Aplicación de la Ley](#)

Proceso de registro

La empresa solicita la declaración de importador en la aduana y presenta la documentación requerida. La empresa deberá iniciar sesión en la [Ventanilla Única de Comercio Internacional de China](#). El sistema de registro de productores extranjeros de alimentos importados se encuentra [AQUÍ](#).

Normas sobre importación

- **GB 14881-2013:** Reglamento General de Higiene para la producción de alimentos.
- **Decreto orden GACC N° 248-2021:** Requisito de registro de empresas extranjeras manufactureras de alimentos (2022).
- **Decreto orden GACC N° 249-2021:** Reglamento Administrativo sobre Inocuidad Alimentaria de Importación y Exportación de Alimentos (2022).
- **GB 7718-2011:** Reglas Generales para el Etiquetado de Alimentos Preenvasados.
- **GB 2760-2015:** Aditivos Alimentarios.
- **GB 12694-2016:** Normas de seguridad alimentaria: Norma sanitaria de faena y procesamiento de ganado y aves de corral.
- **GB T 27341-2009:** Análisis de Riesgo y Puntos Críticos de Control (HACCP). Requisitos generales para establecimientos productores de alimentos.

Para obtener información detallada sobre los protocolos de exportación vigentes entre el Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (Senasa) de Argentina y China, se sugiere consultar [AQUÍ](#). Dichos protocolos, establecidos para facilitar el comercio bilateral de productos agroalimentarios, abarcan aspectos cruciales como certificaciones sanitarias, requisitos de calidad y procedimientos de inspección.

2. Etiquetado y rotulado

Para acceder a información detallada y actualizada sobre las normas de etiquetado vigentes entre el Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (Senasa) de Argentina y China, se recomienda dirigirse a las siguientes normativas, diseñadas para regular el etiquetado de productos agroalimentarios destinados al comercio bilateral. Abordan aspectos fundamentales como la información obligatoria que debe figurar en las etiquetas, los requisitos de idioma, el formato y la presentación de la misma, entre otros aspectos relevantes.

GB 7718 – 2011

“Norma General para el Etiquetado de Alimentos Preenvasados”, define como preenvasado a aquel alimento que ha sido envuelto, empaquetado o embalado previamente, estando listo para ser ofrecido al consumidor.

Esta norma está dirigida al etiquetado de alimentos preenvasados que se comercializan directa o indirectamente hacia los consumidores finales. Cabe destacar que no se aplica a la etiqueta de envases utilizados para la protección durante el almacenamiento y transporte de alimentos preenvasados, ni tampoco al etiquetado de alimentos a granel, ni a aquellos alimentos que son elaborados y presentados listos para su consumo inmediato.

Los alimentos preenvasados importados en China deben incluir la siguiente información:

- Nombre, especificación contenido neto, fecha de fabricación.
- Ingredientes o lista de ingredientes.
- Nombre, dirección y datos de contacto del productor y distribuidor.
- Caducidad.
- Condiciones de almacenamiento.
- Etiqueta de información nutricional.
- Código de registro.
- País de origen.
- Otras cuestiones que deban marcarse por ley, reglamento o normas de seguridad alimentaria.

Los presentes lineamientos no constituyen requisitos obligatorios de etiquetado para todos los alimentos preenvasados importados; sino que representan los factores que deben considerarse en el etiquetado de dichos alimentos importados. En caso de que las normativas nacionales de seguridad alimentaria establezcan disposiciones diferentes respecto al etiquetado, estas prevalecerán sobre las presentes directrices.

Materiales en contacto con alimentos

Las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) no son de carácter obligatorio para estos materiales. Sin embargo, se establece como requisito la obtención de un certificado de Calidad y Seguridad (QS, por sus siglas en inglés, Quality Safety) para los fabricantes locales que produzcan materiales de empaque para alimentos elaborados a partir de plástico y papel.

Aquellos fabricantes que carezcan de este certificado emitido por la Administración General de Supervisión de Calidad, Inspección y Cuarentena de China (AQSIQ) no podrán llevar a cabo la producción ni la comercialización de sus productos.

3. Requisitos sanitarios y fitosanitarios

La Administración General de Supervisión de Calidad, Inspección y Cuarentena (AQSIQ) es un organismo de control en la República Popular China, responsable

de la supervisión de la calidad, la inspección, la cuarentena y la seguridad alimentaria de los productos importados y exportados. Este organismo tiene rango ministerial y depende directamente del Consejo de Estado. Cumple con un rol fundamental en la regulación y la garantía de la calidad de los productos que atraviesan las fronteras chinas, abordando preocupaciones sobre la seguridad alimentaria, la calidad de los productos y la protección del medio ambiente. Su función principal es garantizar que los productos cumplan con los estándares de calidad y seguridad establecidos antes de ser importados o exportados.

Todas las empresas extranjeras que exporten alimentos a China deberán registrarse ante la autoridad de inspección y cuarentena de entrada y salida de este país en: [AQSIQ](#). Dicho organismo publica regularmente las listas de las empresas registradas. La medida alcanza a los exportadores o sus agentes y a las empresas productoras que exportan sus productos a China. La finalidad de dicha exigencia radica en simplificar la identificación de todos los actores implicados en caso de incidentes relacionados con productos importados, lo que posibilita la aplicación de sanciones o medidas de control apropiadas. Estas medidas pueden incluir la revocación del registro del exportador extranjero, conforme a lo dispuesto por las regulaciones pertinentes. El registro se realiza exclusivamente a través del sistema online habilitado en [Búsqueda de certificados en base de datos AQSIQ](#) y la información de registro será publicada en dicha página.

Verduras y frutas: frescas y congeladas

Los requisitos fitosanitarios para la República Popular China son:

- Certificación sanitaria de lugar de producción
- Certificación de plantas de empaque
- Certificación del inicio del tratamiento cuarentenario en frío
- Etiquetado de envases. La caja debe ser limpia y sin uso, marcada obligatoriamente en inglés
- Certificado fitosanitario.
- Se debe consignar la temperatura, duración del tratamiento de frío, número de contenedor y número de precinto.
- Certificación del inicio del tratamiento cuarentenario en frío. El tratamiento en frío debe ser realizado en contenedores auto-refrigerados con temperaturas al centro de la pulpa teniendo en cuenta: temperatura mínima °C: ≤ 1.50 y periodo de exposición días: 19.
- Etiquetado de envases o cajas
- Certificado fitosanitario indicando el número de contenedor y precinto.

Normas internacionales y privadas

Las normas que actualmente están funcionando en China en el ámbito de seguridad alimentaria para frutas y verduras frescas y fabricación de productos alimentarios (procesados) son:

- GLOBAL G.A.P Standard (CPCC)
- Food Safety System Certification 22000- FSSC 22000
- International Featured Standards (IFS Food version 5)
- Marine Stewardship Council – MSC
- Safe Quality Food Program – SQF

Requisitos en el sector de la alimentación para acceder al mercado chino

1. Los fabricantes de alimentos deben solicitar la Licencia de Producción de Alimentos ante la AQSIQ o su delegación local competente.
2. Los distribuidores de alimentos deben solicitar la Licencia de Distribución de Alimentos ante la autoridad competente designada por la Administración Estatal para la Industria y el Comercio (SAIC, por sus siglas en inglés).
3. Los proveedores de servicios de catering deben solicitar la Licencia de Servicios de Catering ante la delegación local competente de la Administración Estatal de Alimentos y Medicamentos (SFDA, por sus siglas en inglés).

Requisitos de inspección, cuarentena y sanidad veterinaria para exportar carne vacuna desde la República Argentina a la República Popular China. [AQUÍ](#)

- **Aditivos:** El Ministerio de Salud de la República Popular de China publicó la norma [GB 2760-2011](#). Las autoridades competentes para la supervisión de aditivos alimentarios en China son: NHFPC: Formula los estándares nacionales en inocuidad de los aditivos alimentarios; Registro de nuevos aditivos alimentarios.
- **CFDA:** Supervisión en la producción y circulación de aditivos alimentarios y su empleo en el servicio de catering.
- **AQSIQ:** Inspección y cuarentena de aditivos alimentarios para importación y exportación. Normas nacionales en inocuidad para aditivos.

Normas de uso

- [GB 2760-2011](#): Normas de uso para aditivos alimentarios.
- [GB 14880-2012](#): Normas de uso para sustancias de fortificación nutricional en alimentos.

Normas de especificación:

- [GB 26687-2011](#): Reglas generales para composición de aditivos alimentarios
- [GB 29938 – 2013](#): Reglas generales para saborizantes

Los productos que arriben a China podrán ser destruidos o devueltos si se encuentra cualquiera de las siguientes condiciones:

- El país de origen se encuentra prohibido de exportar a China
- Los proveedores (exportadores) no cuentan con aún con la licencia china
- El producto del proveedor (exportador) no se encuentra registrado
- La mercancía no corresponde con el documento/licencia china
- Etiquetado inapropiado del empaque de forma que no puede ser corregido.
- La fecha de expiración ha vencido y la calidad ha sido afectada
- La mercancía ha sido contaminada con excremento animal, organismos patógenos

4. Organismos involucrados con el sector productivo

- **Administración General de Aduanas de la República Popular China.**
- **Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine (AQSIQ).**

MÁS INFORMACIÓN

Antes de concretar la exportación se recomienda tomar contacto con la Consejería Agroindustrial dado que muchos de los requisitos se modifican periódicamente.

Los medios de contacto de la Consejería Agroindustrial argentina en China son:

Consejería Agroindustrial en la República Popular China - Beijing

Lic. Hernán Aníbal VIOLA

Teléfono: (0086) 10-6532-0789 / 90 (ext. 10) Secretarías ext. 40 y 50.

E-mail: hviola@magyp.gob.ar

Web Embajada: www.echin.cancilleria.gob.ar

Informe Preferia CIIE, China

Anexo

Información útil

Embajada en República Popular China	
Embajador	Marcelo Gabriel Suárez Salvia
Dirección	Nro.11 Dong Wu Jie, San Li Tun
Código postal	100600
Ciudad	Beijing
Correo electrónico	echin@mrecic.gov.ar
Teléfonos	00 86 10 6532 1406 / 00 86 10 6532 2090 / 00 86 10 6532 4755 / 00 86 10 6532 2281
Celular de guardia	+86 13810854349
Sitio Web	echin.cancilleria.gob.ar
Redes sociales	Facebook: @ArgentinaEnChina
Consulado General y Centro de Promoción en Shanghái	
Titular	Luciano Tanto Clément
Dirección	58 YanAn Road East, Golden Finance Tower
Teléfono	00 86 (21) 6339 0322
Correo electrónico	cshan@mrecic.gov.ar
Sitio Web	cshan.mrecic.gov.ar
Consejería Agroindustrial en la República Popular China - Beijing	
Titular	Lic. Hernán Aníbal VIOLA
Dirección	Nro.11 Dong Wu Jie, San Li Tun
Teléfonos	(0086) 10-6532-0789 / 90 (ext. 10) Secretarías ext. 40 y 50
Correo electrónico	hviola@magyp.gob.ar
Sitio Web	echin.cancilleria.gob.ar

