

CHINA: PERFIL DE MERCADO PARA PRODUCTOS BOLIVIANOS



Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior (IBCE) - Gerencia Técnica

Marzo 2010

ÍNDICE GENERAL

	Página
SUMARIO	4
1. CHINA	5
1.1. Perfil país	6
2. COMERCIO EXTERIOR DE CHINA	7
2.1. Exportaciones	7
2.2. Importaciones	8
3. COMERCIO BILATERAL BOLIVIA - CHINA	8
3.1. Exportaciones de Bolivia a China	9
3.2. Importaciones en Bolivia desde China	9
3.3. Conclusiones	10
4. ACUERDOS COMERCIALES	11
4.1. Acuerdos comerciales de China	11
4.1.1. Productos que aplican NMF del 0% en China	11
5. NORMAS DE IMPORTACIÓN EN CHINA	13
5.1. Aranceles de importación	13
5.2. Contingentes arancelarios de importación	13
5.2.1. Licencias no automáticas de importación	13
5.2.2. Licencias automáticas de importación	13
5.3. Normas técnicas y normas de calidad	13
5.3.1. Normas técnicas	13
5.3.2. Medidas sanitarias y fitosanitarias	14
5.3.3. Normalización ambiental China	14
5.4. Etiquetado para OMG	15
6. ASPECTOS BÁSICOS PARA HACER NEGOCIOS CON CHINA	15
6.1. Tips para el empresario boliviano en China	15
6.1.1. Otra información necesaria en la cultura de negocios en China	16
6.2. Logística de transporte	17
6.2.1. Transporte aéreo	17
6.2.2. Transporte marítimo	17
7. FERIAS Y SITIOS DE COMERCIO VIRTUAL	17
7.1. Ferias	17
7.2. Sitios de comercio virtual	19
8. FUENTES DE INFORMACIÓN	20
8.1. Sitios web	20
9. FUENTES FOTOGRÁFICAS	20
10. CONTACTO	20

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1.1	Datos Generales y económicos de China, 2009	6
Cuadro N° 2.1	China: Comercio con el mundo	7
Cuadro N° 2.2	China: Exportaciones al mundo, 2009	7
Cuadro N° 2.3	China: Importaciones desde el mundo, 2009	8
Cuadro N° 3.1	Bolivia: Relación comercial con China	8
Cuadro N° 3.2	Bolivia: Principales productos exportados a China, 2009 (p).....	9
Cuadro N° 3.3	Bolivia: Principales productos importados desde China, 2009 (p)	10
Cuadro N° 4.1	Lista de productos que aplican NMF del 0% en China.....	11

SUMARIO

El presente boletín ilustra las condiciones de acceso al mercado chino, el comportamiento de su comercio con el mundo, y la relación comercial existente entre China y Bolivia, con la finalidad principal de mostrar las ventajas que ofrece el mercado asiático y facilitar información útil para hacer negocios con China.

Comercio Internacional de China

China realizó importaciones por USD1.003.971 millones en el año 2009; su comercio experimentó un aumento de USD784 millones de dólares que representan un incremento del 55% en relación al año 2005.

Principales Mercados proveedores de China

En la gestión 2009, Japón, Corea del Sur, Taipéi Chino, Estados Unidos de América (EE.UU.), Alemania, Australia, Malasia, Brasil, Tailandia y Arabia Saudita fueron los principales proveedores de mercancías en el mercado de China.

Principales mercados de destino de las exportaciones de China

En el 2009 destacaron las exportaciones chinas a Estados Unidos de América, Hong Kong, Japón, Corea del Sur, Alemania, Países Bajos, Reino Unido, Singapur, India y Francia, por un valor de USD1.201.879 millones.

Comportamiento de la exportación boliviana a China

En el año 2009 la oferta exportable boliviana destinó productos al mercado chino por más de USD130 millones. Entre los principales productos exportados se destacan: Estaño en bruto, Minerales de estaño, Minerales de plata, Minerales de cinc, Minerales de plomo, entre otros.

Oportunidades de Comercio para Bolivia en el mercado chino

Bolivia ocupa la posición 149 de su ranking de países proveedores, existiendo amplio potencial de sustitución de las importaciones mundiales realizadas por China. Destacar que las ventas externas de Bolivia a China han presentado un crecimiento vertiginoso del 65% a lo largo del período de estudio. Bolivia aportó tan solo el 0,01%, existiendo por tanto grandes posibilidades de incrementar el comercio con el mercado chino.

¡Nosotros podemos ayudarlo!

Para mayor información tomar contacto con el Gerente Técnico del IBCE, Ing. Limberg Menacho Ardaya -con 14 años de experiencia en Asistencia Técnica en Comercio Internacional e Integración- o visite nuestro renovado Sitio Web: www.ibce.org.bo

1. CHINA



China (denominado formalmente: República Popular de China), es el país más poblado del mundo y el más grande del Asia del este. Limita al norte con Rusia y Mongolia; al este con Corea del Norte; al sur con India, Nepal, Bhután, Birmania, Laos y Vietnam; y, al oeste con Kazajstán, Kirguistán, Tayikistán, Afganistán y Pakistán. Asimismo, es el cuarto país más grande del mundo en superficie total, y el tercero en superficie terrestre. Entre las ciudades más importantes, se tiene a Pekín, Shanghai y Hong Kong.

Cuenta con un territorio de variados paisajes y zonas climáticas, entre ellos, las praderas y estepas de Mongolia y Manchuria; los desiertos de Gobi y Taklamakán; y, las altas cordilleras

montañosas del Himalaya y Tian Shan, muestran la majestuosidad de los paisajes y ecosistemas.

El país asiático en estudio, es poseedor de las regiones geográficas más importantes del mundo: Meseta Tibet Qinghai, Xinjiang-Mongolia, cuenca del Tarim; además de principales ríos Yangtze, Amarillo, Heilongjiang y Zhujiang. El país cuenta con más de 660 volcanes, situados fundamentalmente en el este, Mongolia y en el noreste. La mayor parte de ellos se encuentran dentro de una serie de cadenas montañosas, entre las que destaca la situada en la meseta mongola, que cuenta con unos 270 volcanes. Casi todos ellos se encuentran extinguidos.

Panorama General: China fue fundada en 1949 por el Partido Comunista Chino (PCC). En la actualidad, China se ha convertido en una superpotencia mundial gracias al inicio del proceso de reforma económica, especialmente por su adhesión a la OMC (1978), empleando activamente su política comercial e inversiones extranjeras para el desarrollo del sector privado. El principal objetivo de la política comercial del país asiático es acelerar su apertura al mundo, desarrollar el comercio exterior y promover un sólido desarrollo económico.

1.1. Perfil País

Cuadro N° 1.1
Datos Generales y Económicos de China, 2009

Datos Generales ⁽¹⁾	
POBLACIÓN	1.338.612.968 habitantes
SUPERFICIE	9.596.961 km ²
CAPITAL	Beijing (Pekín)
FORMA DE GOBIERNO	Estado Comunista
DIVISIÓN POLÍTICA	23 provincias: Anhui , Fujian , Gansu , Guangdong , Guizhou , Hainan , Hebei , Heilongjiang , Henan , Hubei , Hunan , Jiangsu , Jiangxi , Jilin , Liaoning , Qinghai , Shaanxi , Shandong , Shanxi , Sichuan , <i>Taiwán</i> , Yunnan y Zhejiang 5 regiones autónomas: Guangxi , Mongolia Interna , Ningxia , Xinjiang y Tíbet 4 municipios: Pekín , Chongqing , Shanghai y Tianjin
PUERTOS	Dalian , Fuzhou , Guangzhou , Haikou , Huangpu , Lianyungang , Nanjing , Nantong , Ningbo , Qingdao , Qinhuangdao , Shanghai , Shantou , Tianjin , Xiamen , Xingang , Yantai , Zhanjiang
IDIOMA	Oficial: Chino (mandarín) y Cantonés No oficiales: Más de 20 lenguas de minorías étnicas
MONEDA LOCAL	Yuan
Datos Económicos	
PIB ⁽¹⁾	USD8,8 billones (estimado)
PIB PER CAPITA ⁽¹⁾	USD6.500 (estimado)
CRECIMIENTO DEL PIB ⁽¹⁾	8,7% (estimado)
INFLACIÓN ⁽¹⁾	-0,8% (estimado)
EXPORTACIÓN ⁽²⁾	USD1.201.879 millones
IMPORTACIÓN ⁽²⁾	USD1.003.971 millones

Fuente: ⁽¹⁾ The World Factbook

⁽²⁾ Trade Map

Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior – IBCE (Marzo 2010).

2. COMERCIO EXTERIOR DE CHINA

El cuadro 2.1. denota el superávit entre China y el mundo, correspondiente a USD198 millones, en la gestión 2009. Su comercio experimentó un aumento de USD784 millones de dólares que representan un incremento del 55% en relación al año 2005.

Cuadro N° 2.1
China: Comercio con el mundo
Gestiones 2005 – 2009
(En millones de dólares estadounidenses)

AÑO	2005	2009	CRECIMIENTO (2005-2009) %
EXPORTACIONES	761.953	1.201.879	14
IMPORTACIONES	659.953	1.003.971	12
SALDO COMERCIAL	102.001	197.908	26

Fuente: Trade Map

Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior – IBCE (Marzo 2010).

2.1. Exportaciones

En la gestión 2009, las exportaciones de China presentaron un crecimiento del 14% en relación al año 2005, siendo su registro de USD1,2 billones, llegando a ocupar la primera posición en las exportaciones mundiales.

Los principales productos y destino de las exportaciones de China, son los siguientes:

Cuadro N° 2.2
China: Exportaciones al mundo
Gestión 2009
(En millones de dólares estadounidenses)

Producto	Valor USD	Principales Países Destinos
Computadoras	66.650	EE.UU. (21.737); Alemania (5.329); Países Bajos (4.311)
Teléfonos móviles (celulares)	39.795	Hong Kong (11.593); EE.UU. (6.066); Corea del Sur(3.515)
Partes de computadoras	25.727	Hong Kong (9.112); EE.UU. (4.252); Japón (1.431)
Otros productos	1.069.707	Corea del Sur (53.625); Alemania (49.928); Países Bajos (36.688)
TOTAL	1.201.879	EE.UU. (221.362); Hong Kong (166.249); Japón (98.014)

Fuente: Trade Map

Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior – IBCE (Marzo 2010).

2.2. Importaciones

En el período 2005-2009, las compras realizadas por China desde el mundo registraron un crecimiento del 12%. En la gestión pasada, las importaciones de China alcanzaron el USD1 billón, frente a los USD660 mil millones del 2005.

Los principales productos importados por China y sus proveedores fueron:

Cuadro N° 3.3
China: Importaciones desde el mundo
Gestión 2009
(En millones de dólares estadounidenses)

Producto	Valor USD	Principales Países Proveedores
Aceites crudos de petróleo	88.949	Arabia Saudita (18.897); Angola (14.590); Irán (9.773)
Circuitos integrados	70.980	Taipei Chino (15.529); Malasia (12.920); Corea del Sur (11.412)
Minerales de hierro	47.058	Australia (19.858); Brasil (12.103); India (7.564)
Otros productos	796.984	EE.UU. (77.765); Alemania (55.872); Australia (39.236)
TOTAL	1.003.971	Japón (130.954); Corea del Sur (102.503); China (85.705)

Fuente: Trade Map

Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior – IBCE (Marzo 2010).

3. COMERCIO BILATERAL BOLIVIA – CHINA

La balanza comercial entre Bolivia y China para el período 2005-2009 registró constantes déficits para Bolivia; el acumulado reporta USD 241 millones, siendo la participación de China en las ventas bolivianas del 2,5% sobre el total exportado (Véase el cuadro 3.1).

Cuadro N° 3.1
Bolivia: Relación Comercial con China
Gestiones 2005 – 2009^(p)
(En millones de dólares estadounidenses)

PAÍSES	2005			2007			2009 (p)		
	X V. FOB	M V. CIF	Saldo Comercial	X V. FOB	M V. CIF	Saldo Comercial	X V. FOB	M V. CIF	Saldo Comercial
CHINA	21	136	(115)	58	312	(255)	131	371	(241)
TOTAL BOLIVIA	2.867	2.342	525	4.822	3.583	1.239	5.297	4.404	893
CHINA/TOTAL BOLIVIA (en %)	0,73	5,81		1,20	8,71		2,5	8,42	

Fuente: Instituto Nacional de Estadística - INE

Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior – IBCE (Marzo 2010).

(p): Cifras preliminares

Nota: El cuadro no incluye reexportaciones ni efectos personales.

3.1. Exportaciones de Bolivia a China

Durante el año 2009, Bolivia exportó un total de USD131 millones a China, de los cuales los 10 principales productos exportados al mercado asiático concentran más del 94% del total (Véase el cuadro 3.2).

Cuadro N° 3.2
Bolivia: Principales productos exportados a China, 2009 ^(p)
(Expresado en toneladas y millones de dólares estadounidenses)

Productos Principales Exportados a China	Volumen (TN)	Valor (millones USD)	Crecimiento ¹ (2005-2009) %
Estaños en bruto sin alear	2.501	33	2.183,0
Mineral de estaño y sus concentrados	4.281	26	37,5
Mineral de plata y sus concentrados	4.317	21,1	1.041,7
Mineral de cinc y sus concentrados	21.980	19	616,9
Mineral de plomo y sus concentrados	13.634	9	893,3
Las demás madera aserrada, cortada o desenrollada	22.396	6	11,6
Madera moldurada	1.468	2,5	587,5
Desperdicios y desechos de cobre	874	2,4	9,3
Madera aserrada	5.668	2,4	57,5
Mineral de antimonio y sus concentrados	769	2,2	-37,8
Otros productos exportados	12.778	7,5	29,3
Total de productos exportados a China	90.666	131	64,7

Fuente: Instituto Nacional de Estadística - INE

Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior - IBCE (Marzo 2010).

(p): Cifras preliminares.

3.2. Importaciones en Bolivia desde China

Las importaciones realizadas por Bolivia desde China totalizaron USD371 millones en el 2009; de éstos, los principales 10 productos concentraron más del 23% del total importado (Véase el cuadro 3.3).

¹ El crecimiento se obtiene de la fórmula de cálculo de las tasas de crecimiento promedio durante cinco años.

Cuadro N° 3.3
Bolivia: Principales productos importados desde China, 2009 ^(p)
(Expresado en toneladas y millones de dólares estadounidenses)

Productos Principales Importados desde China	Volumen (TN)	Valor (millones USD)	Crecimiento ² (2005-2009) %
Motocicletas de cilindrada entre 50 cm ³ y 250 cm ³	5.173	14,3	29,9
Insecticidas	1.832	12	1.525,2
Estación base	189	10,2	1.578,9
Aparatos de transmisión o recepción	209	9,4	1.496,2
Los demás herbicidas	3.855	8,4	1.347,3
Herbicidas	2.526	8	1.402,6
Máquinas de sondeo y perforación	107	7	1.287,0
Calzados con suela	843	6	1.267,9
Bolas de hierro o acero para molinos	5.078	6	1.041,8
Tejidos de fibra sintética de poliéster	14.825	5,5	-17,6
Otros productos importados	312.396	285	24,1
Total de Productos Importados desde China	347.034	371,1	29,8

Fuente: Instituto Nacional de Estadística - INE

Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior – IBCE (Marzo 2010).

(p): Cifras preliminares.

3.3. Conclusiones

El comercio exterior entre Bolivia y China presentó déficit comercial a lo largo del período de análisis, sin embargo el crecimiento de las ventas bolivianas fue del 65% en la gestión pasada respecto al 2005. Por su parte, las compras bolivianas experimentaron una baja de USD44 millones, en la gestión 2009.

La participación de Bolivia en las compras externas de China desde mundo fue de apenas un 0,01% en el 2009, significando grandes oportunidades para proveer este mercado, en rubros como la minería, las maderas y sus manufacturas, cuero, entre otros.

² El crecimiento se obtiene de la fórmula de cálculo de las tasas de crecimiento promedio durante cinco años.

4. ACUERDOS COMERCIALES

Los Acuerdos Comerciales tienen como finalidad exclusiva la promoción del comercio entre países Miembros. Es por tal motivo que para el sector exportador le merece una gran importancia ya que ellos brindan acciones para mejorar el intercambio comercial, facilitando el ingreso de los productos de origen boliviano a otros países y sobre todo impulsando el desarrollo equilibrado y armónico entre los países Miembros.

4.1. Acuerdos Comerciales de China

China mantiene acuerdos comerciales con diferentes países y bloques del mundo. Entre ellos, destacan los acuerdos bilaterales con Bangladesh, Chile, Hong Kong y otros países asiáticos, en razón a que gozan de preferencias arancelarias del 100% para la mayoría de sus productos exportados a China.

China es miembro de la Asociación de Naciones del Sureste Asiático (ASEAN), por ello goza de preferencias arancelarias superiores al 50% en promedio.

Bolivia no tiene ningún acuerdo comercial suscrito con China, por tanto, no recibe tratamiento preferencial alguno, debiendo realizar el pago del arancel de importación estipulado para el ingreso del producto de su interés al mercado chino.

Es importante destacar la existencia de productos que se importan libre de pago de arancel al mercado chino, gracias a la Cláusula de la Nación Más Favorecida (NMF).

4.1.1. Productos que aplican NMF del 0% en China

La lista de los productos que se encuentra libre del pago de arancel en su ingreso a China se presenta en el siguiente cuadro:

Cuadro 4.1
Lista de productos que aplican NMF del 0% en China

Sección	Descripción	Productos
I	Animales vivos y productos del reino animal	Truchas; anguilas; langostas; camarones; cangrejos; ostras; mejillones; jibias; caracoles; huevos de ave; cochinilla
II	Productos del reino vegetal	Cebollas; esquejes; azaleas; orquídeas; arvejas; garbanzos; frijoles; lentejas; habas; centeno; avena; sorgo; habas de soja; maníes; semilla de girasol; semilla de algodón; semilla de sésamo; semilla de mostaza; remolacha; opio
IV	Productos de las industrias alimentarias; Bebidas, Líquidos alcohólicos y vinagre; Tabaco y sus sucedáneos del tabaco elaborados	Cerveza de malta

CHINA: PERFIL DE MERCADO PARA PRODUCTOS BOLIVIANOS

V	Productos minerales	Sal de mesa; minerales de hierro; minerales de antimonio; aceites crudo de petróleo; betunes y asfalto; energía eléctrica
VI	Productos de las industrias químicas o de las industrias conexas	Películas
IX	Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera	Artículos de mesa cocina , de madera; manufacturas de madera; corcho natural; corcho aglomerado
X	Pasta de Madera o de las demás materias fibrosas celulósicas; Papel o cartón para reciclar (desperdicios y desechos); Papel o cartón y sus aplicaciones	Pasta mecánica de madera; papel o cartón para reciclar; libros, folletos; planos y dibujos hechos a mano; sellos de correos; impresos publicitarios
XIII	Manufacturas de piedra, yeso fraguable, cemento, amianto (asbestos), mica o materias análogas; productos cerámicos; Vidrio y sus manufacturas	Artículos de vidrio para laboratorio; ampollas de vidrio
XIV	Perlas finas (naturales) o cultivadas, piedras preciosas o semipreciosas, metales preciosos, chapados de metal precioso (plaque) y manufacturas de estas materias; Bisutería; Monedas	Diamantes en bruto; cuarzo; polvo de diamante; plata en polvo; plata en bruto
XV	Metales comunes y manufacturas de estos metales	Chatarra; lingotes de chatarra
XVI	Máquinas y aparatos, material eléctrico y sus partes; Aparatos de grabación o reproducción de sonido, aparatos de grabación o reproducción de imagen y sonido en televisión, y las partes y accesorios de estos aparatos	Autoclaves; calentadores de agua; centrifugadoras; aparatos para riego; máquinas que operen mediante láser; máquinas de control numérico; prensas; máquinas de aserrar; máquinas de escribir; máquinas de calcular; máquinas para trabajar caucho; partes de máquinas; arrancadores eléctricos; hornos de resistencia; telefonos inalámbrico; micrófonos; soportes magnéticos; antenas y reflectores; tableros LCD y LED; circuitos impresos; cables de fibras ópticas
XVIII	Instrumentos y aparatos de óptica, fotografía o cinematografía, de medida control o precisión; Instrumentos y aparatos medicoquirúrgicos; Aparatos de relojería; Instrumentos musicales y accesorios de estos instrumentos o aparatos	Aparatos y material para laboratorios fotográficos; partes y accesorios de microscopios; pantógrafos; instrumentos y aparatos eléctricos o electrónicos; micrótomos
XX	Mercancías y productos diversos	Asientos para aeronaves; asientos giratorios; partes de muebles; artículos para fiestas

Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior – IBCE (Marzo 2010)

5. NORMAS DE IMPORTACIÓN EN CHINA

5.1. Aranceles de Importación

Desde 1992, el sistema tarifario chino está basado en el Sistema Armonizado. Los aranceles aduaneros sobre las importaciones son calculados generalmente sobre su valor CIF, con todos los cargos incluidos verificados por la administración aduanera. Cuando el valor no puede ser confirmado, las autoridades aduaneras estimarán el valor. La tasa de impuesto oscila entre 0 a 65%, dependiendo del tipo de bienes y su país de origen; es decir, en función de las relaciones comerciales con el país exportador y el grado de apertura que se negocien entre sí.

5.2. Contingentes Arancelarios de Importación

Entre los contingentes arancelarios que aplica el mercado chino:

5.2.1 Licencias no automáticas de importación:

Entre los productos sujetos a licencias de importación se incluyen las sustancias químicas destinadas a usos militares, así como los materiales tóxicos. Esos productos están incluidos en las Disposiciones sobre administración de licencias de importación y exportación de productos y tecnologías de doble uso (civil y militar) (dictadas por el MOFCOM y la Administración de Aduanas con efecto del 1º de enero de 2006).

5.2.2 Licencias automáticas de importación:

Las licencias automáticas de importación se aplican principalmente a aves de corral, aceite vegetal, tabaco, cobre, mineral y concentrados de cobre, caucho natural, desechos de papel, filamento de diacetato de celulosa, aluminio y chatarra de acero.

5.3. Normas Técnicas y Normas de Calidad

5.3.1. Normas Técnicas

Las instituciones encargadas de regular las normas técnicas gubernamentales son la Administración China de Normalización (SAC, siglas en inglés de Standardization Administration of the People's Republic of China) creada en 2001 -representa a China frente a la Organización Internacional de Normalización (ISO)- y la Comisión Electrónica Internacional (IEC). SAC se encarga de implementar los proyectos de cooperación internacional y elabora gran cantidad de normas técnicas sobre productos agrícolas e industriales.

Otra entidad importante en cuanto a certificación técnica, es la Administración Nacional de Certificación y Acreditación de China (CNCA), la cual se ocupa de definir los requisitos para la certificación de productos. De manera creciente, y a partir de la incorporación de China a la OMC, estos requisitos tienen que ser iguales para importaciones o producción nacional, como es el caso del sistema CCC (China Compulsory Certificate), que ya afecta a un número cada vez mayor de productos, fundamentalmente industriales.

China, a través del Acuerdo sobre barreras arancelarias al comercio de la OMC, se comprometió a no adoptar estándares que se contrapongan con las disposiciones de los estándares internacionales.

5.3.2. Medidas Sanitarias y Fitosanitarias (MSF)

En lo que respecta al régimen MSF, la legislación vigente en China comprende la Ley sobre la cuarentena de entrada y salida de fauna y flora, la Ley sobre la higiene alimentaria, la Ley sobre la prevención de enfermedades animales, la Ley sobre inspección de mercancías de importación y de exportación, la Ley sobre salud en frontera y cuarentena, así como los correspondientes reglamentos y normas de aplicación.

En las importaciones sujetas a cuarentena, los importadores deben presentar las solicitudes junto con los documentos pertinentes a las autoridades de la oficina local de inspección y cuarentena. En el caso de los animales, vegetales y sus productos derivados, también se exige el certificado sanitario expedido por el organismo competente en el país de origen.

Se debe presentar el "permiso de cuarentena" o el aviso de denegación en un plazo de 20 días hábiles contados a partir de la recepción de la solicitud, una vez que ésta es aceptada por la oficina local de inspección y cuarentena (salvo para los productos que precisen de más tiempo para efectuar pruebas de laboratorio o análisis de riesgos).

Para preservar la calidad e inocuidad de los alimentos, China ha puesto en ejecución el Plan de Acción de Alimentos Seguros a los residuos de plaguicidas tóxicos en los vegetales y residuos.

5.3.3. Normalización ambiental

De acuerdo a las normas ambientales dispuestas por China, la comprobación de conformidad de los productos importados la realiza la Administración Nacional de Supervisión de Calidad, Inspección y Cuarentena (AQSIQ), pudiendo intervenir en algunos casos otros organismos, como el Ministerio de Salud.

El mecanismo de certificación ambiental es validado a través de la marca de Certificación Obligatoria para China: CCC, la cual es administrada y otorgada por el Sistema de Certificación Obligatoria de Productos y por la Administración de Certificación y Acreditación (CNCA), ambas dependientes de la AQSIQ.

Los productos que deben llevar la marca CCC están especificados en un Catálogo para la Certificación Obligatoria de Productos. Este catálogo abarcan 22 grupos con 159 subcategorías (19 grupos y 132 subcategorías en 2003) y comprenden, entre otros, los aparatos electrodomésticos; vehículos de motor; componentes de seguridad y accesorios; herramientas eléctricas; y, aparatos de audio y vídeo. Los productos consignados en el Catálogo no deberán comercializarse ni importarse sin la marca CCC.

5.4. Etiquetado para OMG

Sobre la base del Reglamento de la Administración de Seguridad de los Organismos Agrícolas Modificados Genéticamente (Consejo de Estado, 23 de mayo de 2001), el Ministerio de Agricultura promulgó las Normas sobre la administración del etiquetado de los organismos agrícolas modificados genéticamente (revisadas el 1º de julio de 2004). Con arreglo a estas normas, debe especificarse claramente "OMG" en el etiquetado de los organismos modificados genéticamente y de los productos elaborados utilizando OMG.

El etiquetado debe estar en chino. Sin el etiquetado adecuado, no pueden importarse ni venderse en China organismos modificados genéticamente ni sus productos. Corresponden al Ministerio de Agricultura las cuestiones de etiquetado de los OMG y de sus productos, y la AQSIQ se encarga de la inspección en frontera del etiquetado de los OMG importados.

6. ASPECTOS BÁSICOS PARA HACER NEGOCIOS CON CHINA

Es importante conocer los aspectos que rigen a la hora de realizar negocios con empresarios chinos. Hay que tener mucha paciencia y buenas relaciones. Ellos se toman el tiempo necesario para decidir si hacen o no negocios. Son cautelosos con aquellas empresas que creen que obtendrán inmediatas ganancias. Además, son importantes los contactos a la hora de realizar un negocio con el país asiático, para ellos los contactos o "guanxi" lo es todo.

6.1. Tips para el empresario boliviano en China

Entre los principales puntos que debe tomar en cuenta todo empresario para concretar negocios con el mercado chino, mencionar:

1. Si se quiere hacer un presente, es importante tomar en cuenta que no se trata de llegar con una caja de vinos y regalarle una botella igual a todos, sino que se debe respetar la diferencia de jerarquía. El regalo para el jefe debe ser distinto del que se le da al empleado, porque las jerarquías en China deben respetarse. Hay que tener cuidado con el objeto que se regala y lo que este represente en la cultura oriental. Por ejemplo, nunca hay que regalar un reloj, porque es como desear la muerte, igual que cualquier cosa con el número cuatro.

2. Al llegar a una reunión no se debe saludar primero a la mujer que esté en el grupo, salvo que ella sea la jefa, ya que siempre se respeta más el cargo que el género. Mucho menos hay que llegar y saludar con un beso a una mujer, sólo se le da la mano con mucho respeto, tal como se hace con un hombre.

3. La entrega de tarjetas de presentación debe seguir un cierto protocolo en China, es decir, se debe entregar y recibir con las dos manos y nunca guardarla apenas se la entregan, sino que hay que leerla y mostrar interés, de lo contrario es una falta de respeto.

4. Si se va realizar un almuerzo empresarial, ellos van a realizar varios brindis y si en una mesa se escucha ¡Gan Bei! es porque hay que beberse el trago de una sola vez, pero realmente de una sola vez. En una situación así, dejar algo en el vaso es mal visto en China.

5. Si un extranjero llega solo a hacer negocios, los empresarios chinos no se van a tomar la molestia de atenderlos como si fuera con una delegación de otros empresarios. Se debe ir en grupo, nunca solo, porque eso le da credibilidad para mostrarles productos o entregarles datos de clientes.

6.1.1. Otra información necesaria en la cultura de negocios en China

Durante la realización de un negocio en China se debe tomar muy en cuenta lo siguiente:

- Las Negociaciones se deben realizar siempre en grupo. No se debe acudir sólo a China
- Se debe tomar en cuenta que el directivo de mayor rango es el que lleva la negociación. La preparación técnica de los ejecutivos chinos es elevada
- Nunca olvidar que los chinos son los mejores negociadores del mundo
- Los chinos estudian las operaciones con mucha mayor profundidad. Saben distinguir entre lo fundamental y lo accesorio
- Es importante tener en cuenta que el concepto de amistad es esencial para los negocios
- No se debe hablar en primera persona ya que es petulante
- Los chinos son muy desconfiados
- No debe dar demasiada información
- La dificultad del idioma se usa como una táctica negociadora
- Debe contratarse un intérprete profesional y de confianza. Para facilitar su tarea hay que utilizar frases cortas
- Los chinos son los grandes maestros en el uso de los silencios
- Para ellos el honor (mianzi) es más importante que el poder o el dinero

6.2. Logística de Transporte

China es poseedor de 18 puertos, siendo los principales: Shangai, Dalian, Tianjin, Guangzhou, Ningbo.

El puerto de Shangai, uno de los más importantes del mundo, se encuentra ubicado en el centro de la línea costera china, representa una entrada natural para las mercancías en China. Otro puerto, importante para el transporte internacional, es el puerto de Tianjin es el puerto artificial más grande de China. Es la puerta de entrada a Beijing y a Tianjin, situado al Norte del país asiático.

Otro puerto, es el denominado Ningbo, situado en el centro de la costa de China, poseedor de rutas dirigidas a todos los principales puertos del mundo.

6.2.1. Transporte Aéreo

En China existen 128 aeropuertos, entre los aeropuertos internacionales: Aeropuerto internacional de Beijing Capital, Hong Kong, Shanghai – Pudong (PVG) y Shanghai – Hongqiao (SHA). Actualmente existen más de 30 compañías aéreas que tienen servicio regular con China.

Entre las líneas aéreas más importantes que ofrecen vuelos a China son Air France, Air China, British Airways, Dragon Air, KLM, Lufthansa Airlines, Singapore Airlines y United Airlines.

6.2.2. Transporte Marítimo

El acceso más popular a China por barco es el que se hace desde Hong Kong. El transporte fluvial está muy desarrollado en China, ya que este país tiene la suerte de contar con dos importantes arterias que recorren el país de oeste a este: el río Yangtze y el río Amarillo.

Otras vías de interés navegables son el río de la Perla, el río Songhua en Heilongjiang, el río Huai y el Gran Canal.

Entre los puertos más importantes son los de Shanghai, Quingtao, Dalian, Tianjin, Ningbo y Cantón.

7. FERIAS Y SITIOS DE COMERCIO VIRTUAL

7.1. Ferias

Existe una diversidad de ferias que se desarrollan anualmente en China, con el fin de dar a conocer numerosos productos y servicios ofrecidos por este país, entre ellas:

Feria internacional de papelería Hong Kong, China. Tuvo lugar del 11 al 14 de enero de 2010 en el Hong Kong Convention and Exhibition Centre.

Feria de la moda 2010 Hong Kong, es un evento independiente y de primera línea, dedicada a la recogida de prendas de diseñadores y marcas de todo el mundo. Se celebró en las instalaciones del recinto Hong Kong Convention and Exhibition Centre, entre los días 18 al 21 de enero de 2010.

Feria de la educación 2010 Hong Kong, es la feria dedicada al mundo de la educación, la cual se celebró en las instalaciones del Hong Kong Convention and Exhibition Centre, entre los días 4 al 7 de febrero.

Feria Internacional de Saneamiento, es la feria que incluye la Calefacción, Aire acondicionado, Baño y Cocina de China. Tuvo lugar del 10 al 12 de marzo en el Recinto Shanghai New International Expo Centre.

Cartes in Asia 2010, es la Feria sobre seguridad digital y tecnologías inteligentes, Hong Kong, China. Tuvo lugar del 16 al 18 de marzo.

CIFF 2010 Canton Guangzhou, Feria del Mueble para el hogar, se celebró del 18 al 21 del marzo de 2010 en el Recinto Ferial de la Feria de Artículos Chinos para la Importación y Exportación de Cantón, China.

CartonExpo 2010 Shanghai, La feria internacional del cartón tendrá lugar del 7 al 9 de abril de 2010 en el Shanghai New International Expo Centre.

Chinaplas 2010, Es la exposición internacional de plásticos y caucho, tendrá lugar en el Shanghai New International Expo Centre (SNIEC) del 19 al 22 de abril de 2010.

Feria internacional Turismo Emisor de China COTTM 2010, que tendrá lugar del 28 al 30 de abril de 2010 en el China World Trade Center de Pekín.

Textil y Confecciones de Comercio Justo, tendrá lugar del 19 al 21 de mayo de 2010 en el Shanghai Mart Ferias.

Feria energía y electricidad Asian Elenex 2010, se realizará la nueva edición de Asian Elenex del 2 al 4 de junio de 2010 en el Centro de Convenciones & Exhibiciones de Hong Kong.

Feria fabricantes relojes Watch and Clock 2010 Hong Kong, tendrá lugar del 6 al 10 de septiembre de 2010.

Feria internacional del mueble de China 2010 , tendrá lugar del 7 al 10 de septiembre de 2010 en el Shanghai New International Expo Centre.

Feria Joyería de China - Otoño, es la feria joyería de China edición de Otoño, se celebrará en el AsiaWorld-Expo (AWE), del 14 al 18 de septiembre.

Feria de telecomunicaciones 2010, EXPO COMM CHINA 2010, es la mayor feria de la industria de las telecomunicaciones en Asia, se celebrará en Pekín, en las instalaciones del China International Exhibition Centre, entre los próximos días 19 al 23 de octubre de 2010. En esta feria se mostrarán las últimas novedades del sector, en todas sus vertientes.

7.2. Sitios de Comercio Virtual

Ministerio de comercio de la República Popular de China, brinda información sobre ofertas y demandas respecto a las empresas chinas. Visite:

<http://spanish.mofcom.gov.cn/aarticle/offerydemand/200804/20080405472002.html>

GTC-trade.com, directorio de empresas, industrias, comercios, profesionales y servicios. Servicios para hacer negocios con China Visite:

<http://www.gtc-trade.com/es/asesoria-para-hacer-negocios-china/>

Comprasaempresasyproveedoresenchina.com, brinda información general para establecer contactos y realizar negocios en China. Visite:

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

Pymes online.com, ofrece negocios con China y la búsqueda de proveedores y productos en China. Visite:

<http://www.pymesonline.com/web/index.php/11/0/>

Kompass.com, guía empresarial con alrededor de 2,3 millones de empresas en 66 países con 57.000 referencias de productos y servicios; 860.000 marcas comerciales y 4,6 millones de nombres de directivos. Visite:

<http://www.kompass.com/kinl/index.php?Lang=es>

8. FUENTES DE INFORMACIÓN

8.1. Sitios Web

Instituto Nacional de Estadística – INE: Ofrece las estadísticas económicas y de comercio de nuestro país.

<http://www.ine.gov.bo>

Proexport Colombia: Dispone de Base de datos sobre diversos países y productos

<http://www.proexport.com.co>

Corpei: Es un portal de promoción de exportaciones del Ecuador, que posee un Centro de Información e Inteligencia Comercial que brinda datos de diversos países como ser China.

<http://www.corpei.org>

The World Factbook: Herramienta que brinda datos generales del país en estudio.

<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/>

Trade statistics for international business development - TRADE MAP:

Brinda información estadística del mundo actualizada.

<http://www.trademap.org>

Portal ferias: Brinda información actualizada relacionada a las ferias que se realizan en el mundo.

http://www.portalferias.com/ferias-china_2010/p7/2/

BCN Asia Pacífico: Posee información sobre la forma de hacer negocios en China.

<http://asiapacifico.bcn.cl/noticias/economia-y-negocios/guanxi-negocios-chile-china>

9. Fuentes Fotográficas

<http://www.indap.gob.cl/observatorio/images/stories/china%5B1%5D.jpg>

http://www.hoycinema.com/especial/viajes-cine/img/muralla_china.jpg

<http://flory2009.files.wordpress.com/2009/04/waterworld-china-2.jpg>

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

10. ¡Nosotros podemos ayudarlo!

Para adquirir mayor información relacionada con la:

- Asistencia Técnica personalizada en Comercio Exterior:

- Pasos para exportar e importar
- Clasificación Arancelaria de productos de su interés
- Información de Preferencias Arancelarias

- Condiciones de Acceso de Mercado
- Obstáculos Técnicos al Comercio – OTC
- Requisitos Sanitarios
- Plan de Negocios
- Investigación de Mercado
- Análisis Estadísticos
- Consultaría en Comercio Internacional para:
 - Empresas
 - Academia
 - ONG's
 - Cooperación Internacional

Tomar contacto con el Gerente Técnico, Ing. Limberg Menacho Ardaya:

E-mail: gtecnica@ibce.org.bo

Telf.: (591-3) 3362230

Fax: (591-3) 3324241

Casilla: 3440

Dirección: Av. Las Américas N° 7, Esq. Saavedra Torre Empresarial CAINCO, Piso 13

Sitio Web: www.ibce.org.bo

A continuación, presentamos algunas percepciones empresariales beneficiadas con la asistencia técnica y diversos servicios que brinda nuestra institución:

"El Instituto Boliviano de Comercio Exterior, realiza un excelente trabajo, en beneficio de las exportaciones, con su centro de investigación y análisis con estudios realizados a la medida de los requerimientos de las empresas del país"

Ing. Mariano Aguilera Tarradellas
Presidente

Ingenio Azucarero Guabirá S.A.

"El IBCE es una de las instituciones más creíbles y respetadas de Bolivia, tanto dentro como fuera de nuestras fronteras, y es un referente en temas relacionados con el comercio exterior; gracias a la capacidad y profesionalismo de sus directivos y funcionarios"

Ing. José Luis Landivar Bowles
Jefe Departamento Agronegocios
Desarrollos Agrícolas S.A.