



Aspectos relevantes en una importación desde China

Francisco Orellana, Project Manager

**Market Intelligence Department
Cámara de Comercio Asia Pacífico**

f.orellana@asiapacific.cl
francisco.orellana.c@gmail.com



ASIA PACIFIC
Chamber of Commerce
Cámara de Comercio

¿Qué es la Cámara Asia Pacífico?



□ Ente Facilitador de Comercio, cuya misión es:

- Promocionar
- Intermediar
- Asesorar



El intercambio comercial y tecnológico entre las Pymes y los organismos públicos y privados de Asia Pacífico

Tenemos:
La experiencia
Los contactos
El conocimiento



Asia Pacífico



América

¿Cómo lo hacemos?

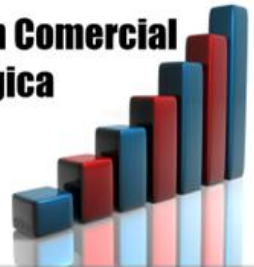
- ❑ Red institucional en Chile y Asia.
(TPO, Cámaras de Comercio, Organismos Públicos y Privados, ect.)
 - ✓ Paragüas Institucional.

- ❑ Actividades y herramientas de Promoción, información y facilitación.
 - ✓ Puente de Conexión.

Inteligencia de Mercado



Promoción Comercial y Tecnológica

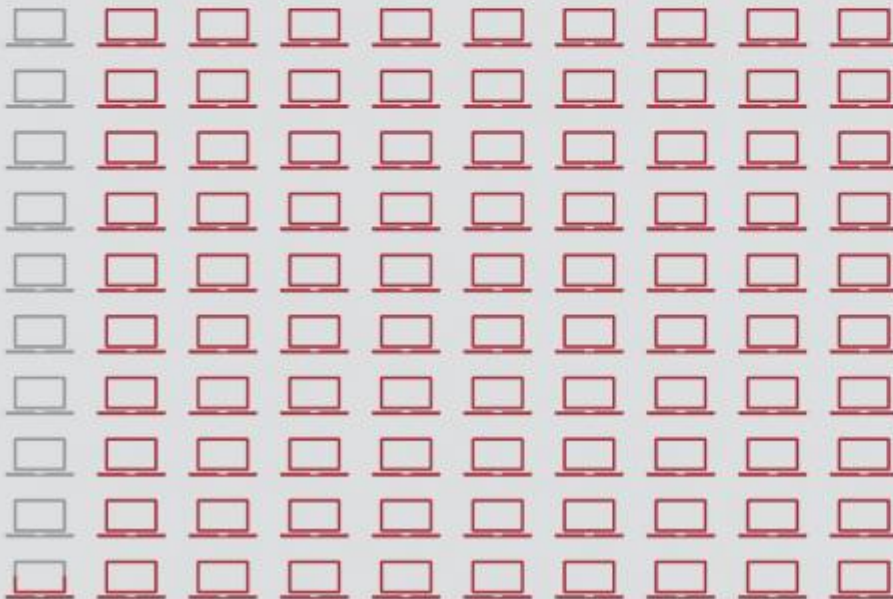


Capacitación



THINGS CHINA MAKES

Growth in China's manufacturing sector might be slowing down, but China still makes a whole lot of stuff. Here are 10 things that China makes more of than any other country in the world:



320.4 MILLION
Personal Computers

That's
90.6%
*of all the personal computers
produced in 2011.*

¿Por qué China?

109 MILLION
Air Conditioners



That's
80%
of all the air conditioners
produced in 2011.



320.4 MILLION
Energy-Saving Lamps

That's
80%
of all the energy-saving lamps
produced in 2011.

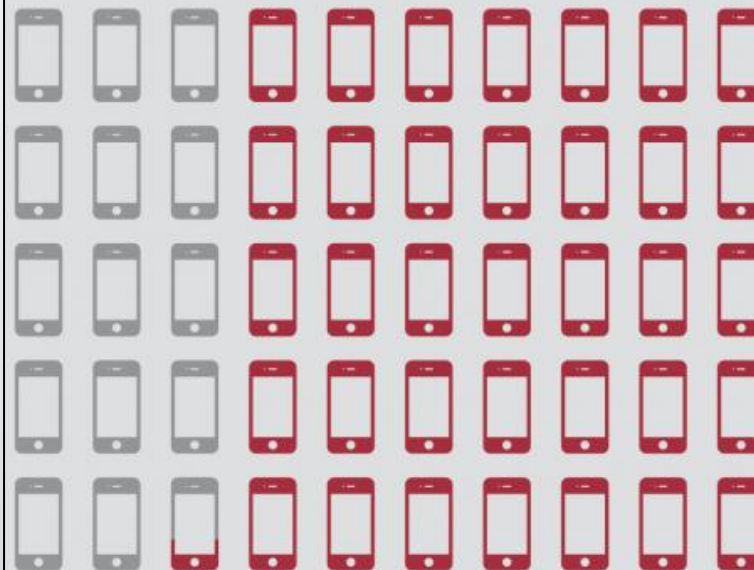
¿Por qué China?



ASIA PACIFIC
Chamber of Commerce
Cámara de Comercio

21.8 GIGAWATTS
Solar Cell Production Capacity

That's
74%
of global solar cell production capacity in 2011.



1.1 BILLION
Mobile Phones

That's
70.6%
of all the cell phones produced in 2011.

¿Por qué China?

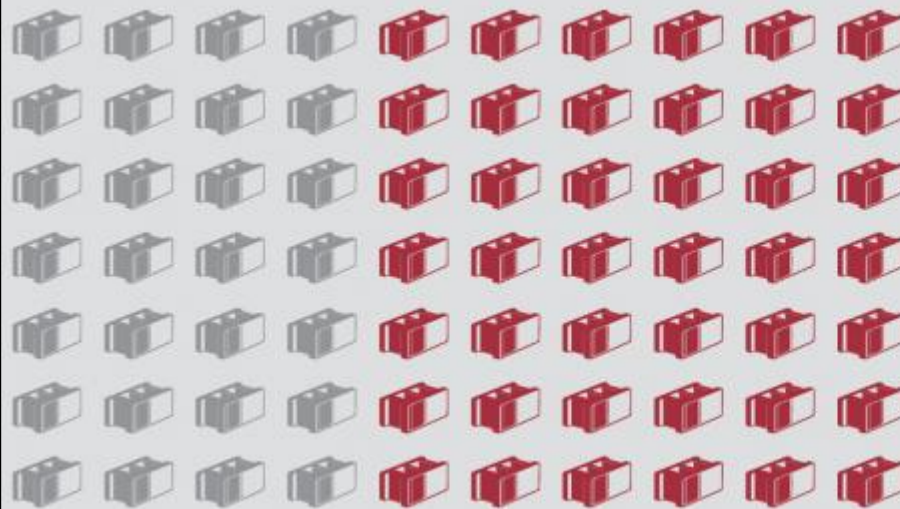
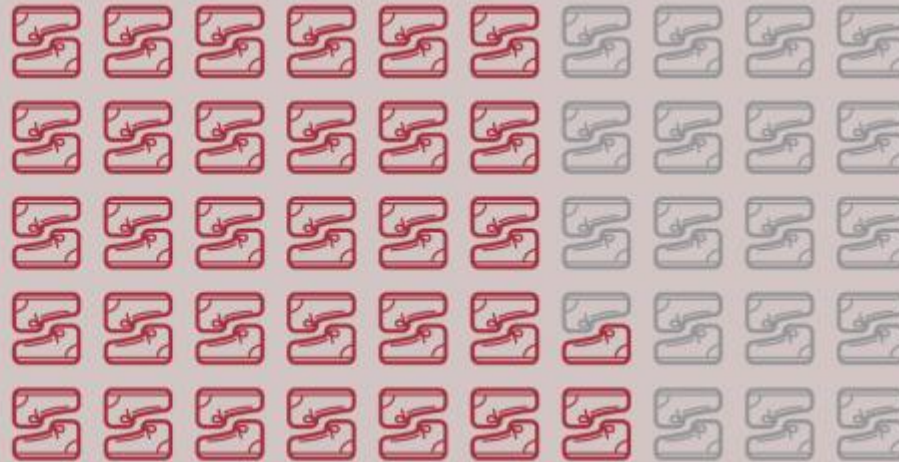


ASIA PACIFIC
Chamber of Commerce
Cámara de Comercio

12.6 BILLION
Pairs of Shoes

That's
63%

of all the shoes produced in 2010.



1.8 BILLION
Tons of Cement

That's
60%

*of all the cement produced
in 2011.*

Pasos en una importación

1. Definición del producto a importar.
2. Análisis de la normativa vigente.
3. Selección y Negociación con el Proveedor.
4. Costeo de la operación hasta destino final (bodega en Chile)
5. Gestión de servicios relacionados (transporte, aduana, pagos).

Negocio Exitoso



Negocio Frustrado



1. Definición del producto a importar.

- Necesidad
- Oportunidad
- Precio

2. Análisis de la Normativa Vigente

- Barreras Arancelarias (ad valorem, impuestos específicos)
- Barrera Para-arancelarias (cuotas, visaciones, normas, etc.) y otros requisitos
 - Requisitos específicos para la importación (Servicio Nacional de Aduanas)
 - Requisitos/normas para la comercialización
 - Requisitos/normas de facto de la industria
- Documentos Necesarios (B/L, packing list, factura comercial, certificado de origen)

3. Selección y negociación con el proveedor.

▪ Selección del Proveedor

- Definición del tipo de proveedor (fabricante, intermediario, trader, tienda online)
- Realizar Búsqueda de Potenciales proveedores (offline / online)
- Validar antecedentes de Proveedores
- Verificar existencia, antigüedad, experiencia exportadora, tamaño, etc.

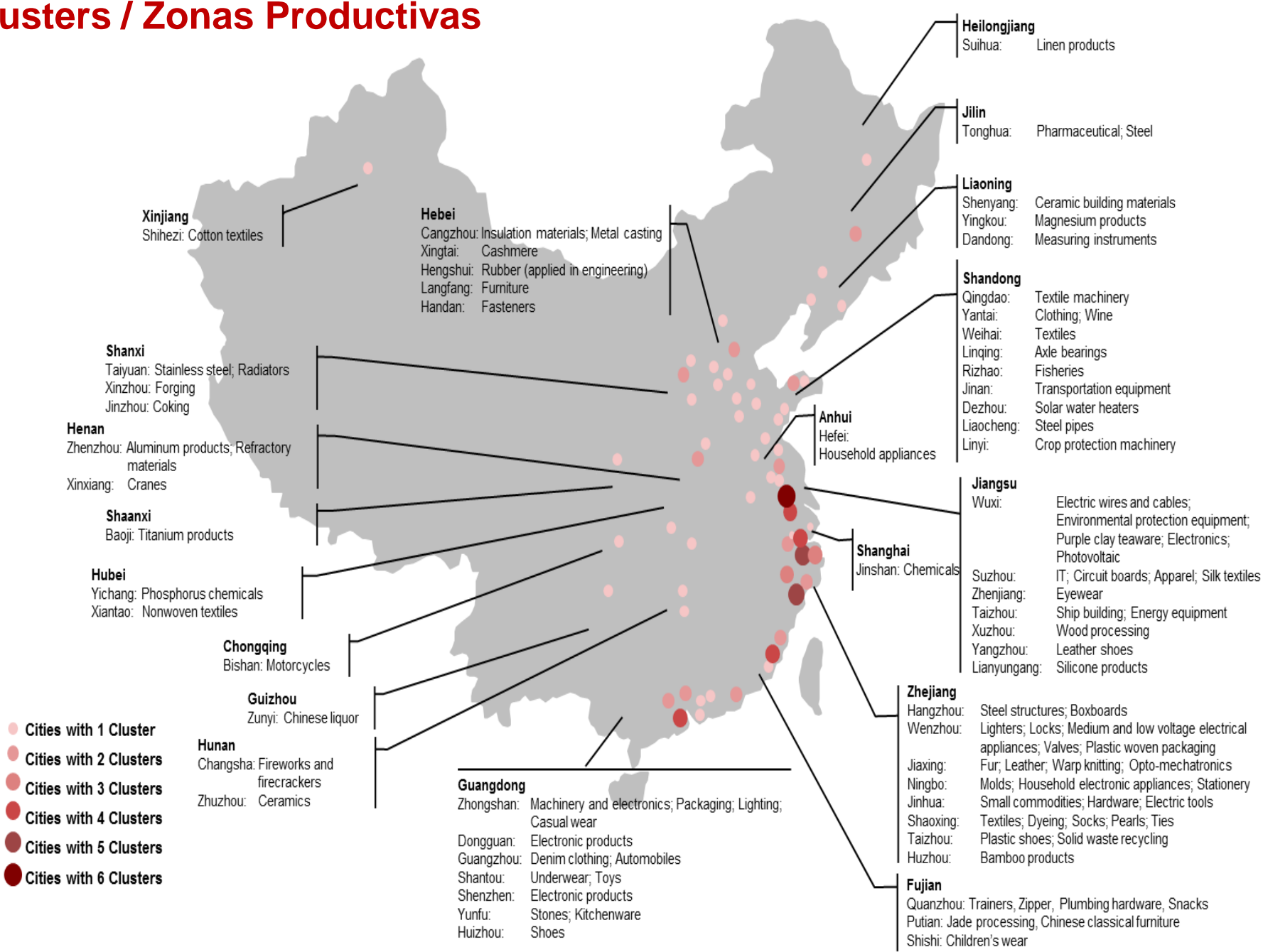
▪ Negociación

- Contactar y solicitar cotizaciones (proforma)
- Definir términos y condiciones:
Producto, Incoterms, Tiempos y lugares, medios de pago.
- Entender cultura comercial de empresas chinas.

Hubs / Cluster Industriales



Clusters / Zonas Productivas



Source: Li & Fung Research Centre; The Beijing Axis Analysis

4. Costeo total

- Costo del producto
- Pérdida por tipo de cambio
- Flete
- Gastos Locales (desconsolidación, transporte local, agente de aduanas, etc.)
- Costo de trámites en Chile (certificaciones, homologaciones, etc.)
- Certificado de Origen
- Otros gastos

5. Gestión de servicios relacionados

- Transporte (naviera, embarcador, courier)
- Agente de aduanas (sobre USD 1.000)
- Pagos (bancos, giros internacionales, medios online)
- Inspecciones en origen (fábrica, embarque)

Tiendas o Marketplace Online



❑ Portales B2B

- www.alibaba.com
- www.globalsources.com
- www.hktdc.com

❑ Marketplace para compras mayoristas (escala intermedia)

- <http://wholesale.alibaba.com>
- <http://www.dhgate.com/promotion/b2b-wholesale.html>
- <http://small-order.hktdc.com>

❑ Sitios informativos / referencia

- <http://www.gizchina.com/chinese-store-directory/> (directorio de tiendas online chinas)
- <http://www.shops-in-china.com/> (directorio de tiendas online chinas)
- <https://www.facebook.com/groups/aliexpress.dudas.chile> (comunidad para resolución de dudas en aliexpress)

❑ Tiendas/Marketplace Minoristas (compras en pequeña escala)

- www.dealextreme.com / www.dx.com
- www.focalprice.com
- www.chinavision.com
- www.pandawill.com
- www.dinodirect.com
- www.aliexpress.com (marketplace)
- www.dhgate.com (marketplace)
- <http://en.jd.com> (tienda y marketplace)

Curso Importación CCAP



Curso Importación CCAP



Link directo a curso:

<http://www.asiapacific.cl/portal/eventos/curso-importacion-desde-china-para-emprendedores/>

CURSO: IMPORTACION DESDE CHINA PARA EMPRENDEDORES
¡Aprenda en 2 días los pasos para una importación exitosa!

Único curso con el respaldo de una institución con más
de 12 años de experiencia con Asia Pacífico

SANTIAGO

25 y 26 de noviembre de 2016

**Centro de Extensión Universidad Católica
(Alameda 390, Santiago)**

**¡35% dcto. asistentes charla SERCOTEC!
(hasta agotar cupos)**



[Click aquí para detalles, testimonios de
alumnos e inscripciones](#)

BENEFICIOS

- Acceder a información de relatores especialistas.
- Contar con una **institución pionera**, con **más de 12 años de experiencia** en la promoción del comercio con la región Asia Pacífico.
- Aprender en sólo 2 jornadas la información necesaria para importar productos de China.
- Posibilidad de iniciar un exitoso negocio de importaciones.

Curso Importación CCAP



Información y Consultas Curso:

Srta. Javiera Vargas

cursos@asiapacific.cl

562 – 2244 4911

562 – 2244 3942

*Mencionar Seminario SERCOTEC
para acceder al descuento.

Web CCAP

www.asiapacific.cl

¡Aprende a importar de China!

y genera ingresos extras

www.asiapacific.cl

35%
dcto.

para asistentes
Seminario SERCOTEC



Francisco Orellana Cavagnola
Project Manager
Market Intelligence Department

Cámara de Comercio Asia Pacífico
f.orellana@asiapacific.cl

www.asiapacific.cl