

GOBIERNO DE NAVARRA

DESARROLLO ECONÓMICO

DERECHOS SOCIALES

HACIENDA Y POLÍTICA FINANCIERA

PRESIDENCIA, FUNCIÓN PÚBLICA,
INTERIOR Y JUSTICIARELACIONES CIUDADANAS E
INSTITUCIONALES

EDUCACIÓN

SALUD

CULTURA, DEPORTE Y JUVENTUD

DESARROLLO RURAL, MEDIO
AMBIENTE Y ADMINISTRACIÓN LOCAL

SEGURIDAD Y EMERGENCIAS

Productos agroalimentarios navarros se comercializarán por internet directamente a consumidores de China

Es el resultado de un proyecto financiado por el Plan Internacional de Navarra, que simplifica la documentación de importación, disminuye intermediarios y reduce costes logísticos y arancelarios

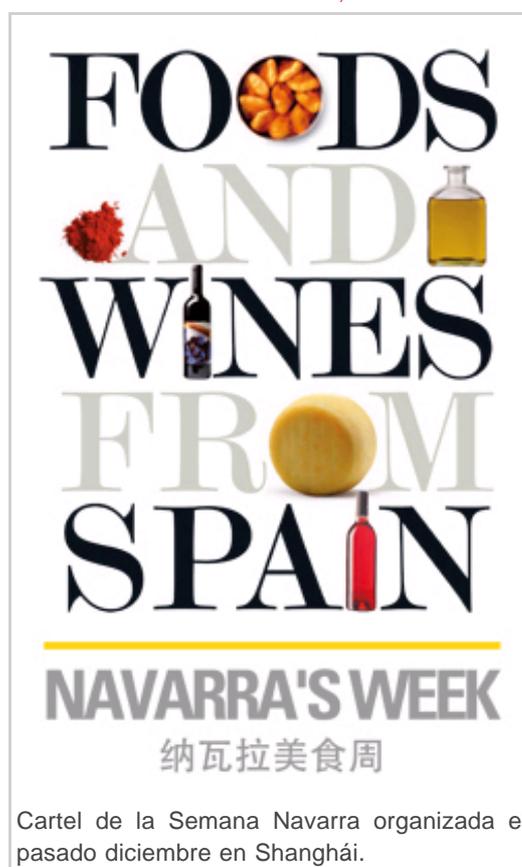
Jueves, 16 de marzo de 2017

La agrupación agroalimentaria navarra Halaco comercializará directamente sus vinos, aceites, cafés, biscotes ecológicos, sales orgánicas, etc. a consumidores de China por internet, un proyecto que ha sido financiado por el Plan Internacional de Navarra en el marco de las ayudas para la internacionalización agrupada de pymes de la Comunidad Foral.

Así se desprende del reciente acuerdo de colaboración suscrito por Juerui-Halaco, la filial conjunta (*joint venture*) de la mencionada agrupación agroalimentaria navarra y el grupo chino importador Shanghai Juerui Industry, con

la principal plataforma online de comercio transfronterizo (*cross-border*) de ese país, www.kjt.com, que es propiedad del Gobierno chino.

Con este acuerdo se simplifica la documentación de importación a China, de manera que únicamente será necesaria la conformidad de los productos a comercializar con la actual legislación regional o estatal, no con la china. Además, disminuyen significativamente los costes logísticos y arancelarios, ya que los productos no deben pasar por las aduanas chinas, así como la práctica total eliminación de intermediarios en la cadena de distribución de productos. Estas tres características harán que los precios a los que los productos navarros lleguen al consumidor final chino sean mucho más competitivos que los actuales a través de los



Cartel de la Semana Navarra organizada el pasado diciembre en Shanghái.

canales de comercialización tradicionales.

Las empresas navarras que estén interesadas en poder incorporarse a la agrupación Halaco o en presentar sus productos para la posterior comercialización en China pueden ponerse en contacto con el gerente, Raúl Labat (raul@halacoexport.com).

Un proyecto con trayectoria

El acuerdo firmado es el resultado de de varios años de trabajo de las empresas que conforman la agrupación Halaco Navarra. El pasado año, el empresario Jin Lin, CEO y presidente de “Shanghai Juerui Industry Co.,Ltd” [visitó Navarra](#), dejando patente su interés por colaborar con la agrupación y con las instituciones navarras.

Tras aquella visita, el pasado mes de diciembre los integrantes de Halaco Navarra (ocho personas en total) se [desplazaron a Shanghái](#) para desarrollar diversas actividades de promoción englobadas dentro de la “1ª Semana Navarra” en China, organizada por Juerui-Halaco y cuyo acto principal tuvo lugar el lunes 5 de diciembre en el salón de actos de las Oficinas Económicas y Comerciales de España en Shanghái (ICEX) con un éxito de convocatoria al reunir a 26 empresas chinas y más de 70 visitantes en total.

Finalmente, del 3 al 8 de abril está confirmada la visita de dos nuevas delegaciones de clientes internacionales a Navarra para conocer más de cerca a sus proveedores.

Mercado al alza

Según apuntan desde el Servicio de Proyección Internacional del Gobierno de Navarra, el comercio electrónico en China está subiendo “de forma imparable y se presenta como el sistema de venta del futuro”. Actualmente, China cuenta con más de 800 millones de personas usuarias de internet y la cifra continúa incrementándose, puesto que la población total de ese país es superior a los 1.400 millones de personas. Además, se calcula que hay 423 millones de consumidores online, con un crecimiento en torno al 20% anual.

En China, la compra online es “una forma de vida, no solo una opción más de compra”. La frecuencia del consumo online chino es cuatro veces mayor que en Europa. El 80% de la población de ese país que navega en internet compró al menos una vez a través de Internet durante el pasado año.

Estos números dejan al descubierto que “el futuro tanto en China como en el resto del mundo pasa por el comercio electrónico” y “cualquier empresa (tanto si vende productos como servicios) debería prepararse y adaptarse a los nuevos tiempos que corren”, afirman desde el Servicio de Proyección Internacional.

“El Gobierno chino ya lo está haciendo –continúan- desde hace un par de años, al regular la compra directa de productos internacionales cada vez más demandados por la creciente clase media-alta de la sociedad china (el llamado *cross-border*)”. Así, desde las instituciones chinas se está facilitando dicha compra con el fin de poner fin a la entrada sin control de productos internacionales que el turismo chino que viaja al extranjero trae en sus maletas o al preocupante ascenso del contrabando de este tipo de productos a lo largo de los últimos años.