



Recomendaciones para iniciar negocios en China y prevenir posibles problemas

Julio 2014

Este documento ha sido actualizado por
Teodora Candrea, bajo la supervisión de la
Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Pekín

ÍNDICE

| | |
|---|-----------|
| 1. INTRODUCCIÓN | 3 |
| 2. CASUÍSTICA | 4 |
| 2.1. Compras por internet | 4 |
| 2.2. Entregas defectuosas, incompletas o erróneas | 4 |
| 2.3. Correspondencia comercial interceptada por un estafador | 5 |
| 2.4. Cobros por gastos de notaria y regalos en el marco de una transacción comercial. Solicitud de visados | 5 |
| 2.5. Registro de dominios | 5 |
| 3. LEGITIMIDAD DE LOS POSIBLES SOCIOS COMERCIALES | 7 |
| 3.1. Teléfonos | 7 |
| 3.2. Direcciones en la web | 7 |
| 4. DISPUTAS COMERCIALES | 9 |
| 5. PROPIEDAD INTELECTUAL | 10 |
| 6. CÓMO PUEDEN AYUDAR LAS OFICINAS ECONÓMICAS Y COMERCIALES | 12 |

1. INTRODUCCIÓN

China está en el punto de mira de muchas empresas que ven en la segunda economía del mundo un mercado objetivo excepcional para sus productos y servicios, y no les falta razón. China no solamente viene registrando en los últimos años altos porcentajes de crecimiento en comparación con otras economías, sino que además el XII Plan Quinquenal, aprobado por la Asamblea General del Pueblo de la R.P. China en marzo de 2011, establece como uno de sus lineamientos el estímulo al consumo interno y la promoción de la importación. Por otra parte y desde el punto de vista del exportador, China sigue siendo considerada por muchos compradores españoles como un fabricante de productos baratos, tales como aparatos electrónicos, productos químicos, juguetes o enseres domésticos.

Si bien el atractivo de China como país importador y exportador es innegable, es necesario seguir un protocolo de seguridad mínimo para evitar caer en fraudes y estafas. Con frecuencia se reciben en las Oficinas Económicas y Comerciales de España en la R.P. China (OFECOMES) solicitudes de ayuda para resolver problemas comerciales y pérdidas económicas causados, la mayoría de las veces, por una excesiva confianza en ofertas comerciales que resultarían excesivamente atractivas o sospechosas para compradores o vendedores menos incautos.

El presente documento pretende ayudar tanto a compradores como vendedores españoles de productos y servicios, informando de los posibles riesgos y ofrece también alguna indicación sobre cómo prevenirlos. No obstante, la mejor recomendación será siempre la cautela, especialmente ante peticiones u ofertas demasiado atractivas.

2. CASUÍSTICA

Son numerosos los modus operandi y las variaciones de los fraudes y estafas que se vienen registrando en los últimos años. Si bien surgen nuevas formas, a continuación relatamos algunas de las operativas más frecuentes:

2.1. COMPRAS POR INTERNET

Páginas web fraudulentas con dominación terminada en Import & Export Trading, que normalmente solo están en idioma inglés y suelen copiar pobremente el diseño gráfico de otras páginas con fotografías de productos superpuestas. La oferta de productos suele ser multisectorial: textiles, industriales, agroalimentarios, electrónicos, etc. Estas webs de “empresas” estafadoras tienen una existencia efímera, transcurridas pocas semanas la página web en la que ofertan sus productos así como los números de teléfono, correo electrónico de contacto y cuenta bancaria receptora desaparecen. Durante ese corto plazo de tiempo la empresa puede haber hecho “transacciones” con cientos de compradores. En algunos casos los estafadores llegan a doblar la estafa cuando el comprador extranjero pregunta por el retraso en la entrega de la mercancía y le explican que la demora es debida a supuestos “problemas en la aduana en origen” y que se necesita más dinero para liberar el producto, llegando al extremo de aportar documentos de aduana falsificados, o bien que deben enviar el producto por DHL por lo que se necesita más dinero. Por supuesto después de esta segunda y tercera transferencia monetaria el comprador nunca más vuelve a saber del producto. Antes de comprar on-line es recomendable hacer varias búsquedas del nombre de la empresa en Google, Yahoo, etc., ya que en muchas ocasiones víctimas anteriores suben a la red advertencias para prevenir a otros internautas y evitar nuevos fraudes, y por supuesto, es preferible hacer los pagos vía PayPal y no directamente a una cuenta bancaria.

2.2. ENTREGAS DEFECTUOSAS, INCOMPLETAS O ERRÓNEAS

Con el objetivo de recibir el porcentaje pautado en el contrato cuando se emite el conocimiento de embarque, el proveedor envía una mercancía que no se ajusta a la factura, está defectuosa, incompleta o el contenido es distinto a las muestras enviadas originalmente (por ejemplo carbonato común en vez de Dióxido de Titanio, e incluso a veces ha habido contenedores cargados de piedra o arena). Normalmente, se trata de montos menores que disuaden al comprador de realizar una demanda judicial al comprar los costos del proceso con la pérdida sufrida, aunque los problemas de calidad también pueden afectar a operaciones costosas. Para evitar este tipo de estafas es recomendable contratar a empresas especializadas en el control de calidad que operan en China efectuando un completo control de la mercancía en puerto; opción que ciertamente tiene

RECOMENDACIONES PARA INICIAR NEGOCIOS EN CHINA

un costo adicional pero que definitivamente es eficaz para prevenir estafas. Las OFECOMES de China pueden proporcionar una lista de este tipo de empresas.

2.3. CORRESPONDENCIA COMERCIAL INTERCEPTADA POR UN ESTAFADOR

Se ha venido recibiendo denuncias de compradores españoles que se han visto defraudados por un hacker que intercepta la correspondencia comercial entre él y su proveedor en China (en algunos casos un proveedor antiguo y confiable), con el propósito de advertir sobre un cambio en los datos bancarios de la factura emitida. Una vez realizada la transferencia, el verdadero proveedor nunca recibe el dinero porque la cuenta suministrada al comprador era una cuenta efímera abierta por el hacker y normalmente el dinero es transferido automáticamente a una tercera cuenta. Para evitar este tipo de estafas es recomendable contactar al proveedor por vía telefónica o por fax para verificar la veracidad de los datos de la factura y confirmar con él cualquier instrucción de pago antes de realizar la transferencia bancaria.

2.4. COBROS POR GASTOS DE NOTARIA Y REGALOS EN EL MARCO DE UNA TRANSACCIÓN COMERCIAL. SOLICITUD DE VISADOS

Una empresa española es contactada por un supuesto comprador chino que solicita una cotización por una cantidad bastante atractiva de cierto producto o la prestación de un servicio. Los correos electrónicos de los supuestos agentes comerciales no son corporativos de una empresa sino de individuos y tienen dominios de Gmail, Yahoo o servidores chinos como @163.com, @vip.163.com, @236.com, etc. Tras diversos intercambios de correo en el marco de una negociación que parece normal, el supuesto comprador o cliente solicita un porcentaje del importe del contrato (por lo general alrededor de 3.000 €) por gastos de notaria o en concepto de “tasa de garantía”; una vez recibido el dinero los supuestos compradores desaparecen. También puede suceder que el español sea invitado a China a firmar el contrato, una vez aquí, con varios pretextos (pagos de cenas, regalos, etc.) los estafadores presionan a los empresarios españoles para que desembolsen elevadas cantidades de dinero, pudiendo incluso llegar a la intimidación y amenazas de agresión física si el empresario se niega.

Son frecuentes también los casos en que la empresa china solicita una invitación original de la empresa española con objeto de tramitar el visado para ir a España. Una vez obtenido el visado la empresa española nunca vuelve a saber de los supuestos compradores. El problema es que esto puede dificultar la posterior consecución de visados para clientes chinos de la empresa española que verdaderamente estén interesados en sus productos y servicios.

Para comprobar si las intenciones de compra de una empresa china son reales, es recomendable sugerir que, en lugar de desplazarse a China o antes de aceptar condiciones y anticipos de dinero sospechosos, se enviará a un agente comercial residente en China para negociar cara a cara las condiciones del contrato. Si se trata de una estafa, lo más probable es que a partir de ese momento la empresa china no vuelva a contestar.

2.5. REGISTRO DE DOMINIOS

En ocasiones las empresas españolas han recibido correos de alerta enviados por supuestas agencias de registro de dominios .cn ofreciendo servicios de registro del dominio en China. La agencia en cuestión se ofrece a paralizar una opción al registro de dominio en China que supuestamente algún particular ha realizado con el nombre de la empresa española. Esto es, por tanto, una estrategia de marketing de las empresas consultoras en este sector para captar nuevos clien-

RECOMENDACIONES PARA INICIAR NEGOCIOS EN CHINA

tes. Cabe señalar que el interés de tener o no dominio (.cn, .uk, .au, etc.) registrado en países extranjeros dependerá de la política comercial y de promoción internacional de la propia institución o empresa. Si su empresa está interesada en tener un dominio .cn y dado que se desconoce la veracidad de los datos enviados en este tipo de correos, así como la fiabilidad del supuesto agente que ha dado señal de alarma, puede solicitar a las OFECOMES un listado de empresas y despachos de abogados que prestan este tipo de servicio registro y de los que hemos recibido buenas referencias.

3. LEGITIMIDAD DE LOS POSIBLES SOCIOS COMERCIALES

La única vía administrativa para conocer los datos de registro de una sociedad mercantil es a través de los Burós de Industria y Comercio de la ciudad donde esté domiciliada, los que proporcionan información sobre el registro inicial de la empresa, capital, domicilio, objeto social, etc. Esta información no siempre es de utilidad, puesto que puede diferir considerablemente de la verdadera situación patrimonial o accionarial.

El mapa empresarial chino es poco transparente y muy cambiante. A esto se une la complejidad de que la razón social (nombre) de las empresas está registrada en caracteres chinos. Por ello, el uso de sus transcripciones en caracteres occidentales puede dificultar la identificación de la empresa en caso de presentarse un problema comercial que deba ser llevado a los tribunales, en consecuencia es importante que en las facturas y contratos las empresas estén identificadas con su nombre en caracteres chino.

Por ello, resulta recomendable realizar comprobaciones en chino en primer lugar y utilizar todas las vías posibles para obtener información sobre posibles socios, clientes o proveedores antes de embarcarse en negocios: página web de la empresa, posibles noticias de prensa, llamadas telefónicas, búsquedas en directorios sectoriales o participaciones en ferias. En concreto:

3.1. TELÉFONOS

- Una manera de saber si una empresa actúa de forma lícita o no es comprobar su número de teléfono, siendo lo lógico que dispongan, además de un número móvil, uno fijo.
- Los teléfonos fijos tienen entre 6 y 8 dígitos y siempre van precedidos de un código que en provincias más grandes consta de tres números y en otras más pequeñas, de cuatro. Los códigos de las tres provincias más importantes son los siguientes: 020 (Cantón), 010 (Pekín), 021 (Shanghai).
- En cuanto a los teléfonos móviles, son 11 los dígitos y según la compañía de teléfono desde la que operen, comenzarán en su mayoría por los siguientes números: 13-15-18.

3.2. DIRECCIONES EN LA WEB

- Otra manera para consultar la buena voluntad o no de la empresa china se obtiene a través de cualquier mapa en la red, como por ejemplo Google Maps. El hecho de que la empresa aparezca, nos dará más seguridad de su fiabilidad.

RECOMENDACIONES PARA INICIAR NEGOCIOS EN CHINA

Las OFECOMES en China no pueden garantizar la legitimidad o solvencia de las empresas chinas. Tan solo pueden, en su caso, ayudarle a confirmar la legitimidad de sus futuros socios comerciales mediante consultas a los Burós de Industria y Comercio de la ciudad donde esté localizada la empresa y confirmar si está registrada. Estas verificaciones no son infalibles porque hay casos en que las empresas son efímeras y solo existen por pocos meses, durante los que realizan cientos de estafas para luego desaparecer. Incluso se han dado casos de estafadores que se hacen pasar por agentes comerciales de empresas con buena reputación, empresas que realmente existen y tienen una página web con una oferta sólida de productos o servicios. Pero cuando desde las OFECOMES se ha llamado para contrastar la información, se comprueba que no existe en la plantilla ningún empleado con el nombre del supuesto de agente comercial que contactó a la empresa española.

4. DISPUTAS COMERCIALES

Si bien ningún mercado es ajeno a las disputas comerciales entre clientes y proveedores o entre socios en un proyecto, en China se produce el agravante de que todo el sistema legal y administrativo para proteger los negocios y los agentes económicos es relativamente nuevo y se ha desarrollado en un entorno en el que prevalece la re-negociación de lo previamente acordado. Los contratos no siempre son percibidos como ley entre las partes, sino más bien como un marco referencial sobre el que seguir negociando.

Desde su adhesión a la Organización Mundial de Comercio, China ha venido actualizando su legislación mercantil a la medida de los otros países miembros, y si bien muchos modelos de contratos internacionales pueden ser útiles en determinados casos, suele ser conveniente solicitar la opinión de los despachos establecidos en China que cuentan con una visión más adaptada a las prácticas y barreras comerciales. Las OFECOMES pueden facilitar un listado de despachos con abogados locales de los que hemos obtenido buenas referencias y en el que se detallan sus distintas áreas de experticia.

Las disputas comerciales en China pueden alcanzar un alto nivel de gravedad, no solo en el sentido económico, determinado por la cuantía del contrato, sino porque en algunos casos pueden acarrear privación de libertad o prohibición de salida del país. Los jueces mercantiles chinos tienen la potestad de adoptar medidas cautelares de privación de salida del país para los extranjeros denunciados por disputas comerciales. Además, en China las disputas comerciales, dependiendo de la materia y cuantía, pueden tener implicaciones criminales. Las OFECOMES o las delegaciones diplomáticas de los países extranjeros no pueden intervenir en el marco de procesos judiciales, más allá de la mera asistencia personal e información en casos de privación de libertad.

También se ha producido el uso de medidas de coacción, como bloqueos dentro de unas oficinas o de una fábrica o detenciones policiales en el marco de una disputa comercial, incluso amenazas contra la integridad física de compradores o socios extranjeros en *joint-ventures* por parte de sus socios chinos. En estos casos, lo primero que hay que hacer es llamar al Consulado de España más cercano. Las direcciones y teléfonos de contacto pueden ser consultados en la página web de la Embajada de España en China en el siguiente enlace: <http://www.exteriores.gob.es/Consulados/PEKIN/es/Consulado/Paginas/LocalizacionContacto.aspx>

5. PROPIEDAD INTELECTUAL

Lamentablemente las infracciones contra la propiedad intelectual son frecuentes en China. Muchas veces son casos que hubieran sido fáciles de prevenir, pero, una vez surgido el problema, las consecuencias económicas han sido graves y de difícil o imposible solución.

Desde las OFECOMES se insiste siempre en la importancia de proteger y prevenir antes de promover. Resulta conveniente registrar nuestras marcas, logos y envases distintivos como paso previo a la participación en una feria, realización de actividades de promoción, entrega de catálogos y muestras de productos y, desde luego, antes de iniciar negociaciones con posibles socios comerciales o distribuidores en China.

Constantemente se reciben consultas sobre cómo proceder ante registros en China de marcas españolas por parte de empresas o individuos chinos. Se describe a continuación algunos de los casos más comunes:

- Una marca de moda femenina conocida en España viene fabricando en China desde hace algunos años para vender en Europa. Actualmente, los socios se plantean distribuir sus productos en China, pero al tratar de registrar su marca ante la Oficina de Marcas de la R.P. China se encuentran con que su propio fabricante ha registrado la marca a título propio. El periodo de oposición en el proceso de registro ha expirado y la única opción que le queda a la empresa española es negociar con el fabricante la compra de su marca en China o llegar a un acuerdo de distribución con él, bajo sus condiciones. El empresario español se niega e intenta introducir sus productos en China mediante otros canales, pero el titular de la marca en China se da cuenta y pone una denuncia ante la policía. La siguiente vez que el empresario español viaja a China es detenido en el aeropuerto.
- Un productor de aceite de oliva quiere introducir su producto en China para lo que participa en una importante feria de productos agroalimentarios en Pekín. Durante los días de exposición se reúne con un posible distribuidor, y le entrega muestras y catálogos de sus productos. Al cabo de unas semanas inicia conversaciones sobre un acuerdo de distribución pero se encuentra con que su capacidad de negociación es nula porque el distribuidor ya ha registrado la marca, etiqueta y envase en China y solo a través de él podrá comercializar el aceite en este país, debiendo aceptar todas las condiciones que él establezca. Por supuesto que podrá ejercer una oposición en el proceso de registro de marca recién iniciado, pero este procedimiento, que puede durar hasta dos y tres años, ralentizará significativamente sus planes de expansión a China.

RECOMENDACIONES PARA INICIAR NEGOCIOS EN CHINA

El registro de la marca en China no es un proceso costoso ni complicado. Puede hacerse ante la Oficina de Marcas de la R.P. China o, gracias al acuerdo de Madrid para el Registro Internacional de Marcas, ante cualquier oficina de la Organización Mundial de Propiedad Intelectual en el mundo.

En caso de preferir hacer el registro ante la Oficina de Marcas de la R.P. China, las OFECOMES pueden suministrar un listado de despachos de abogados especialistas en la materia, incluso algunos de ellos cuentan con sedes en China y en España, lo que puede facilitar el proceso.

Para más información sobre el procedimiento, duración y costes, recomendamos consultar el siguiente enlace:

<http://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/informacion-sectorial/informes-sectoriales/4686386.html?idPais=CN>

6. CÓMO PUEDEN AYUDAR LAS OFICINAS ECONÓMICAS Y COMERCIALES

Las OFECOMES no pueden intervenir en las disputas comerciales entre socios o en procesos administrativos o judiciales. La principal labor que realizan es la de apoyar mediante información a las empresas para prevenir este tipo de problemas. Como regla general, se recomienda cautela y la prudencia a la hora de establecer nuevas relaciones comerciales, y solicitar información a las OFECOMES sobre el registro de la empresa, duración de su actividad comercial, etc.

En caso de que el timo, incumplimiento del contrato o la violación de la propiedad intelectual se haya llevado a cabo, las Oficinas Económicas y Comerciales de las Embajadas de España en el exterior no pueden representar los derechos de las empresas o individuos españoles en un juicio o procedimiento ante las autoridades judiciales o administrativas del país. Tampoco pueden formalizar denuncias ante la policía china ni tampoco se cuenta con los recursos materiales ni humanos para rastrear a los culpables de estafas, lo que en todo caso requiere una ardua labor de investigación. No obstante, las OFECOMES le podrán suministrar información y pautas que le puedan ayudar, así como suministrar un listado de despachos que pueden representar sus intereses ante las autoridades chinas competentes.