

Experiencia practica de una PYME española en China



Nireo Corporación General S.A.

INDICE

1. Identificación . ¿ Quien es Nireo ?.
2. Reflexión simplista del “ Gran Teatro Chino “.
3. ¿ Por que nos planteamos negocios en China ?.
4. Desarrollos de producto para su comercialización.
5. Ciclo de desarrollo de producto en China.
6. Negociación con Compañías Chinas .
7. Press Clipping.



1.-Identificación ¿ Quien es Nireo ?

◆ Distribuidor que comercializa producto de :

■Ferretería



■Bricolaje



■Jardín



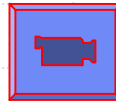
■Menaje



■Mobiliario



◆ Centro Logístico Nacional Tecnológico situado en Toledo (Sede Central)



- Capacidad europalet 18.000.
- Preparación pedidos 1.000 pedidos / día.
- + 25.000 referencias vivas.
- + 250.000 referencias en catalogo.



1.- Identificación ¿ Quien es Nireo ?

- ◆ Red Mayorista con 100 vendedores y 9.000 clientes activos.



- ◆ Red Detallista bajo el modelo de Cadena Voluntaria
305 Tiendas año 2.004 .

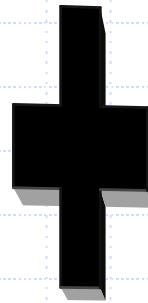


- ◆ Red de detallista en régimen de autoservicio con superficies de venta de aproximadamente 2.000 m2.



1.- Identificación ¿ Quien es Nireo ?

- ◆ Oficina colaboración comercial en Shangai con socio Italia.



2.- Reflexión simplista del “ Gran Teatro Chino ”

- ◆ Durante los últimos 6 años diversas personas de nuestra organización han viajado y trabajado en nuestro proyecto en China. Hemos intentado hacer negocios y comprender la China que nos rodeaba . Lo resumimos de la siguiente forma :



2.- Reflexión simplista del “ Gran Teatro Chino ”

◆ Circo Americano VS teatro Chino

◆ Al multicolor circo americano de la postguerra le ha sucedido , medio siglo después , el Teatro Chino. No con una obra de repertorio más, sino con una superproducción en la que estaremos pronto física y mentalmente implicados todos .

◆ Numero Especial : Cambio Ideológico

◆ El gran número del circo Chino no reside, por tanto, solo en las cifras sino , especialmente en el número estelar de su cambio ideológico , cultural.



2.- Reflexión simplista del " Gran Teatro Chino "

- ◆ **China : La noticia contemporánea , por su " desnudo "**
 - ◆ Un nuevo desarrollo económico , por formidable que fuera no habría sido bastante para convertir a China en la mayor noticia de la contemporaneidad. La razón de que China concentre la atención procede del formidable desnudo que esa cultura se ha prestado a hacer
 - ◆ ¿ a cambio de **Dinero ?**
Nuevas relaciones ?
Sobrevivir ?
 - ◆ Todo Occidente está sentado en su patio de butacas ante el proceso de reforma y apertura . Un país , dos sistemas .



2.- Reflexión simplista del “ Gran Teatro Chino ”

◆ Eternidad VS negocio comercial

- ◆ El secreto en Occidente puede albergar lo indecible, la prudencia, el silencio, el sentido común. En China contiene, además , eternidad.
- ◆ La dura eternidad de China ha empezado a derretirse , liquidarse o evaporarse en el juego del negocio comercial abierto y sus estrategias de intercambio.



3.- ¿ Por que nos planteamos hacer negocios en China ?

◆ Papel actual de China en el Mercado Mundial

◆ Desde nuestro punto de vista China juega un papel equivalente al de Japón en la década de 1960 inundando los mercados occidentales, en los que compiten con productos de bajo precio. Se estima que a partir de 2010 están en condiciones de desarrollar marcas globales y políticas de marketing para mejorar sus productos.

ES LA FABRICA DEL MUNDO

Coste salarial en fabricas 8/10 veces inferior al europeo

MARCAS CHINAS
GESTIONADAS GLOBALMENTE



3.- ¿ Por que nos planteamos hacer negocios en China ?

◆ Alternativas básicas según grado de dificultad

1. Comprar , Desarrollar productos para su comercialización.
- 2.- Joint Venture de fabricación con exigencia de gran coordinación.
- 3.- Crear y desarrollar instalaciones fabriles con personal chino gestionado por personal Europeo.
- 4.- Venta y distribución en el mercado Chino.



◆ 90 % de Grandes Compañías con vocación de lobby y capacidad de financiación, con objetivos a medio plazo.



4.- Desarrollos de productos para su comercialización

- ◆ Teniendo en cuenta como premisas buscar los menores costes fijos y el menor riesgo se pueden establecer tres estrategias :
- ◆ 1 .- Organización de viajes comerciales a las principales ciudades de la zona Este (zona costera) y alrededores del Delta de Yantze donde el nivel de infraestructuras, tecnología y desarrollo es el de un país emergente avanzado. Estos viajes se deben organizar coincidiendo con las Ferias anuales (Abril – Octubre).
- ◆ Exige un gran esfuerzo logístico de organización a nivel de agenda, reuniones, viajes, negociaciones. Máximo aprovechamiento del tiempo.



4.- Desarrollos de productos para su comercialización

◆ 2.- Acuerdos de Colaboración Comercial. Buscar un buen Partner que mediante un acuerdo de colaboración te permita " NO TENER GASTOS FIJOS " contratando directamente toda la gestión de relaciones con los proveedores.

- ◆ Pedidos
- ◆ Aperturas
- ◆ Desarrollo de marketing
- ◆ Chequeo de producción
- ◆ Embarque de la mercancía
- ◆ Problemática de calidad



4.- Desarrollos de productos para su comercialización

- ◆ **3.- Constituir una oficina de Representación**
 - ◆ No es muy complicado y exige probablemente el traslado de personal propio de la compañía a China . Requisitos básicos:
 - ◆ La zona de mayor desarrollo para este tipo de compañías es Shanghai.
 - ◆ El coste anual oscila entre 100.000 \$ – 140.000 \$.
- ◆ **4.- Constituir una Trading- Company**
 - ◆ En zonas especiales definidas por el Gobierno.
 - ◆ Es la alternativa que supone la mayor inversión dentro de un proyecto de comercialización.
 - ◆ Tiene ventajas fiscales.
 - ◆ Requiere volúmenes import-export elevados.
 - ◆ Valida en el caso de gestión de Depósitos Logísticos.



5.- Ciclo de desarrollo de productos en China

BASICAMENTE NEGOCIACION

6 meses

Necesidades de mercado con planificación

1 año

Producto Promocional

Campañas estacional



Jardín
Verano
Navidad

Campaña fidelizacion

NOVEDAD

FECHA CADUCIDAD

CONCEPTO MODA (FASHION)

PRECIO ALTO EN 6 MESES

ESPECIFICACION TECNICA

LOGISTICA APROVISIONAMIENTO
CERRADA

IMAGEN PRODUCTO
90 % CERRADA

Soporte
infraestructura
logística

- Asegurar nivel de servicio
- Control estricto de mercancía
- Equilibrar oferta-demanda

Producto Surtido Estándar

Búsqueda de fabricante específico
No trading company

Búsqueda de empresas con
Licencias de exportación

Definición especificaciones
Técnicas

Preparación imagen comercial
Producto cumpliendo requisitos
Legales

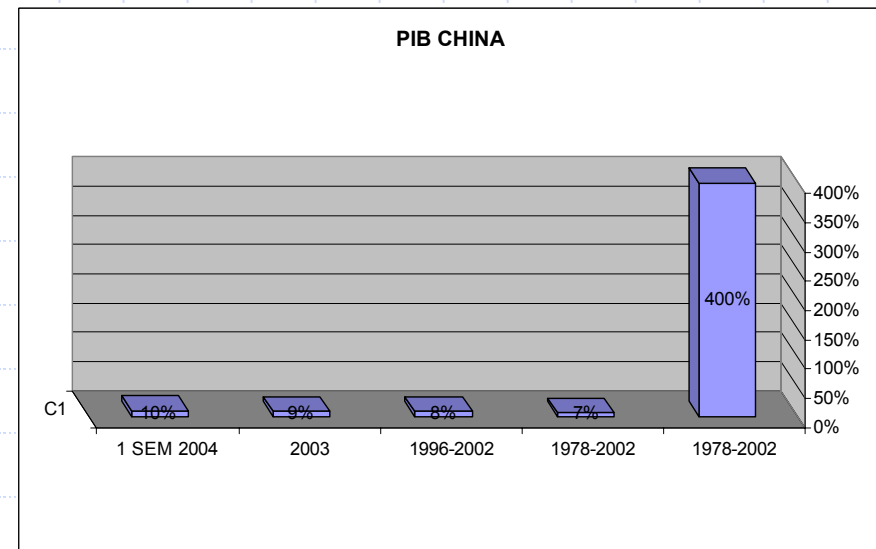
Obligatorio recepción muestras
Para completo análisis

Apertura de L/C

Seguimiento semanal fecha
Embarque acordada

6.- Experiencias practicas de la negociación con compañías chinas

- ◆ Master de Comercio Internacional en la practica:
 - Los chinos son unos de los mejores negociadores del mundo. Su potencial de compra/venta y el espectacular crecimiento económico del país los respalda.



6.- Experiencias practicas de la negociación con compañías chinas

◆ Trabajadores Infatigables

- La preparación Técnica de los ejecutivos chinos es muy elevada. Además acostumbran a tener un buen conocimiento de la oferta internacional del producto sobre el que se negocia.

◆ Hacer negocio en China significa " QUANXI "

- Sin "Quanxi " (conexión) es imposible comprar un contenedor a un " fabricante interesante " o contactar con personal responsable del Ministerio de Comercio.



6.- Experiencias practicas de la negociación con compañías chinas

- ◆ Las negociaciones se realizan siempre en grupo



- Por tanto no se debe acudir solo a China , sino con un equipo negociador (al menos dos personas)



6.- Experiencias practicas de la negociación con compañías chinas

- ◆ Necesidad de exigir confidencialidad en las relaciones comerciales
 - En función de la información recibida, valoran la posibilidad de hacer negocios. Es necesario tener presente que la información que se entregue, puede acabar rápidamente en las manos de alguna empresa china competidora.

- ◆ La Dificultad del idioma se usa como una táctica negociadora
 - Lo aconsejable es utilizar el ingles (si uno ha hecho los deberes con el Quanxi , no le hará falta utilizar interpretes) Si se usan deben ser " profesionales y de confianza ".

- ◆ Maestros del silencio
 - La técnica de negociación más valiosa :
 - " Lo que no se dice suele ser más importante que lo expresado directamente ".



6.- Experiencias practicas de la negociación con compañías chinas

◆ Gran Margen de negociación

- Inicialmente se partirá siempre de posiciones muy alejadas. El negociador chino se sentirá ofendido si no se entra en un esquema de negociación presidida por las " concesiones mutuas "
- Se deben utilizar argumentos técnicos , cifras . Hay que recalcar la idea de cooperación y el deseo de establecer relaciones.....

◆ Mentalidad Orgullosa

- Los chinos son orgullosos . Hay que evitar comentarios ó utilizar argumentos que les dejen en mal lugar delante del grupo. Conviene dejar siempre una salida para que rectifiquen si se han equivocado. La llamada " Teoría de la puerta abierta ".

◆ Pactos acordados por escrito

- Las conclusiones deben ponerse por escrito. No debe darse nada por supuesto, ni sobreentendido.

