

ECONOMIA INTERNACIONAL

Negocios con China: las claves para un negocio exitoso

*Por Walter Gudiño(**)*

Todos los ojos están puestos en Asia, pero saber cómo y dónde empezar es esencial. Este continente es en la actualidad la región más dinámica del mundo y durante la próxima década será el motor principal de la economía mundial; es por ello que desde hace un tiempo les vengo acercando una serie de artículos relacionados con países asiáticos y sus economías. En esta oportunidad analizaremos la República Popular China, su historia, potencialidad de su economía, protocolos, oportunidades comerciales y curiosidades.

China es un Estado que se encuentra ubicado en el este de Asia, es el cuarto más grande en cuanto a extensión territorial y con sus 1.300 millones de habitantes es el más poblado del mundo. Hablar de China es remontarse a varios siglos atrás, ya se encontraban antes que Colón e incluso antes que los romanos, son los inventores del papel, la brújula, la pólvora y la técnica de la imprenta y cuentan a su haber, la única edificación realizada por hombre que se puede ver desde la luna: la gran muralla china. Su población está compuesta por 56 etnias y más de cien dialectos locales, las cuales todas se pueden comunicar entre sí, pero solamente a través de la escritura. Es un país oficialmente ateo, pero en la práctica, predominan como religión el Confucionismo, el Taoísmo y el Budismo, y en menor porcentaje las religiones cristiana y musulmana.

Existen dos hechos relevantes dentro de la economía China los cuales marcaron su actual desarrollo, la primera tuvo lugar en el año 1979 cuando comienzan a celebrar reformas económicas de tipo capitalistas y la segunda en noviembre del 2001, cuando este país pasó a ser socio adherente de la Organización Mundial del Comercio (OMC); con lo cual el nuevo miembro asume una serie de compromisos importantes de apertura y liberalización de sus regímenes, con el fin de integrarse mejor en la economía mundial y ofrecer al comercio exterior e inversiones extranjeras reglas claras y en conformidad con la OMC. En la actualidad China es la segunda potencia industrial del mundo, con crecimiento sostenido por encima del 10% durante los últimos 5 años, dejando en manifiesto que es una máquina gigante de producir y vender, y con una proyección a 20 o 30 años de alcanzar el grado de "súper potencia".

Los productos que más demanda el pueblo chino, a rasgos generales son: maquinas, aparatos y material eléctrico, combustible, minerales y derivados, plásticos y sus manufacturas, productos químicos orgánicos e inorgánicos, fundición, hierro y acero, minerales metalíferos, escorias y cenizas, cobre y sus manufacturas, semillas y frutos oleaginosos, frutos deshidratados, pasta de madera, carbón vegetal, madera, aluminio, caucho y sus manufacturas, carnes bovino, ovino y porcino, pescados, crustáceos y moluscos y pieles y cueros, quesos, flores y bulbos, lana esquilada y tops, filamentos sintético o artificial, grasas y aceites animales o vegetales, perlas finas, piedras preciosas o semipreciosas, entre otros.

Las claves para hacer negocios

No hay una fórmula que garantice el 100% del éxito haciendo negocio en China; es por ello que usted deberá tomar en cuenta los siguientes puntos para aumentar al máximo sus probabilidades: 1- conocer su historia y cultura, 2- conocer su idiosincrasia de negocios, 3- visitar ferias y participar de misiones comerciales, 4- saber elegir y desarrollar buenos socios locales (trader) y por último 5- tener perseverancia. En ese país las negociaciones toman más tiempo del que estamos acostumbrado por esta parte del mundo y es por ello que existen tres palabras de vital importancia dentro de la "negociación":

(**) Ing. en Comercio Exterior- www.trazacomex.cl

paciencia, perseverancia y respeto; quebrar cualquiera de esas apreciaciones, independiente de su orden, lleva inevitablemente el negocio al fracaso.

Dentro del perfil del empresario chino se pueden destacar que disfruta del proceso de negociación y esta acostumbrado al regateo (rebajas en los precios finales), nunca toma la decisión en forma inmediata, prefiere los negocios que se proyectan a largo plazo, dentro de las reuniones todo se puede negociar, menos la dignidad "Mianzi" o cara, siempre trata de mantener el control del negocio y es por ello que no le gusta entregar representaciones exclusivas.

No obstante las nuevas generaciones de ejecutivos en este país, tienen diversas características para negociar: son competitivos, fríos, calculadores, directos, y no dan puntada sin hilo, es por ello que se recomienda asesorarse con empresas de mayor experiencia considerando que los estilos de negociación difieren con mercados occidentales. Al ejecutivo chino le gusta conocer el producto, perfil, formato, entre otros puntos, pero principalmente a la persona con quién va a hacer el negocio. Una ideología china es que en toda negociación, todos deben ganar para que exista un equilibrio.

Cuando asista a una reunión vaya con tenida formal (traje), lleve muchas tarjetas de presentación y sea puntual, por que hay un dicho que dice: *"si usted no puede manejar su tiempo, como va a manejar nuestro futuro negocio"*.

Tips a considerar

Etiquetado en alimentos: los alimentos de china deberán llevar, desde el 1 de mayo 2008, etiquetas que contengan la información nutricional básica, según norma anunciada por el ministerio de salud de China.

Revisión de Normas de Calidad: China se encuentra revisando 600 estándares de calidad nacionales hasta el 2010, para mejorar la seguridad alimenticia y equiparlos a las prácticas internacionales, debido a que los principales medidores y niveles se encuentran por debajo de los estándares mundiales.

Prohíben utilización de bolsas plásticas: a partir del 1º de junio 2008, el gobierno chino prohibirá el uso de bolsas de plástico y además, los consumidores deberán pagar por las bolsas de compra en los supermercados. Esta son algunas de las medidas adoptadas por el gobierno para controlar el daño al medio ambiente en dicho país, cuyos ciudadanos producen tres millones de toneladas de residuos plástico cada año. El gobierno esta animando a la utilización de bolsas de tela y de cestas a la hora de hacer sus compras.

Cosméticos: el incremento de la renta del consumidor chino ha abierto nuevas posibilidades para los productos de cosméticos de gama alta y para todos aquellos que empleen componentes naturales. Los artículos más demandados son para el cuidado de la piel y los efectos blanqueante, así como perfumes y desodorantes. El mercado potencial que consume estos productos, son hombres y mujeres de más de 20 años, de renta media y media – alta y que habitan en entrono urbano.

Oportunidades para productos No Tradicionales: Aceite de oliva virgen, productos del mar, vinos embotellados o a granel (prefieren el tinto), productos gourmet, variedades de frutas, semillas. El consumo de carnes exóticas como caracoles, avestruz, ciervo, jabalí, conejo, entre otras, tienen una gran demanda últimamente en el mercado chino.

El mercado del agua mineral en China: ha experimentado un crecimiento del 85% entre 1998 y el 2005, producto de la importación de 12 millones de litros anuales. Dicha demanda obedece a que el agua mineral es más segura para cocinar y beber, por lo que es utilizada en hogares, hoteles y oficinas.

Las ventas del Retail: crecen a su mayor nivel desde 1999, constituyendo un alza del 20,2 % demostrando la potencialidad del consumismo interno, todo esto potenciado por el ingreso de firmas multinacionales del sector como Wal-Mart y Carrefour S.A.

Envases y embalajes para alimentos: uno de los puntos cruciales para entrar al mercado es el packaging, debe ser duro y con una forma que permita apilarlo, sobre todo en las frutas frescas; bajo este

punto es importante destacar de quienes compran los alimentos son mujeres, es por ello que la presentación del producto sea bonita y luzca bien.

Curiosidades del mayor mercado emergente del mundo

China cuenta con el único casino MGM Mirage que opera fuera de Estados Unidos, es el MGM Grand Macau. Es un Hotel-Casino de Seis Estrellas, inaugurado durante diciembre pasado, con un costo de 1,25 billones de dólares estadounidenses y el hotel cuenta con 600 habitaciones y 16 salas de juegos para grandes profesionales. Durante el mes de abril fue inaugurado el aeropuerto más grande de China en la ciudad de Cantón (provincia de Guangdong). El aeropuerto internacional de Gaiyun, cuenta con una superficie de 15 km. cuadrados, envía 1/3 de las exportaciones chinas y tiene la capacidad de recibir a 25 millones de pasajeros y movilizar un millón de toneladas de mercancías anualmente.

Las mujeres que crean sus propias empresas, representan el 21% del total de los empresarios chinos. Predominantemente emprendedoras son las mujeres entre 30 y 50 años (80%), con estudios de nivel superior (más del 50%) y la actividad se concentra en el sector de los servicios. Si durante enero-febrero intenta llamar a sus proveedores o clientes chinos y no le responden el teléfono o a sus correos; la respuesta es muy sencilla, es la fiesta de la primavera o "Año Nuevo Chino". Esta fecha es la celebración más importante para todos los chinos en el mundo y tiene una duración de casi 15 días; es de carácter familiar, por ello millones de personas se trasladan desde sus lugares de trabajos hasta sus pueblos.

Por último queda por destacar que a través de los próximos juegos Olímpicos de Beijín, China podrá mostrarle al mundo el desarrollo y potencial de sus infraestructuras y avances tecnológicos durante dieciséis días del mes agosto. Entonces, a disfrutarlo.

La Fundación EGE y su apoyo al comercio Exterior

Informamos que en virtud de un convenio celebrado con una empresa internacional de primera línea, la Fundación EGE está en condiciones de brindar en exclusividad y en forma actualizada:

- *Asesoramiento integral sobre comercio exterior.*
- *Búsqueda de mercados para su oferta exportable y demanda de importación.*
- *Conocer a su competencia.*
- *Información completa de todas las operaciones de importación y exportación de nuestro país, incluyendo origen, destino, cantidades, montos totales, precios unitarios, etc.*
- *Asistencia en idioma inglés para negociar condiciones, precios, etc.*
- *Promoción de actividades como misiones comerciales, rondas de negocios y ferias internacionales.*

Actuamos en la búsqueda permanente de oportunidades comerciales para distintas regiones del mundo, interactuando con Cámaras de Comercio radicadas en Bs. As. y Cba., la Fundación Export.Ar, múltiples cuerpos diplomáticos, y agentes en el exterior que nos asisten diariamente en nuestras búsquedas de oportunidades comerciales. Invitamos a aquellos que tengan interés en contar con estos servicios a informarse sobre los precios que se cobrarán con la única finalidad de cubrir nuestros costos de producción. Para ello deberán comunicarse con la Fundación EGE al teléfono 0358-4700738 ó por mail a comex@fundacionege.org