

Negociación intercultural con China: claves del éxito

II día de la
internacionalización
Navarra

24 Octubre 2018

Amadeo Jensana
Director de economía y
empresa
CASA ASIA





Principales filosofías

- Confucianismo
 - Jerarquía
 - Reciprocidad
 - Colectivismo
- Taoísmo
 - Humildad, compasión y frugalidad
 - Relatividad
 - Balance
 - Adaptación a los cambios
- Budismo
 - Naturaleza de la mente. Meditación
 - Disciplina y ética
 - Compasión y no-violencia.



Historia reciente

- 1820: 30% del PIB mundial
- Guerras del opio (1839 y 1856)
- 1931: Invasión japonesa
- 1949-1976: Periodo de Mao
 - 1958 Gran salto adelante
 - 1966 Revolución cultural
- 1976: Deng Xiaoping
- 2001: OMC
- 2004: Liberalización de la distribución



Un país, pero...

- 9.600.000 km²
- 5000 años de civilización
- 129 lenguas
- 55 etnias
- Diversidad geográfica
- Disparidad social
- Diferencias generacionales
 - Antes de los 70
 - De los 70 a los 80
 - A partir de los 90



Algunas diferencias básicas

Cultura asiática

Colectivismo

Burocracia

Rango

Relaciones personales
profesionales

Ambigüedad

Cultura europea

Individualismo

Ley

Igualdad

Relaciones

Claridad



Guanxi

- Los chinos diferencian entre los insiders y los outsiders.
- Significa relación en un contexto de reciprocidad.
- Intercambio de favores a largo plazo entre personas.
- Ahora es importante por la eficiencia
- Profesionalidad



Reputación, dignidad y prestigio

- Mianzi.
- Importancia en guardar la dignidad propia y ajena
- La credibilidad individual resulta fundamental a la hora de hacer negocios.
- Evitar el conflicto y las posturas extremas.
- Elogiar la conducta de los interlocutores ante sus superiores.



Antes de ir...

- ¿Cuál es mi mercado potencial?
- ¿Dónde está?
- Estudios de mercado
- ¿Existen barreras legales?
 - Catálogo de Industrias para la Inversión Extranjera
 - Sectores incentivados, restringidos y prohibidos.
- ¿Debo proteger la propiedad intelectual?



Si concluimos que si...

- ¿Es difícil montar una empresa?
- ¿Es difícil encontrar al personal adecuado?
- ¿Es conveniente tener un socio?



Algunas consideraciones...

- Importancia de los gobiernos locales
- Corrupción
- Estrategia on/off
- Nuevas FTZ
- Márgenes
 - Apple: 21%
 - Samsung: 8%
 - Xiaomi: 2%
 - Lenovo: 1.2%



Cultura del regalo y vestimenta

- No ir con las manos vacías
- Reciprocidad
- Packaging
- Qué tipo de regalos son adecuados
- Vestimenta: Colores y estilo tardicional.



Comidas

- Consideraciones a la hora de comer en china.
- ¿Comida china?
- Alcohol
- Palillos
- Jerarquía
- Discursos



Tarjetas

- Primero apellido, luego nombre
- Llevar tarjetas en chino e inglés
- Título y nombre. Móvil.
- Cantidad
- Entregar con ambas manos
- Disponer en el orden en el que se sientan.



Negociación

- Presentación de la empresa ¿Web en chino?
- Prestigio empresarial
- Experiencias con otros países (USA, Alemania)
- Primeras reuniones.
- ¿Número de personas?
- Relaciones personales: la importancia de las comidas y de la confianza.



Negociación (II)

- Interrupción de los subordinados
- Paciencia
- Puntualidad
- Formalidades
- Rango y personas.



Negociación (III)

- Lista interminable de cuestiones
- Demandas imposibles
- Fechas artificiales de negociación
- Cambio de las condiciones del contrato
- Propiedad intelectual
- Estrategia final
- Deadines



Usando traductores

- Quién contrata al traductor?
- Ventajas de contratar al traductor
- Uso de frases y expresión de razonamientos
- Conversaciones.



Comprobar quién es nuestro potencial socio

- Business license (SAIC)
- Situación financiera
- Estructura organizativa /accionistas
- Visita a las instalaciones



Negociando con distribuidores

- Atractivo de tu producto
- Seguridad (especialmente en alimentación)
- ¿Quién se hace cargo del marketing?
- Marketing digital y branding
- ¿Acuerdos en exclusiva?
- Trabajar con retailers



Negociando con distribuidores

- Facturación
- Años desde el inicio de la actividad
- Experiencia en tu sector
- Experiencia en otros sectores
- Si distribuye otros productos de la competencia
- Dónde están las oficinas
- Nivel de inglés
- Si han sido una empresa pública



Localización

- Localizar el producto significa adaptarlo al contexto local





Testeo

- Ir mejorando a medida que ganamos presencia en el mercado
- Escala china y ciclos chinos



WV

- Fabricación de coches sedan en China
- Largo plazo (vs empresas japonesas)
- Entra en China en 1984 (SAIC)
- Otra planta en el norte con FAW
- Relaciones entre suministradores chinos/europeos
- Buenas relaciones con el gobierno



SEAT

- Vía exportación
- Vendió 3300 coches entre 2012 y 2014
- Imagen de marca
- Precio
- Red de distribución de WV
- Coches eléctricos en 2019



ALSA

- Concurso público en 1984 para operar taxis en Shenzhen
- Primera licencia en 1990 ruta Pekín Tianjin
- Autobuses de lujo
- Horarios fijos
- 25% del beneficio mundial



TORRES

- Primero fabricación en China
- Luego embotellado
- Finalmente distribución
- Portfolio de 450 productos
- Gran crecimiento on-line
- Facturación de 25 millones de euros



Mediamarkt

- 7 tiendas en 2010
- J/V con Foxconn
- Entorno altamente competitivo (suning)
- Competencia de e-commerce
- Costes de establecimiento



Claves del éxito en China

- Recursos humanos (en especial el personal local) (13)
- Conocer la cultura local, respetar y adaptarse a las costumbres locales (11)
- Paciencia, Perseverancia y Flexibilidad (10)
- Elegir bien el socio local (8)
- Conocer y entender las diferencias de cada mercado (7)
- Compromiso firme de la matriz (5)
- Precio competitivo (4)
- Una comunicación efectiva del producto hacia el exterior. (4)

- Fuente: La presencia española en Asia, Casa Asia.