

Haciendo Negocios en China

Por: Jorge E. Pereira (editor@mercadeo.com)

Los mercados asiáticos son enormemente atractivos. China es un objetivo de incontables empresas, no importa el producto que ofrezca. Los tratados de libre comercio con China proliferan como hongos. Casi no existe país en Latinoamérica que no se encuentre negociando un tratado o ya lo haya firmado.

Muchas empresas han comerciado con China desde hace largo tiempo. La experiencia de los ejecutivos de esas empresas ha quedado plasmada en libros, conferencias, artículos y charlas. Hace poco asistimos a una conferencia, presentada por el Gerente de una empresa mediana del sector agroindustrial, que ha logrado introducirse en el mercado Chino, con mucho éxito. Resumiendo esa experiencia se puede decir, que si quieres comerciar con una cultura tan diferente a la nuestra, se tiene que seguir ciertas normas. Algunas de ellas a continuación.

Entender y adaptarse a otras culturas

Para comerciar en Asia es necesaria una gran apertura mental. Este es un requisito indispensable para trabajar en una cultura diferente. Es indispensable adaptarse a la cultura con la cual se trata. Analizarla, estudiarla y adaptarse a ella es completamente necesario.

Comprender las diferencias y actuar en consecuencia

Pensar que los habitantes de Asia son todos iguales es un grave error. La homogeneidad es algo que no existe en los países del oriente. No se trata de una sola cultura, sino de muchas y enormemente diversas y ricas en tradiciones.

La imagen que se proyecta es muy importante

Siempre se nos dijo en empresas con que laboramos que cuando viajáramos a otro país nos debíamos alojar en el hotel más caro, pero en la habitación más económica. El que nos vayan a buscar a un hotel de excelente nivel, proyecta la imagen de que



la empresa en la que se trabajaba es exitosa. La lección es que para los asiáticos la imagen es vital. Los asiáticos se preocupan mucho de los detalles, afirman todos los que hacen negocios en China.

Relación a largo plazo

Los que han hecho negocios exitosos en China coinciden en decir que los compradores de ese país, no quiere hacer una sola transacción. Se concentran en conseguir establecer una relación de largo plazo con el proveedor o comprador. Piensan en el largo plazo, ya que el tiempo para ellos es un concepto bastante diferente, al que tenemos por estos lados.

Calidad en todo lo que se hace

En Asia el respeto a la contraparte con que se negocia es considerado como una obligación. El incumplimiento en fechas de entrega, se considera una forma de desprecio, que puede tener consecuencias poco agradables.

El consumo en China es grande

China es muy grande y su consumo es monstruoso. El asiático comprende muy bien que una sola empresa no puede suplir su enorme demanda. Hay que ser muy claro con ellos cuando se trata de cantidades. Ellos aprecian la sinceridad. Respetan y consideran a todo proveedor, sin importar tu tamaño.

Conseguir aliados locales

Una cosa es asistir a un seminario donde se da consejos de cómo hacer negocios en Beijing, pero es preferible viajar e impregnarse de la cultura local. Un socio local siempre es altamente recomendable.

*Artículo publicado en www.mercadeo.com