

**PRACTICA EMPRESARIAL UCP**

**"ANÁLISIS DEL MERCADO CHINO PARA LA EMPRESA SIMOVIL  
COMUNICACIONES S.A.S."**

**STEVENS GIRALDO AGUDELO**

**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE PEREIRA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

**NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**PRACTICAS ACADÉMICAS**

**PEREIRA**

**2013**

**"ANÁLISIS DEL MERCADO CHINO PARA LA EMPRESA SIMOVIL  
COMUNICACIONES S.A.S."**

**TUTOR: JUAN ALEJANDRO VÁSQUEZ**

**NEGOCIADOR INTERNACIONAL**

**STEVENS GIRALDO AGUDELO**

**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE PEREIRA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

**NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**PRACTICAS ACADÉMICAS**

**PEREIRA**

**2013**

## TABLA DE CONTENIDO

<b>Introducción.....</b>	<b>7</b>
<b>1- Estructura Organizacional SIMOVIL-CLARO.....</b>	<b>8</b>
1.1 Misión:.....	8
1.2 Visión: .....	8
1.3 Factores claves de éxito:.....	8
1.4 Servicios que presta: .....	9
1.5 Número de empleados de la compañía: .....	9
1.6 Estructura organizacional de Simovil Comunicaciones: .....	9
<b>2- Área de Intervención .....</b>	<b>12</b>
<b>3- Eje de Intervención .....</b>	<b>13</b>
<b>4- Justificación del eje de intervención.....</b>	<b>14</b>
<b>5- Objetivos .....</b>	<b>15</b>
5.1 Objetivo general: .....	15
5.2 Objetivos específicos: .....	15
<b>6-Marco Teórico .....</b>	<b>16</b>
6.1 Investigación del mercado Chino. ....	18
6.1.1 El Confucianismo: .....	19
6.1.2 Sistema Educativo Chino:.....	19

6.1.3 Sistema Político Chino:.....	19
6.1.4 Economía: .....	20
6.1.5 Cultura de Negocios en la China: .....	20
6.1.6 Aspectos básicos e importantes que se deben tener en cuenta: .....	21
6.2 Productores en la China:.....	22
6.3 Desarrollar estrategias de aprovechamiento para la empresa SIMOVIL en el mercado Chino: .....	27
<b>Conclusiones .....</b>	<b>30</b>
<b>Recomendaciones .....</b>	<b>32</b>
<b>Referencias.....</b>	<b>33</b>

## LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1.Organigrama Simovil Comunicaciones SAS .....	11
Ilustración 2.Cronograma de cumplimiento de los objetivos.....	14
Ilustración 3.Mapa Taipéi-China.....	27

**Resumen:**

Teniendo en cuenta la cultura China, Simovil como empresa prestadora de servicios, ve como objetivo a un País tan desarrollado, y quiere expandir su portafolio de telefonía móvil, Importando del Oriente, lo último en tecnología que ha salido, velando siempre por ser los pioneros en la innovación, y posicionándose cada vez más en el mercado regional y nacional, generando valor en el tiempo, para sus Empleados y Socios.

**Palabras Clave:** Telefonía móvil, Importando, Innovación, Posicionamiento, China.

**Abstract:**

Taking into account the culture China, Simovil as provider of services, sees as a aims a highly developed country, and wants to expand its portafolio of mobile telephony, imported from the East, the latest technology that has come out, ensuring always be pioneers in innovation, and positioning itself more and more in regional and national markets, creating value over timefor its employees and partners.

**Key Words:** Mobile telephony, Importing, Innovation, Positioning, China.

## **Introducción**

Para empezar este estudio, se tiene muchas expectativas, y aun mas, cuando se da cuenta que se podrá empezar a realizar negociación con una cultura tan apetecida como lo es la Oriental, y sabiendo que la República Popular de China, está cada vez más cerca es ser una potencia mundial, y que las puestas de la compañía, puede estar cada vez más cerca a abrirse al momento de iniciar negociación con estos proveedores ubicados en China.

Durante la investigación de podrán ir generándose muchas dudas e incertidumbres, pero que con el proceso de análisis, se irán despejando y se irá mejorando el ambiente a abrir sus puertas al exterior.

La investigación a realizar podrá ayudarle a la compañía, a conocer más sobre otras culturas, para que en un futuro tenga en cuenta como negociar buscando siempre velar por sus trabajadores, clientes y socios.

## **1- Estructura Organizacional SIMOVIL-CLARO**

La compañía surge con la necesidad de darle un excelente servicio a las personas y poder suplir las necesidades de comunicación que se está necesitando hoy en día, y aun mas con los grandes avances que se ven día tras día en el sector se la tecnología, se encontró una grande oportunidad de construir una compañía que pudiera comunicar al futuro a todas aquellas personas que son amantes a lo tecnológico y que cada día pueden manejar más su diario vivir desde un celular, y lo más importante es construir al interior de la empresa calidad de personas que están dispuestas a cada día mejorar y además a querer dar el mejor servicio a todas aquellas personas que buscan suplir sus necesidades de comunicación.

### **1.1 Misión:**

Generar a nuestros clientes soluciones de comunicación móvil garantizando la mejora continua de procesos, productos, servicios y profesionalismo de nuestros colaboradores con el fin de generar valor.

### **1.2 Visión:**

Ser la empresa de mayor reconocimiento comercial en el eje cafetero y norte del valle por su desempeño creativo y la generación de valor para sus clientes, proveedores y socios.

### **1.3 Factores claves de éxito:**

- 1- Desempeño: La elección de nuestros clientes será el privilegio de crecer en el mercado.
- 2- Innovación: Ideas gestionadas desde el compromiso y la exigencia de hacer cosas nuevas.
- 3- Oportunidad: La inspiración y compromiso de nuestra gente son la fuente de inspiración.
- 4- Responsabilidad: El desarrollo de nuestra gente tiene la misma prioridad de nuestros clientes.
- 5- Resultados: Alcanzamos metas agresivas con valor diferente.

#### **1.4 Servicios que presta:**

SIMOVIL COMUNICACIONES SAS se caracteriza principalmente por prestar servicios de comunicación y manejo de todo el portafolio de la gran compañía CLARO COLOMBIA, que son principalmente:

- Planes Postpago: Son planes de minutos que adquieren los clientes para facilitar su comunicación con las demás personas.
- Reposiciones: Es un derecho que adquiere el cliente; después de adquirir un plan postpago a los 10 meses puede adquirir un equipo de cualquier gama en el cual se le efectuara un gran descuento por su fidelidad con la compañía.
- Kit Prepago: Venta de un equipo de cualquier gama el cual el cliente podrá disfrutar con beneficios de mensajes, minutos y elegidos gratis por un tiempo limitado.
- Sim Cars WB: Es un chip el cual es adquirido por las personas y vienen con promociones de minutos y mensajes.

#### **1.5 Número de empleados de la compañía:**

La compañía en el 2009 cuando inicio operaciones con tan solo 4 personas contratadas con todas las prestaciones, dos vendedores freelance y un gerente, y teniendo solo participación en la ciudad de Pereira. Al día de hoy SIMOVIL COMUNICACIONES cuenta con alrededor de 64 empleados que son contratados con todas las prestaciones, alrededor de 42 vendedores freelance, y con participación en todo el Eje Cafetero, Norte del Valle y abriendo instalaciones en Antioquia. Cuenta con 9 puntos directos de ventas y burbujas en el Terminal Pereira, Único Pereira y Unicentro Armenia, y puntos compartidos en algunos Apostar de la Región.

#### **1.6 Estructura organizacional de Simovil Comunicaciones:**

La Estructura Organizacional de la compañía está conformada por diferentes áreas:

La Gerencia: Es el área encargado de la funcionalidad de toda la compañía, dando siempre apoyo a todas las áreas a medida que estas lo requieran, se encarga también de generar nuevas negociaciones para que la empresa pueda incursionar en nuevos mercados.

Área Administrativa: Es la encargada del ingreso del nuevo personal a la compañía, de solucionar todos los problemas que se generan al interior de la empresa, velar porque los puntos de ventas estén en orden, realizar la nómina de los empleados.

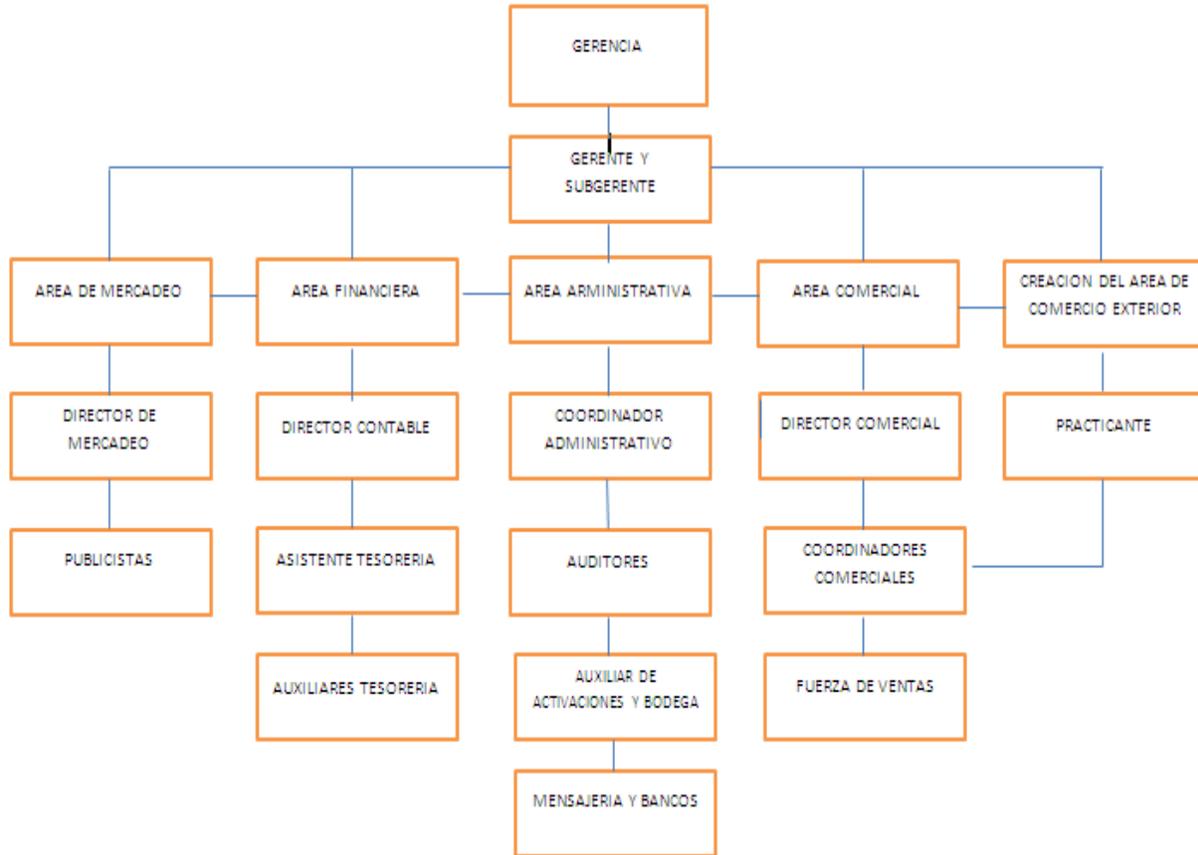
Área Comercial: Son diferentes Coordinadores que se encargan de manejar diferentes segmentos del mercado construyendo una red de subdistribuidores (clientes con puntos de ventas), para que estos clientes puedan distribuirlos al cliente final. Estos Coordinadores también se encargan de manejar puntos de ventas de la compañía, velando por que estos sean rentables mes tras mes puedan cumplir el presupuesto puesto por la empresa.

Área Mercadeo: Es la encargada de la imagen corporativa de la empresa, se encarga también de la publicidad y eventos realizados para impulsar puntos de ventas.

Área de Servicios: Es el área encargado de supervisar los puntos de venta de la empresa le estén dando el mejor servicio a sus clientes, y que los coordinadores le hagan un buen seguimiento a sus clientes y así poder crear confianza en ellos, para que siempre nos tengan como la primera opción.

Área de Comercio Exterior: En evaluación para su construcción.

## Ilustración 1. Organigrama Simovil Comunicaciones SAS



Fuente: elaboración Propia a partir de datos suministrados por la Empresa

La práctica académica que se está presentando en estos momentos, pertenece a la creación del Área de Comercio Exterior, en compañía del Área Comercial.

## **2- Área de Intervención**

En la presente practica el mayor logro que se busca es obtener experiencia en el área de comercio exterior, aprovechando la oportunidad que hay en la empresa SIMOVIL COMUNICACIONES queriendo crecer sus actividades en la importación de tecnología, y dándome la oportunidad de ser la cabeza de este proyecto en el cual se pueden no solo aprender nuevas cosas, sino en poner en práctica todo lo aprendido en los nueve semestres cursados hasta el momento en la universidad, y obteniendo apoyo de la empresa para generar resultados en la investigación.

Cada día en la compañía es un día nueva para investigas lo nuevo que genera la tecnología, porque lo más importante de trabajar en una empresa de servicios tecnológicos, es ir delante de lo nuevo que saldrá, para poder tener ventaja sobre nuestro competidores y así apaciguar cada vez más los posibles golpes que recibiría de ellos.

Los principales ejes de información es una herramienta interna que se llama circulares diarias, que son enviadas directamente por CLARO, con el fin de dar información a todos los pertenecientes a este sector del mercado para poder cada día dar el mejor servicio y atención a nuestros clientes.

También se utiliza como principal herramienta de trabajo la búsqueda en internet de nuevos proveedores de tecnología en la China, para poder ir adelante a los nuevos acontecimientos.

### **3- Eje de Intervención**

El principal eje de intervención a la compañía es el de la creación del Área de Comercio Exterior, para poder dejar construido y fortalecida esta nueva herramienta de trabajo, que le generara valor a la compañía. Pero va de la mano con el Área Comercial, ya que se busca la creación de nuevos puntos de venta no solo en la región, sino también a nivel nacional.

Las funciones entregadas como practicantes fueron

- Principalmente la de buscar un buen proveedor en el país China, que pueda generar buena mercancía y con buena calidad de sus productos.
- Hacer seguimiento y coordinar burbujas de ventas que tiene la empresa en diferentes puntos de la ciudad.
- Velar por mantener un buen equipo de ventas, comprometido con la empresa y con sí mismo.
- Hacer dinámicas de motivación en ventas.

#### 4- Justificación del eje de intervención

La principal función es la búsqueda de un proveedor en la China, la cual va en un nivel medio, ya que este proveedor ya ha sido encontrado, solo que se está analizando bien su trayectoria en este mercado, su confiabilidad y su calidad de productos, lo principal para intervenir en esta área es hacerle un seguimiento, para que todo funcione como la compañía lo quiere y espera que se dé, y no de pronto caer en apuros y que el proyecto no se lleve a cabo.

Hay que intervenir en el seguimiento y coordinación de los puntos de ventas externos de la empresa, para velar siempre que se esté dando siempre la mejor atención y servicio a nuestros clientes para lograr en el camino una fidelización de clientes que le arrojarían a la compañía altos ingresos y posicionamiento en el mercado.

**Ilustración 2. Cronograma de cumplimiento de los objetivos.**

SIMOVIL																				
STEVENS GIRALDO AGUDELO																				
MES:	JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE			
ACTIVIDADES PROGRAMADAS \ SEMANA:	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
ETAPA 1: ANALISIS MERCADO CHINO	OK	OK	OK	OK																
ANALISIS DE PROVEEDORES FABRICANTES POR MEDIO DE FILTROS				OK	OK	OK	OK	OK	OK	OK	OK	OK								
CONOCIMIENTO DE LA CULTURA ORIENTAL									OK	OK	OK	OK	OK	OK	OK	OK	OK	OK	OK	OK
CREACION DE ESTRATEGIAS COMERCIALES													OK	OK	OK	OK	OK	OK	OK	OK
ACONDICIONAMIENTO PERSONAL SIMOVIL													OK	OK	OK	OK	OK	OK	OK	OK

Fuente: Elaborado por la compañía

## **5- Objetivos**

### **5.1 Objetivo general:**

Realizar un análisis del mercado de China para la empresa SIMOVIL que le permita generar estrategias comerciales.

### **5.2 Objetivos específicos:**

- Analizar la cultura y forma de negociación del país y los habitantes de la China.
- Realizar un estudio detallado de los productores de celulares ubicados en Taipéi, China.
- Desarrollar estrategias de aprovechamiento para la empresa SIMOVIL en el mercado Chino.

## 6-Marco Teórico

La telefonía celular con el trascurso del tiempo ha ido generando una serie de grandes cambios pasando por diferentes etapas que han sido impactantes y asombrosas para todos los consumidores, siempre teniendo como objetivo la innovación y el gran impacto que pueda tener cada nueva etapa sobre aquellas personas amantes a la tecnología del campo telefónico, sabiendo que siempre están a la espera que algo nuevo saldrá. La telefonía celular hasta el día de hoy ha vivido 3 grandes etapas y una cuarta que está en proceso que han sido de mucho agrado para todos los consumidores y que son:

- 1- Tecnología HDSMI: Con esta etapa es la iniciación de la telefonía celular en el mundo, la cual fue muy impactante ya que las personas estaban pasando de un bíper a tener un teléfono celular por el cual podían realizar llamadas y comunicarse a largas distancias, estos teléfonos no contaban con SimCards, sino que funcionaban con una chip interno y único de cada celular, aunque al día de hoy podríamos decir que eran algo muy básico, se puede admitir también que en su momento fue el boom de lo tecnológico, ya que las personas estaban teniendo un teléfono que podrían cargar en sus bolsillos y desde cualquier lugar podrían utilizarlo para realizar llamadas. Las características físicas de estos celulares, eran de dimensiones muy grandes ya que su avance apenas estaba iniciando.
- 2- Tecnología 2D: Al momento de ingresar esta nueva fue algo impactante porque ya estaba incursionando en el mercado, los nuevos teléfonos celulares que funcionaban con SimCards los cuales ya cada teléfono tenía una identidad propia y la SimCards otra diferente pero que hacían matrimonio entre ambos, fue algo que le gustó mucho a los consumidores ya que desde el mismo teléfono del cual podían llamar, también podrían mandar mensajes de texto a otros móviles que estuvieran en otro lugar. Vemos como estos cambios tecnológicos, aunque bruscos, son de mucho agrado y lo tomaron muy bien todos los consumidores, ya que era algo muy innovador y que le iba a servir mucho a las personas para la fácil comunicación.

- 3- Tecnología 3G: Hasta el momento es la tecnología que más cobertura tiene porque que están en el cambio a la tecnología LTE 4G. al momento del ingreso del 3G fue un impacto de los más asombrosos de la historia, ya que los consumidores podrían llevar en sus manos teléfonos inteligentes, por los cuales podrían realizar sus mayores actividades de trabajo, fue algo también de mucho agrado ya que las personas podrían manejar todas sus redes sociales desde este mismo teléfono, enviar y recibir correo, consultar su banca virtual, mensajes multimedia, video llamadas, comercializar sus productos, etc. Son celulares inteligentes que ayudan a la vida cotidiana de los consumidores y llega a ser más productivos sus días de trabajo.
  
- 4- Tecnología LTE 4G: Es el último boom tecnológico, el cual en estos momentos aunque ya hay teléfonos con tecnología LTE 4G, todos los consumidores y amantes de la tecnología, están a la espera del pronto funcionamiento de las redes de señal para el buen desempeño del LTE 4G. las personas están ansiosas por poder disfrutar de las rápidas velocidades que podrán encontrar con la nueva tecnología en los nuevos celulares inteligentes, y aún más al saber que podrán experimentar un viaje al futuro al momento de tener un móvil LTE 4G en sus bolsillos, el cual verdaderamente les ayudara a las personas a ser más efectivos y a las compañías a ser más eficientes y competitivos.

La historia de la telefonía celular es un viaje al futuro desde sus inicios, porque siempre se está esperando algo nuevo, innovador e impactante que ayudara a que la vida de las personas sea más agradable, atractiva y productiva.

SIMOVIL COMUNICACIONES a través del tiempo ha experimentado diferentes cambios que han sido de suma importancia para el gran crecimiento que ha tenido la compañía, y que busca en cada momento poder ser más reconocido en el mercado nacional. Hoy en día SIMOVIL busca poder darle el mejor servicio a todos sus segmentos de mercado, para poder lograr tener un gran

reconocimiento como empresa grande y fortalecida. Algo importante y que valoran los empleados de esta empresa es que sienten el apoyo y acompañamiento para crecer en el ámbito personal y laboral, y que saben que pueden encontrar en sus Jefes un apoyo en el momento que lo necesiten.

Es importante poder ir de la mano de una compañía que está en constante crecimiento, y más aún cuando uno está practicando lo aprendido en la universidad en una empresa que tiene sus puertas abiertas a lo nuevo, a la innovación. Sabiendo que en los nuevos planes de ejecución que la empresa puede realizar lo pueden delegar a uno como líder del nuevo proyecto, teniendo en cuenta que se podrá crecer en el ámbito laboral.

Al momento de ejecutar el eje de intervención en la compañía, lo más importante es poder hacerlo de la mejor manera para que esta intervención afecte positiva a la compañía y así en el tiempo poder ganarme la confianza de dicha empresa.

La intervención en la compañía SIMOVIL COMUNICACIONES se realizara en 4 etapas principalmente, las cuales abarcaran desde la investigación del mercado Chino hasta el punto de generar un buen equipo comercial. Estas etapas son:

### **6.1 Investigación del mercado Chino.**

La República Popular de China está ubicada al este del continente asiático, limita la norte con Mongolia y Rusia, al oeste con Afganistán y al Sur con India. China es el tercer país más extenso después de Rusia y Canadá. China es un país donde las montañas y cerros ocupan el 65% de su suelo, muchas montañas elevadas y altas, construyen la base estructural del relieve terrestre del continente Chino. Es un país rico en recursos naturales y minerales, uno de los más grandes

productores de trigo, arroz, maíz y algodón. China es el primer país más poblado del mundo contando con 1.351 millones de personas, donde la gran mayoría son mujeres.

### **6.1.1 El Confucianismo:**

Los Chinos se dejan llevar con un conjunto de conceptos filosóficos basados en las enseñanzas de Confucio (551-479 a.C.) por lo que no le atribuyen mucha importancia a la religión, y escasamente tienen lo que los occidentales llaman religión con sentimientos, nunca a existido una religión capaz de gobernar el pensamiento de todo el pueblo. El Confucianismo es la única doctrina que siempre ha dominado en China hace más de 2000 años, teniendo siempre en cuenta que se deben formar siempre como una sociedad armónica, se venera mucho la vejez, le concede mucho valor a la jerarquía social, cada persona debe entender como es el buen comportamiento para siempre velar por tener una armonía social.

### **6.1.2 Sistema Educativo Chino:**

En la época imperial aquellas personas que quisieran pertenecer a la burocracia debían primero presentar los exámenes imperiales que ofrecía el gobierno cada 3 años, los exámenes imperiales estaban compuestos por 3 pruebas, que debía pasar los aspirantes, hoy en día la educación China consta de que una persona pase por 6 años estudiando en la primaria, después de terminados estos 6 años, debían presentar un examen para pasar a la primera secundaria que eran 3 años más, y al terminar estos 3 años más, presentaban otro examen para poder pasar a la segunda secundaria. Para ingresar a la universidad debían presentar un examen, de todo su estudio, entonces se ven muy presionados por su padres para que puedan acceder a la Universidad, los 9 primeros años de estudio son subsidiados por el estado.

### **6.1.3 Sistema Político Chino:**

El sistema político Chino está dividido en tres grandes ramas: El Partido, El Gobierno y Los Militares. Y a su vez cada rama comprende más cuatro divisiones o entidades territoriales más. Cada nivel territorial de China comprende ramas a su interior, que son las que siempre velan por su buen funcionamiento y administración de este ente. La estructura de gobierno de China está

compuesta por 28 entidades, entre las cuales, se encuentran las oficinas y comisiones que conforman el consejo de estado.

#### **6.1.4 Economía:**

El país ha pasado por 3 grandes etapas a lo largo del tiempo, que han hecho que China al día de hoy sea un país tan desarrollado y potencia mundial, aunque llegar a este punto fue muy difícil, y nefasto en el momento que se trató de romper el esquema Confuciano ya que fue algo muy atropellador para todos los habitantes, pero podemos ver que China pudo superar este nefasto cambio, y al día de hoy es uno de los países que más desarrollo en el siglo XXI. La economía de la China a lo largo de los últimos ha evolucionado mucho, y aun mejor, porque sigue evolucionando, y lo continuara en el futuro. El gobierno se ha mantenido mucho en el poder ya que ayuda mucho a las personas, pero limita mucho al fortalecimiento de la libre empresa, todo debe ir conforme al gobierno lo estipule y le dé seguimiento a sus reglas.

Los comportamientos burocráticos en la China dependen mucho de la corrupción y el sacarle plata a los inversionistas extranjeros, tales comportamientos están basados en la burocracia China, todos los sistemas burocráticos de la China tiende a favorecer a las empresas estatales, esto arroja que China tiene una economía burocrática. El gobierno no está de acuerdo con el fortalecimiento de las empresas privadas, solo de las que los funcionarios que son burócratas son los dueños.

#### **6.1.5 Cultura de Negocios en la China:**

Hay 4 ejes culturales importantes para tener en cuenta y estudiar antes de entablar una negociación con un chino:

- 1- ***El agrarismo:*** A diferencia de la cultura estadounidense que es más bien urbana, en China hay una grande mase de personas que viven en zonas rurales, dedicados al cultivo de arroz y trigo, que siempre velan por el respeto a los mayores y sus jerarquías. Hay mucha

cooperación y armonía entre los grupos de personas, muchos de los habitantes que habitan en la zona urbana, fueron criados en el campo.

- 2- **La moral:** está muy ligados al confucianismo, y les gusta llevar con calma la negociación, sin afanes, y lo que más le preocupa a un chino en el momento de la misma son los medios en que se da que el fin de esta. Buscan siempre un beneficio igualitario.
- 3- **El lenguaje:** a diferencia de la cultura occidental que aprendemos leyendo, los orientales, desde niños aprendieron memorizando miles de caracteres que representaban lo que decían, esto influye mucho, ya que aquellos negociadores occidentales con poca experiencia, salen desconcertados a menudo por su forma de negociar tan diferente.
- 4- **Desconfianza:** los chinos debido a todo lo vivido en el pasado, con los ataques a su país, por todos los frentes, le tiene mucha desconfianza a los extranjeros. (Toro, 2009, pág. 137)

Al momento de realizar una negociación con un ciudadano chino, es clave saber que en su cultura la manera mejor para negociar es muy lenta, ya que a ellos les gusta conocer un poco de la otra parte negociadora, con el fin de poder generar confianza, no les gusta que se les pregunte mucho de su vida privada, pero si quieren saber de la vida de su contraparte. Es muy importante conocer todo el protocolo que se debe llevar al ir negociando con ellos, como por ejemplo en una comida, que es importantísimo saber que como sirven varios platos, jamás se puede comer toda la comida de un plato, ya que ellos toman eso como que se le sirvió poco y quedo con hambre, siempre se debe ir a la par con ellos, otro ejemplo importante es el modo de cómo se debe saludar, jamás se les da la mano o abrazo ya que en la cultura oriental no está bien visto esto, ya que el nivel de confianza no es tan alto.

#### **6.1.6 Aspectos básicos e importantes que se deben tener en cuenta:**

- Puntualidad

- Siempre se debe saludar a la persona que tenga el más alto rango en el grupo chino.
- Vestir conservador.
- Evitar bromas.
- No se debe señalar con el dedo, sino con la mano abierta.
- Muy importante los banquetes, para empezar a generar confianza.

Al momento de la presentación con un chino, la forma que ellos utilizan para romper el hielo es con preguntas como, ¿de dónde es usted?, hace cuanto llegó a china?; es casado?, tiene hijos?, le gusta la gastronomía china?; etc.

## **6.2 Productores en la China:**

La empresa SIMOVIL decidió antes de empezar la investigación a fondo de los productores chinos, sacar unos parámetros fundamentales, para que este estudio fuera lo más acertado posible, y que le arrojara a la compañía los resultados esperados por esta misma, para poder tomar una decisión en lo que correspondía a negociar con aquella cultura que se veía tan difícil de entender y manejar.

Simplemente realizaron un cronograma de actividades los cuales se debían seguir, y estos estaban divididos por diferentes etapas, que ayudarían a la empresa a poder hacer un buen seguimiento sobre lo que se iba avanzando en cada etapa, así generándole a la empresa confianza y seguridad al ver que al pasar por cada ciclo, lo que estaban buscaban obtener de este, lo tenían en sus manos, y podrían trabajar con el conocimiento ya en sus cabezas, y no sobre libros o teniendo que investigar más.

Se optó por empezar realizando un análisis del mercado Colombiano, buscando obtener que sea lo que los consumidores quieren demandar y que sea lo que le hace falta al mercado de tecnología para obtener un crecimiento más grande de lo esperado.

Para empezar la investigación de mercado se empieza investigando cual es el cliente potencial que lo que busca obtener es lo último en tecnología, para poder brindarle a sus clientes un valor agregado y poder tener siempre lo último que ha salido.

Pasando luego a hacer una segmentación socio-económica de las personas, como la edad, genero, gustos, salario, estrato, interés tecnológico, etc. Realizando esta segmentación con un objetivo principal, el cual era, poder ir a la vanguardia de lo que le mercado estaría demandando, para poder ser los primeros en suplir dicha necesidad.

Luego de realizar esta segmentación del mercado se pasa a investigar cual es la necesidad actual que el cliente está teniendo en su vida cotidiana, y cuáles serían las expectativas de las personas con la entrada de un nuevo producto innovador, el cual lo que siempre quería buscar era darle más velocidad y eficiencia a la vida de las personas para poder identificar cuáles serían las preferencias del mercado de la telefonía celular.

En una segunda etapa se empieza a investigar a fondo cual es la competencia directa e indirecta, para poder identificar contra quien se enfrentaría. Y los resultado arrojados eran positivos porque la competencia directa en ese momento era muy mínima por que el producto que se tenía en mente importar era nuevo, y sería muy innovador, se está hablando de celulares inteligentes en los cuales el consumidor podría tener no solo una simcard sino podría ingresar hasta 3 simcards y no importa que fueran de diferente operador, y aun, lo mejor era que el celular inteligente que las personas comprarían llegaban con televisor el cual el cliente podría utilizarlo en el lugar que estuviera.

En la investigación, cuando se llega a la competencia indirecta, en ese momento se evidencia que sería todo lo relacionado con la telefonía celular, y que en este instante es distribuida por operadores como lo son CLARO, MOVISTAR, TIGO, UFF y VIRGINE MOBILE.

También se encuentra como ventaja que la empresa distribuye telefonía celular del operador CLARO, sería menos el impacto de la competencia indirecta, ya que Claro es el líder de la telefonía celular en Colombia, y aparte de esto, SIMOVIL, está pasando por una época de crecimiento muy continuo, siendo el primero en ventas de kit, de todo el eje cafetero, incursionando en el norte del Valle, y abriendo operaciones en Antioquia.

La tercera etapa de la investigación fue la caracterización y precio de referencia del Producto. Se investiga todas las características innovadoras con las que llegaría el nuevo celular a la región, con qué precio de referencia entraría, que este fuera asequible para todos los consumidores, que beneficios nuevos tendría este nuevo celular al consumidor final, como serían los canales de distribución de este nuevo producto y por ultimo si están preparados para cuando ingrese nueva competencia al mercado.

Cuando se termina el estudio de mercado y se sabe que este nuevo producto sería rentable traerlo a la región y lo que busca es la innovación en toda la región, se empieza la búsqueda del proveedor del este producto en la china.

Se empiezan a encontrar proveedores en el oriente de China, se hace una lista para empezar a investigar cual proveedor verdaderamente es fabricante y cuales son Bróker, queriendo siempre llegar al proveedor que es fabricante, para poder obtener un mejor precio.

Cuando se realiza la investigación más a fondo se hace un primer filtro el cual arroja una lista de 30 proveedores fabricante del producto. Se les manda un email a cada uno de los proveedores en el cual se estaba presentando como empresa, se les mostraba quien era Simovil y se les decía cuáles eran las necesidades.

Después de recibir respuesta de estos 30 proveedores se realiza un segundo filtro el cual arroja 10 proveedores fabricantes de celulares, se les envía correo pidiéndoles información sobre el producto, precio, garantía, etc.

Al obtener una respuesta de estos 10 proveedores se realiza un tercer filtro y el resultado es que ya se tiene 3 proveedores fabricantes de celulares, en este momento se les solicita a estos 3 proveedores que si pueden enviar cotización de 5 a 10 se sus referencias, al recibir la cotización se analiza a fondo y se acude a Panalpina a que por favor evalué estos 3 proveedores para ver si en verdad existían y si tenían el certificado de funcionamiento para poder obtener confiabilidad en los 3 fabricantes. Al momento de contactarlos se tiene en cuenta que cantidad de celulares enviaban para garantía de sus productos obteniendo como respuesta que lo enviado por garantías seria el 10% de la compra realizada, por si llegaban a salir dañados algunos celulares.

Algunos proveedores:

- Huawei: Shenzhen China.
- Alibaba: Taipei China.
- Aliexpress: Taipei China.
- Haier: República Popular de China.
- Grupo Chint: Liushi (provincia de Zhejiang), cerca de Wenzhou.
- 

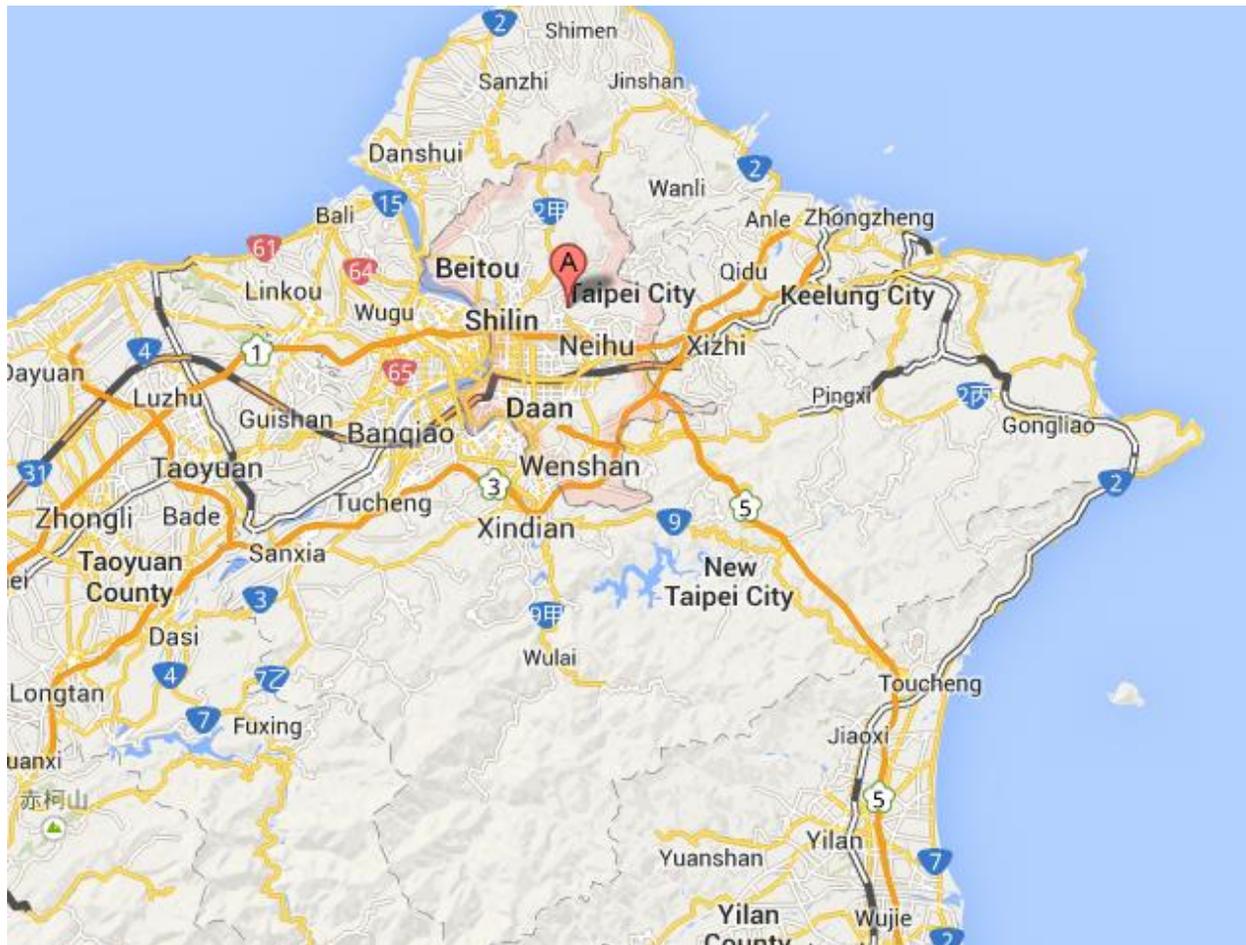
El proceso de empezar la compra de dicho producto está parado, ya que la empresa está pasando por la mejor época del año como lo es fin de año, a donde las ventas son muy altas.

Pero de igual manera, su principal fuente de abastecimiento se encuentra en la ciudad de Taipéi ya que es allí, una de las ciudades más tecnológicas del mundo, ya que esta ciudad, es totalmente de fabricantes de todo tipo de tecnología, y fue allí donde la empresa puedo encontrar un buen

proveedor, que le genere confianza, y que parte de eso, fue el que mejor precio dio, teniendo en cuenta el número de garantías que entregaría por unidades compradas.

En esta ciudad, la generación y producción de nueva tecnología es constante, lo que le va a garantizar a la compañía, siempre poder tener un nuevo portafolio de nuevos productos para siempre poder ser líderes y pioneros en la innovación.

### Ilustración 3. Mapa Taipéi-China.



Fuente: google maps<sup>1</sup>

### 6.3 Desarrollar estrategias de aprovechamiento para la empresa SIMOVIL en el mercado Chino:

La empresa principalmente aprovecharía la estrategias gestionadas a nivel nacional con el portafolio de productos de Claro, ya que estas las tiene muy clara, y lo que haría es adecuar las nuevas estrategias del mercado nacional, al mercado chino, adecuando cada una, a los deferentes cambios que hay entre la cultura oriental de la occidental.

<sup>1</sup> <https://maps.google.com/maps?q=MAPA+TAIPEI&ie=UTF-8&hq=&hnear=0x3442ac6b61dbbd9d:0xc0c243da98cba64b,Taipei+City,+Taiwan&gl=co&ei=pcqIUrLJIMuFkQe-z4DgAw&ved=0CCQQ8gEwAA>

Todo el recorrido que la compañía tiene hasta el momento, le va a servir para poder adecuar, estrategias de acondicionamiento del personal a la nueva forma de trabajo, ya que cambiaría no su razón de ser, pero si su forma en realizar todos sus procesos internos

Simovil tiene presente que la principal herramienta para poder tener éxito siempre, es ser los pioneros en la innovación, teniendo como principal elemento, que el proveedor de tecnología que ha buscado, está siempre en constante producción de nueva tecnología.

La compañía tendrá que empezar a generar una forma nueva de funcionamiento de la empresa, para que el cambio en el personal de trabajo, se vaya acoplando a lo que Simovil quiere lograr.

Simovil comunicaciones debe realizar u proceso de acondicionamiento de todo el personal, para poder estar preparados y fortalecidos y que este nuevo cambio institucional, sea para bien, y no termine haciéndole daño a si mismo.

Se debe tener en cuenta, que debe generar estrategias comerciales continuas, para siempre estar preparando al cambio, y tener en cuenta que la cantidad de producto que va a empezar a distribuir se puede doblar o hasta triplicar, dependiendo de la buena gestión que distribución y negociación que realice la compañía.

Debe generar estrategias, para la distribución de esta tecnología, teniendo en cuenta su pronta recolección de cartera de sus clientes, porque se podría quedar ilíquido fácilmente, debido a la cantidad de mercancías que empezaría a mover.

Debe realizar estrategias de fidelización de todos sus clientes continuamente, para garantizar tener siempre un mercado objetivo mayor, y que con el tiempo, pueda llegar a incursionar a nivel nacional, teniendo en cuenta el bienestar de los clientes, empleados y socios.

## Conclusiones

El principal eje de intervención, fue el de la investigación sobre el mercado chino, el cual me fue muy útil que en el pasado un integrante de la compañía, ya había tenido una muy buena experiencia en la importación de telefonía de la china, y como se daba su negociación, con esta cultura tan diferente.

Se logra la creación de nuevos equipos de ventas, a como se debe motivar a estas personas, para que siempre estén dispuestas a seguir luchando y dar lo mejor de sí, para lograr ventas y cumplir sus presupuestos.

A como hacerle seguimientos a procesos de intervención de la compañía, velando siempre el bienestar de la compañía, y teniendo y haciendo empleados felices, que amen lo que hace y estén comprometidos con lo que quieren.

Simovil como empresa, está en constante crecimiento, y ha mostrado con el pasar del tiempo, que siempre vela por el crecimiento del personal interno de la compañía, logrando así posicionarse como el distribuidor número uno del Eje Cafetero en todo lo pertinente a la venta de Kit Prepago.

Teniendo en cuenta todo el estudio realizado, durante el semestre, se da a relucir, que la cultura Oriental es totalmente diferente a la nuestra, pero de la misma forma es muy atractiva, ya que su mercado es muy apetecido mundialmente, gracias a su gran nivel de competitividad de sus productos, teniendo en cuenta que próximamente cuando se hable de la China se hablara de una Potencia a nivel mundial. Su forma de negociación, a uno como occidental le llama mucho la atención, debido a todos los protocolos que tienen y el gran respeto por su cultura.

Entrando más en detalle lo que es la China, y lo que tiene a su interior, vemos como tiene una ciudad netamente dirigida a la fabricación de todo tipo de tecnología, y lo más increíble, es que se puede obtener lo que se desee con estos fabricantes, además sus precios son muy competitivos, teniendo en cuenta que la calidad de sus productos son cada vez mejor, debido a su rápido desarrollo tecnológico.

Simovil tiene una gran oportunidad al poder empezar negociaciones con este tipo de País, ya que su producto cada vez podrá ser mejor y lo más importante es que sus precios podrán llegar a ser los más competitivos del mercado nacional. El personal interno de la compañía, son personas comprometidas y lo que buscan cada vez más es el bienestar de la empresa.

## **Recomendaciones**

Lo principal que Simovil debe tener en cuenta es que mientras siga velando por su personal, ellos velaran por el bienestar de la compañía, pudiendo de esta manera, seguir un constante proceso de continuo crecimiento, pudiéndose mantener en el número uno como distribuidor de tecnología, Generándole valor a la empresa, socios y empleados, y de esta manera logrando la fidelización de sus clientes.

La práctica académica como principal aporte me deja un aprendizaje muy alto a todo lo pertinente con el mercado laboral de trabajo, ayudándome a ganar experiencia a todo lo que tiene que ver con creación de equipos de ventas, fortalecimiento de puntos de ventas, manejo de personal, investigación de otros mercados.

## Referencias

Toro, P. E. (2009). Aproximación a China. En P. E. Toro, *Aproximación a China* (pág. 245).

Hopkins, T. (1995). *Ventas para Dummies*.

Proveedores de todo tipo de tecnología, investigadas los meses de Julio, Agosto, Septiembre, Octubre y Diciembre:

- <http://es.aliexpress.com/>

- <http://es.aliexpress.com/category/5090301/mobile-phones.html?pvId=190-361828>

- [http://tuimportacion.com/proveedores\\_chinos.html](http://tuimportacion.com/proveedores_chinos.html)

- <http://www.corpivensa.gob.ve/index.php/noticias/44-haier>