

NOTICIAS

Método SedeenChina, internacionalización en el gigante asiático 14 de enero 2013

La consultora internacional ha creado un sistema para medir las posibilidades de éxito de las empresas españolas en China.

SedeenChina (<http://www.sedeenchina.com/exportar>) ha creado un **procedimiento de viabilidad** para la implantación de empresas en el país asiático.

La **internacionalización**, dada la coyuntura económica, es la **mejor opción** para las empresas ya que **genera empleo** en el propio país, descubre **nuevo público objetivo** y **reactiva la economía** de la empresa. Sin embargo, desde SedeenChina se advierte de que *"no todas las empresas pueden o deben lanzarse al mercado oriental"*.



A través de su página web (<http://www.sedeenchina.com/>) ofrece “*el decálogo del exportador*” que indica las primeras claves. Además, plantea una serie de **pautas básicas** que toda compañía debe cumplir antes de embarcarse en la internacionalización.

En primer lugar, se debe saber que aquellos **productos o servicios** de éxito en España u otro país occidental tienen altas posibilidades de triunfo en *China*. “*Todas las marcas conocidas o productos reconocibles son muy atractivos para los consumidores chinos*”, señalan.

Analizar los posibles **canales de venta** es una de las premisas más importantes antes de embarcarse en la exportación, por ejemplo, si el producto puede venderse online las posibilidades de éxito son mayores. Desde SedeenChina remarcan que “*el gigante asiático es el segundo país con mayor número de compradores online, 140 millones de usuarios, siendo, por tanto, este canal una gran oportunidad para las empresas españolas*”. Además de este planteamiento inicial existen otro tipo de factores que influyen en el éxito de la internacionalización. El **método** creado por la consultora analiza cada empresa, su producto o servicio y las posibilidades de venta para conocer el posible **éxito o fracaso en el mercado chino**.

“*Exportar a China puede ser la solución para muchas empresas que ven estancada su demanda o que desean crecer. Sólo hay que saber analizar el producto o servicio, extrapolarlo al mercado al que queremos llegar y saber y entender la cultura de nuestro nuevo público*”, afirma **Esther Fuentes**, responsable en Europa y Latinoamérica de SedeenChina. “*La internacionalización es una aventura que puede ser tan lucrativa como excitante, pero hay que saber mirar nuestro negocio y determinar si somos o no capaces de ello*”.

Para conocer la viabilidad de un proyecto en China la consultora ha puesto a disposición de las empresas un **formulario de análisis** que le permitirá conocer la viabilidad de su producto o servicio en China.



(*javascript:print()*)