

CONSEJOS ÚTILES PARA LAS MISIONES COMERCIALES Y VISITAS DE NEGOCIOS A JAPÓN

Consejos Útiles para las Misiones Comerciales y Visitas de Negocios a Japón

RESUMEN

Ha de tenerse en cuenta que no es frecuente materializar alguna venta durante una misión comercial o visita de negocios inicial en Japón. No se ilusione pensando que si su producto se vende bien en su país o en otros mercados exteriores, ha de tener un éxito inmediato acá. En Japón se le concede una importancia extraordinaria a la calidad de los productos. Vender en Japón es símbolo de excelencia de las empresas y productos extranjeros. Y conviene informarse con antelación acerca del potencial de cada producto antes de iniciar cualquier operación. Para ello y como paso previo, debería consultar estudios de mercado acerca de su producto. El ICEX o su homólogo japonés JETRO (del cual existe una delegación en Madrid) y su Cámara de Comercio provincial le ayudarán a conseguir este tipo de información. En el apartado de los Links de Internet también encontrará algunas direcciones muy útiles.

Los negocios en Japón requieren análisis, pruebas, decisiones en consenso, etc. que se traducen lógicamente en tiempo. Se analizan todos los pormenores antes de tomar una decisión. Para ellos la paciencia es más que una virtud.

El primer consejo, por tanto, es que no desespere. Sea tenaz y considere su visita y todas las acciones complementarias con una rentabilidad a largo plazo.

PREPARACIÓN DE LA MISIÓN

Preparación de la agenda.

El mejor modo de establecer los contactos iniciales en Japón siempre es a través de un tercero, ya sea la Oficina Comercial de la Embajada o JETRO o cualquier consultora especializada. En caso de que desee elaborarse la agenda por sí mismo, no es aconsejable el envío de faxes, si no especifica la persona a la que van dirigidos. Averigüe por cualquier medio la persona de contacto y diríjale una carta incluyendo una tarjeta personal y un catálogo o breve descripción de sus productos. Las cartas siempre son mejor recibidas que el fax, ya que implica un mayor esfuerzo en su preparación. Posteriormente intente ponerse en contacto con esta persona mediante llamada telefónica para concertar una cita.

Documentos.

Tráigase la mayor cantidad de documentación posible: folletos, catálogos, memorias, informes financieros, premios o distinciones, fotografías, etc. de su empresa. Lo ideal sería proporcionar todo este tipo de información en japonés, ya que demostraría un firme propósito de introducir sus productos en este mercado. Como mínimo debe proporcionar todos los documentos en inglés. Los documentos imprescindibles son sus catálogos y una memoria o perfil de su empresa.

Muestras.

Si es posible traer muestras de su producto, no olvide traerlas consigo o enviarlas, con suficiente antelación, a Japón.

Información.

Al igual, conviene informarse sobre Japón todo lo posible. Los japoneses evaluarán sus conocimientos sobre Historia, Religión, Arte o Literatura japonesa muy positivamente. Alguna pincelada sobre ello, dejada en el momento oportuno, hará ver a sus contetulios que existe algo más que el mero propósito de incrementar las ventas en un mercado nuevo.

Lenguaje.

El mismo efecto les causará el empleo de alguna palabra o expresión sencilla en japonés, para lo cual le remitimos a las direcciones de Internet en donde puede conseguir un vocabulario básico de ciertas expresiones.

Vestimenta.

La vestimenta más usada tradicionalmente por el hombre de negocios japonés es un traje oscuro, con corbata discreta. No obstante, las cosas están cambiando en Japón, no requiriéndose para un extranjero una etiqueta distinta de la practicada en las reuniones de trabajo en Occidente.

Tarjetas personales.

Prácticamente es una obligación para todo aquel que realice visitas de negocios en Japón. En los hoteles dispone de información donde poder tener impresas en menos de veinticuatro horas las tarjetas personales en inglés con el reverso en japonés. Resulta más conveniente encargarlas anticipadamente a su llegada a Japón. Si no lo ha hecho ya, traiga un disquete que contenga la imagen del logo de su empresa o imprímalo en grande con una resolución de alta calidad. En el apartado de la negociación se comentará el modo de intercambio y uso de estas tarjetas personales.

Intérpretes.

Resulta aconsejable el contratar los servicios de un intérprete para asistir a las reuniones de negocios. Aunque tengamos la seguridad de que nuestro interlocutor habla inglés perfectamente y no tendrá ninguna dificultad en entendernos, tenga presente que esta persona se sentirá forzada a hablar en un lenguaje que no es el suyo propio. Algunos ejecutivos japoneses tienen en la empresa alguien que les efectúa los servicios de intérprete, pero conviene que usted traiga el suyo, puesto que el intérprete proporcionado se puede sentir influenciado por la empresa para la que trabaja. La Oficina Comercial de la Embajada dispone de un listado de intérpretes japonés-español de reconocida profesionalidad que prestan sus servicios para este tipo de actividades.

Regalos.

Es conveniente traer pequeños obsequios para sus contactos japoneses. Traiga material promocional de su empresa, como "pins", bolígrafos, mecheros o similares. En última instancia, puede comprar algún pequeño souvenir representativo de su área geográfica. Los japoneses verán en este detalle que usted no solo pretende establecer lazos comerciales con su empresa, sino que también tiene la intención de iniciar relaciones cordiales. Use este argumento cuando reparta los regalos. Tenga en cuenta que si estos pequeños regalos los trae envueltos, en Japón se considera descortés abrir los regalos en presencia de la persona que los ofrece. No se asombre si esto sucede. También debe tener en cuenta que el número cuatro y el nueve son símbolos de mala suerte. No presente cuatro o nueve elementos envueltos en un paquete para regalo.

CONTENIDO DE LA ENTREVISTA

Puntualidad.

Los japoneses suelen llegar a sus citas con cinco minutos de antelación. Trate de hacer lo mismo. Si ve que va a llegar tarde a una cita, efectúe una llamada telefónica con la máxima antelación posible y añada cinco minutos al tiempo previsto de demora. Así, su interlocutor verá que a pesar de que es usted un hombre muy ocupado, ha conseguido recortar cinco minutos de su tiempo para llegar antes de lo previsto. La puntualidad es el primer símbolo de seriedad de su empresa. No la menosprecie como un detalle sin importancia.

Saludo.

El saludo típico es la inclinación. Aunque no es la costumbre, algunos japoneses estrechan la mano a los occidentales. Lo mejor es que permanezca a la expectativa y actúe en consecuencia.

Intercambio de tarjetas personales.

Este es el primer paso en toda reunión de negocios. Generalmente es la persona de más categoría de la empresa anfitriona la que comienza a entregar su tarjeta a las personas de la empresa invitada, empezando por la de mayor categoría. La tarjeta se entrega sosteniéndola por ambas manos, colocada de modo que sea legible para la persona que la va a recibir, y con una ligera inclinación de cabeza. Las tarjetas siempre se entregan y se reciben en pie. Cuando reciba la tarjeta, también la debe sostener por ambas manos, examinándola detenidamente durante algunos instantes.

Tenga en cuenta que éste es el ritual japonés. Quizá si lo sigue fielmente pueda resultar ridículo para un occidental. Lo que sí debe de tener en cuenta es que se trata de un acto muy importante. En cualquier caso debe de actuar con el máximo respeto durante esta ceremonia. Luego proceda a colocarlas delante de él de modo que refleje la posición en la mesa de sus interlocutores. Así, además de seguir fielmente las reglas de protocolo, le será muy útil para tener una referencia del nombre y cargo de sus interlocutores. No doble o juegue con las tarjetas personales durante la negociación.

Inicio de la negociación.

Nunca empiece directo al grano. Lo mejor siempre es excusarse por no hablar japonés. También es conveniente hacer algún comentario referente al tiempo atmosférico (tema favorito de los japoneses). Igualmente puede comentar lo difícil que es para usted el idioma o preguntar el significado del nombre de la empresa (en japonés todas las palabras tienen un significado) o sencillamente comentar sus primeras impresiones sobre Japón.

Labor de equipo.

En Japón, las decisiones siempre se toman por consenso, en el sentido de que se intenta convencer a todos los departamentos involucrados de la idoneidad de la decisión. Tenga presente este hecho y no trate de forzar a sus interlocutores a cerrar alguna operación en una primera visita.

Objetivo.

El consumidor japonés es muy exigente. El mercado está continuamente adaptándose y renovándose. La competencia es muy fuerte. Tenga presente estas consideraciones y muestre que su empresa tiene la flexibilidad y capacidad de adaptación necesarias para hacer frente a este mercado. Su objetivo en esta negociación inicial no debe ser otro sino lograr captar su interés. Remarque las características distintivas de su producto, su capacidad potencial de producción, la cualificación de su personal, etc.

Actitud personal.

Muéstrese cordial y agradable. No olvide la importancia de las relaciones personales en Japón para el establecimiento de los lazos comerciales. Sus contertulios no solo analizarán su producto o su empresa, sino también la persona o personas que lo representan. Tome notas durante la negociación y muestre una actitud profesional.

Afirmaciones.

Es realmente difícil escuchar un No rotundo en boca de un japonés. No se confíe porque repetidamente asientan con la cabeza. Es su manera de expresar que están escuchando y entendiendo lo que se les está diciendo.

Preguntas sobre su empresa.

Sus interlocutores querrán conocer las dimensiones de su empresa, la experiencia en el sector, su estado financiero, el nivel de aceptación de sus productos en el mercado de origen, etc. Sea sincero en este punto. Tenga en cuenta que ellos no van a tomar decisiones inmediatas y que, por tanto, investigarán por su cuenta estos detalles. Conviene que realce los aspectos más sobresalientes y trate de restar importancia a los que puedan resultar negativos. En todo caso, lo más conveniente es invitarles a visitar su empresa e instalaciones.

Muestre interés.

Pregúntele también a ellos. Sienta curiosidad sobre la estrategia que abordarían para introducir sus productos, el nivel de ventas que podría alcanzarse, los defectos y ventajas que perciben en sus productos, la manera de mejorarlos aún más, los cambios futuros que podrían influir en su comercialización y el modo de anticiparse a ellos y hacer modificaciones, etc. Esto les hará ver que usted posee una firme decisión de establecerse en este mercado. Sin embargo, tampoco llegue a la impertinencia. Si nota que se están sintiendo incómodos porque aún no pueden responder

adecuadamente a estas preguntas, discúlpese diciendo que su intención era conocer la primera impresión que causan sus productos.

Negociación de precios.

En una negociación inicial, no es muy frecuente que se produzcan regateos o duras negociaciones en cuanto a precios. Usted tampoco debe dar pie a que esto ocurra. Fije sus precios de un modo inflexible y añada que sería posible rebajarlo en función del volumen de los pedidos. Si le siguen insistiendo en que es un precio alto o señalan inconvenientes para su comercialización en estas condiciones, postergue la negociación diciendo que es una cuestión que usted y su equipo deben estudiar detenidamente y que no puede facilitarles más detalles por el momento. Tenga en cuenta que el precio no es el elemento más importante para iniciar relaciones comerciales con los japoneses. Y tampoco debiera ser el suyo. Use este mismo argumento y además de paralizar el regateo, habrá conseguido impactarles y afianzar aún más su decisión de establecerse en este mercado.

DESPEDIDA

Recogida de tarjetas.

No olvide nunca recoger las tarjetas personales de sus interlocutores. Es recomendable que las guarde en un tarjetero adecuado para el caso, nunca en los bolsillos traseros (se consideraría una ofensa.)

Agradecimiento.

Agradezca la atención prestada durante la negociación y ofrézcase para proporcionar todo tipo de información adicional tras esta primera entrevista. Reitere su ofrecimiento de visita personal a su empresa.

ACCIONES POSTERIORES

Clasificación de la información.

Si ha tomado notas durante la entrevista, no olvide archivarlas junto a las tarjetas de visita, haciendo referencia a cada una de las personas. Así, le será más fácil recordar la reunión y conservará la imagen de cada persona con la que se ha entrevistado. Si no le ha sido posible tomar notas, hágalo inmediatamente después de la reunión haciendo referencia a los aspectos más destacables de la misma.

Correspondencia.

Envíe una carta o fax de agradecimiento a su regreso a España reiterando su ofrecimiento de suministrar todo tipo de información adicional o muestras de sus productos. No olvide que las decisiones llevarán su tiempo. También causará un buen efecto el envío de felicitaciones por el Año Nuevo o el envío de tarjetas de saludo durante la segunda semana de agosto.

Si tras estas acciones, recibe posteriores demandas de información o de envío de muestras adicionales, etc. debe valorar estos hechos positivamente. Es un signo de que su producto y su empresa han logrado interesarles. A partir de ahora tenga paciencia y siga el curso de las negociaciones posteriores.