



CBI  
Ministry of Foreign Affairs of the Netherlands

# Caja Negra del Comprador del CBI<sup>1</sup>: Electrónica e Ingeniería Eléctrica



## Acerca de estos documentos

La Caja Negra del Comprador del CBI ofrece a los exportadores y a las organizaciones de apoyo empresarial de los países en vías de desarrollo una visión clara y actualizada de la opinión de los compradores europeos cuando se están abasteciendo de los proveedores en los países en vías de desarrollo. La Caja Negra del Comprador ofrece un análisis e interpretación de las expectativas que los compradores tienen de los exportadores en el sector de la Electrónica y la Ingeniería Eléctrica en el escenario de las tendencias generales del mercado. El propósito es ofrecer a los exportadores de los países en vías de desarrollo una comprensión sobre cómo piensan, actúan y en qué se enfocan los compradores, además de destacar las oportunidades y consideraciones prácticas para la acción. Los temas han sido divididos en cuatro “secciones de cerebro”: mercado, canal, dinero y comunicación.

## Introducción al sector

*La industria de Servicios de Producción Electrónica casi ha dejado de crecer debido a un exceso de capacidad en la mayoría de los mercados desarrollados. La mezcla de sectores de volumen bajo/alto de la Automoción, Médico, Control e Instrumentación, Industria y Telecomunicaciones (AMCIT, por sus siglas en inglés) podría mostrar algún crecimiento en Europa Occidental, pero la incertidumbre en la Eurozona podría también disminuir este segmento. La producción voluminosa se está moviendo lenta y gradualmente hacia los destinos de bajo costos, incluyendo los países en vías de desarrollo; estos mercados ofrecen el mayor potencial a largo plazo.*

*Con la industria requiriendo productos que sean durables, más livianos, más económicos y mejores que los que reemplacen, los compradores de las empresas europeas que fabrican componentes electrónicos, mientras mantienen el diseño, desarrollo y el equipo de ventas en Europa, están buscando cada vez más subcontratar producción a las empresas en los países de bajo costo que ofrecen costos de producción menores. Esta tendencia representa una mayor oportunidad para los exportadores de países en vías de desarrollo, especialmente a aquellos que reconocen que en la actual era de la competencia, las empresas de fabricación de productos electrónicos y eléctricos están bajo constante presión para desarrollar nuevos e innovadores productos en ciclos de tiempo más cortos, a precios reducidos y con una calidad mejorada.*

<sup>1</sup> Caja Negra del Comprador está referido a los estudios “Buyer’s Black Box” desarrollados por el CBI

## 1. Inteligencia del Mercado

*Esta sección aborda los factores externos del mercado, tanto la macro como microeconómicos, que influyen sobre las opciones de negocio y las preferencias de los compradores europeos de este sector. Normalmente los factores del mercado están más allá de la influencia tanto de los proveedores como de los compradores. La columna a mano derecha presenta las oportunidades y las consideraciones prácticas para los exportadores en relación a las tendencias, desarrollo y pronósticos están presentados a la izquierda.*

### **La mayoría de los compradores conocen su mercado y las prácticas comerciales**

Muchas empresas europeas, experimentadas en importación de mercadería desde los países en vías de desarrollo están conscientes de los peligros habituales. Están familiarizados con las prácticas comerciales normales empleadas en los países proveedores, incluyendo los procedimientos de pago y los términos de crédito; además, han evaluado usualmente sus posibilidades en el cumplimiento de sus derechos legales en las cortes locales en caso de una disputa. Probablemente, la mayoría habrá investigado el tema de los impuestos de importación. Dada la cultura de negocios europea, usted puede esperar que aquellos que son nuevos en esto accedan a esta clase de información antes de empezar a importar de manera seria.

### **Los compradores tienden a evitar los países con una imagen negativa**

En su búsqueda de precios menores, los compradores no irán a ninguna parte en el mundo. Por ejemplo, tenderán a evitar los países en vías de desarrollo con una imagen pobre que resulta de la inestabilidad política, o de desastres naturales. En su lugar, preferirán países con una buena reputación, tasas de cambio estables, acuerdos de libre comercio y opciones de viajes que sean fáciles, rápidas y seguras. Las percepciones del comprador de un país o región muy a menudo son muy parciales como resultado de la cobertura negativa de los medios. En tales casos, algunos compradores pueden ser persuadidos por los exportadores que ofrecen información positiva balanceada e invitan a visitar el país en cuestión.

### **Algunos compradores evitarán los países conocidos por la falsificación**

El comprador de hoy en día en Europa está bien consciente de los riesgos de comprar productos falsificados de los países en vías de desarrollo y harán todo lo que puedan para evitarlo. La amenaza de las prácticas de falsificación y la fuga de filtración IP para los negocios entre los países en vías de desarrollo y Europa ha tenido mucha cobertura de prensa. Las aplicaciones críticas de la misión que se basan en la electrónica pueden estar seriamente comprometidas como resultado de los productos falsificados y/o subestándares que entran en los procesos de producción del consumidor. Desde los productos militares hasta los comerciales, los materiales falsificados pueden causar serios daños económicos a los clientes y amenazar las vidas de las personas que dependen de ellos.

### **Consideraciones para la acción**

- Muchos de sus potenciales compradores probablemente sean más experimentados en la importación/exportación comercial que usted.
- Incluso aquellos menos experimentados estarán bien informados y demandarán un conjunto de opciones.
- Esto significa que para ganar credibilidad, usted debe estar preparado para investigar y comprender rápidamente las opciones comerciales que ofrecen ellos.
- Los compradores son tan sensibles a la reputación positiva de un país como lo son a la negativa. Si su país o región es estable y segura, comercialice este aspecto positivamente.
- Enfatique su ansiedad para darle la bienvenida y hospedar a visitantes internacionales de una manera profesional, por ejemplo, garantizando conexiones rápidas, cómodas y fiables con los puertos (aire) locales.
- Impulse una marca positiva del país a través de las asociaciones filiales y agencias del gobierno.
- Las prácticas de falsificación son una amenaza al negocio, pero distanciando claramente su empresa de ellas y de aquellas involucradas en ello, usted puede llamar la atención positivamente.
- Agregue declaraciones de ayuda a las medidas contra la falsificación a su material de marketing (incluyendo su sitio Web). Esto le dará a los compradores europeos más confianza de la integridad de su empresa.

***Las políticas del comprador sobre la RSE y los RRHH éticos están siendo cada vez más difíciles***

Más allá de la mera calidad, los consumidores europeos cada vez más quieren certeza de que los productos que compran han sido fabricados con respecto a los derechos humanos, condiciones laborales y el medioambiente; es decir, aplicando criterios de Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Esto resulta de normas y estándares más estrictos, tanto legales como los impulsados por el mercado. Ya que las cadenas de suministros se han expandido para incluir a los países en vías de desarrollo, esta tendencia se ha vuelto más enfocada. A menudo, mientras más grande la empresa, existen más probabilidades de imponer exigencias a sus proveedores sobre una política de RSE. Por otro lado, no pasarán necesariamente por alto a los exportadores de países en vías de desarrollo que carezcan de una política de RSE establecida, pero muestren un buen potencial de negocios. En estos casos, la firma europea podría ayudar a al proveedor a desarrollar una política que refleje sus propias directrices. Sin embargo, generalmente hablando, en la mente de los compradores europeos de hoy los derechos humanos, los derechos laborales y la erradicación del trabajo infantil casi siempre superarán al costo más bajo. Las empresas europeas que importan desde los países en vías de desarrollo sin importar estos temas corren el riesgo de ser expuestos y sufrir la pérdida de su buena reputación. Algunas empresas más pequeñas de la UE aún no cuentan con RSE como prioridad en sus agendas, pero incluso ellas están bajo presión para cambiar.

***Las soluciones inalámbricas están de moda, pero muchos ingenieros continúan prefiriendo los cables rígidos***

La tendencia de lo inalámbrico se ha vuelto atractivo para las industrias de procesos para la instrumentación que es generalmente utilizada por las aplicaciones de velocidades menores y telemetría. Muchos negocios europeos también compran soluciones inalámbricas para el uso en plantas donde el cableado posee dificultades. Sin embargo, muchas firmas europeas siguen luchando con el hecho de que los distintos protocolos de comunicación, esencialmente los códigos digitales utilizados para transmitir datos entre los sistemas del computador, estén en desacuerdo unos con otros. Existen numerosos protocolos que enviarán datos entre todas las clases de equipos industriales, desde Interfaces Humano-Máquina (HMIs, por sus siglas en inglés) hasta los Controladores Lógicos Programables (PLCs, por sus siglas en inglés) hasta los sensores y la robótica, pero donde el dato es recibido y comprendido es otra pregunta. Algunas veces las soluciones inalámbricas también están asociadas con las preocupaciones de seguridad. Como resultado, muchos ingenieros de diseño europeos continúan prefiriendo la fiabilidad y previsibilidad de los cables rígidos.

***La globalización significa que los europeos están localizando cada vez más su producción***

Los empresarios europeos importan una gran parte de

- Mientras no sea un requerimiento rígido, la RSE y las políticas de RRHH tomarán un lugar más central en el futuro; le ofrecen una oportunidad para distinguirse como un exportador.
  - Reconozca que una empresa fundamental de amplia comprensión de la RSE se está volviendo esencial los negocios europeos.
  - Descubra qué proyección esperan los compradores de usted en términos de RSE y política de RRHH.
  - Revise el Código de Conducta EICC o implemente una alternativa relevante.
  - Incluya sus actividades en esta área en su literatura y en su sitio Web.
- 
- Las complejidades y los desafíos de las soluciones inalámbricas significan que existen todavía mercados óptimos en Europa para los productos menos sofisticados. En otras palabras, esta tendencia representa una oportunidad para los fabricantes de países en vías de desarrollo de productos que ofrecen alternativas y ventajas de costo para la tecnología inalámbrica.
  - Si usted fabrica productos en el campo de la tecnología inalámbrica, tome en cuenta que se espera que las comunicaciones Máquina a Máquina (M2M, por sus siglas en inglés) crezcan a un ritmo anual de más del 54% debido a la demanda creciente de conectividad inalámbrica conveniente.
- 
- Las interrupciones de suministro y los llamados para la reducción de la huella de carbono están creando oportunidades inesperadas para las exportaciones

sus necesidades de componentes electrónicos, mientras que al mismo tiempo se exporta componentes a los sitios de producción de equipos electrónicos alrededor del mundo. Los fabricantes de equipos originales tienden a establecer sitios de producción donde están los mercados, también están ansiosos de reducir la huella de carbono mediante la reducción de necesidad de transporte (aérea y marítima). Otra razón son los desastres recientes, tales como el terremoto en Japón el año 2012, las nubes de ceniza en Islandia en 2010 y particularmente las inundaciones en Tailandia en 2011, eventos que interrumpieron severamente los suministros a Europa. El transporte por tierra desde las regiones centrales y orientales de Europa se ha vuelto, por lo tanto, una opción menos atractiva. Para los compradores de Europa Occidental, las empresas de estos países representan una buena alternativa para los fabricantes de los países en vías de desarrollo.

de países en vías de desarrollo. Por ejemplo, contactar marcas europeas que operan en el mercado local podría llevar a acuerdos interesantes de suministro local. Este rol local, a su vez, podría eventualmente resultar en nuevas oportunidades de negocio para exportar a Europa.

## 2. Inteligencia del Canal

*Esta sección provee perspectivas en temas claves que afectan a toda la cadena de suministro de este sector: los requerimientos del producto, procesos y el criterio aplicado por los compradores en el abastecimiento y comercialización. Estos temas son analizados e interpretados por orden de importancia y convertidos en oportunidades y consideraciones prácticas para los exportadores en la columna derecha.*

### **OTIF (a Tiempo y Completo) es una palabra clave para los compradores de componentes electrónicos**

Dentro del sector de fabricación de componentes electrónicos existen principalmente dos industrias autónomas. Una es la producción de semiconductores (o microchips) y la otra es para los componentes pasivos. Los compradores quieren productos que sean proveídos en la cantidad correcta y en el tiempo preciso, en la mejor condición posible y de manera más efectiva en costos; es decir, a Tiempo y Completo (OTIF). OTIF está afectada por las fluctuaciones de la demanda, limitaciones de la fabricación y proveedor, y la coordinación logística. Otros factores que influyen a los compradores en términos de OTIF podría ser la eficiencia laboral, las condiciones de mano de obra e inclusive las condiciones climáticas.

El portafolio de productos electrónicos es amplio y contiene un número de categorías distintas. Cada categoría requiere de una estrategia de planificación de la cadena de valor distinta a la del comprador. Los componentes requeridos para los productos basados en el consumidor deben abordar las variaciones de la demanda inducidas por el consumidor. Los compradores en este mercado quieren proveedores que puedan adoptar una técnica de pronóstico colaborado y un sistema ágil de pedido de material.

### **Los componentes pasivos están siendo comprados cada vez más de los distribuidores**

La distribución de componentes es un negocio creciente alrededor del mundo. Los fabricantes de componentes ya no pueden proporcionar grandes y costosos departamentos de ventas que negocian con un gran número de clientes y los usuarios de componentes, por

### **Consideraciones para la acción**

- Si usted está suministrando componentes, utilice productos basados en el consumidor, asegúrese de abordar las variaciones de la demanda inducida por el consumidor. Adoptar una técnica provisionada colaborada y un sistema ágil de pedido de material atraerá definitivamente a los compradores.
- Identifique a los principales distribuidores europeos que podrían estar buscando proveedores alternativos capaces de ofrecer ventajas de precio y quizá su propia marca para competir contra las fuentes actuales.
- En el segmento de componentes pasivos, existen oportunidades para los exportadores de países en vías de desarrollo para proveer no solamente a los fabricantes europeos, sino también al creciente número de distribuidores.

su parte, necesitan cada vez más servicios de logísticas adicionales, requerimiento que los fabricantes no pueden cubrir. Los distribuidores de componentes se están apoderando de los problemas de logísticas complejos y están proporcionando servicios de apoyo local (logística y a menudo también técnicos) a sus clientes, agregando valor en esta manera a sus márgenes comerciales convencionales. En Europa alrededor del 30% de todas las ventas de componentes pasivos actualmente transitan a través de las empresas distribuidoras y esta participación continuará creciendo como lo ha estado haciendo los últimos años.

**Los compradores esperan un AC profesional de los proveedores**  
La fiabilidad del producto es de importancia crítica en el mercado de la electrónica e ingeniería eléctrica. Los compradores tienen confianza plena de que sus proveedores le entregarán exactamente lo que pidieron, por lo que el producto puede ser puesto directamente a servicio.

La mayoría de los compradores esperarán que los proveedores cuenten con un equipo de Aseguramiento de Calidad (AC) local que descarte rigurosamente el material que no se ajusta a las normas pertinentes (cliente), independiente de la presión de administración o de la necesidad de la empresa por facturar.

**Los compradores necesitan asegurarse de la seguridad del suministro**

Los compradores europeos del mercado de electrónica e ingeniería eléctrica considerarán una habilidad de los proveedores seleccionados garantizar la seguridad del suministro como un ingrediente esencial. La seguridad del suministro es incluso más importante en este sector que en muchos otros. Muchos componentes en la industria electrónica son productos intensivos con tiempo de espera con estructuras de renta variables, lo que significa que la cadena de suministro, y más particularmente la disponibilidad de mercaderías terminadas, son muy dependientes de la planificación avanzada. El uso de mecanizados complejos en ciertas áreas del producto amplifica los riesgos en el suministro, ya que los proveedores alternativos podrían no estar equipados fácilmente para proveer un suministro del producto rápidamente si surgen problemas.

**Los compradores esperan una planificación de recursos competentes**

Los clientes europeos requieren ciertamente que usted siempre tenga suficientes recursos para cumplir con los pedidos completamente desde la confirmación y producción del diseño hasta la inspección y despacho del producto.

La presión del precio y las limitaciones organizacionales que usted enfrente podrían hacer la planificación del recurso y la programación compleja. Las cuatro actividades de planificación de recursos son críticas para las exportaciones: Pronósticos de ventas; Habilidades de las personas; Capacidad de planificación; Subcontratación de tareas.

Mundialmente, la tendencia es desarrollar un acercamiento colaborativo para reducir tiempos en el

- Es vital contar con un fuerte equipo de Aseguramiento de Calidad dentro de su empresa para mantener su reputación como un proveedor confiable.
- Usted debe ser capaz de confiar en su equipo de Aseguramiento de Calidad para rechazar los productos que no alcanzan las especificaciones del cliente. El rol del Aseguramiento de Calidad es proteger a los clientes y, a largo plazo, las relaciones con ellos.
- La necesidad para la seguridad de suministrar tanto un desafío como una oportunidad para los exportadores de los países en vías de desarrollo. La habilidad para garantizar suministros seguros le dará una gran ventaja sobre su competencia.
- Para garantizar la seguridad de suministro, usted necesita implementar una planificación efectiva de recursos. Es una manera vital de demostrar a los compradores que usted comprende cómo responder a sus intereses de una relación a largo plazo.
- La Planificación de Recursos a corto plazo es vital para las exportaciones.
- Su Gerente de Producción, Proyecto o Planificación debe desarrollar mejoras continuas del proceso para controlar las cuatro actividades fundamentales de planificación de recursos.



ciclo de planificación, mejorar la confiabilidad del pronóstico y obtener compromisos de productos de parte de los proveedores y fabricantes por contrato.

***Los compradores mantienen a los proveedores responsables del cumplimiento técnico***

Los compradores en Europa mantendrán a sus proveedores como completamente responsables del cumplimiento técnico. Esto también incluye el cumplimiento técnico de cualquier subcontratista que el proveedor podría contratar. Los compradores asumirán que todos los materiales utilizados cumplen sus especificaciones y rechazarán cualquier desviación, al menos que se acuerde otra cosa. Los requerimientos del comprador con respecto a las fuentes de materia prima pueden ser muy estrictos.

***Los compradores esperan un cumplimiento completo de los requerimientos legales (y el mercado)***

En la visión de los compradores europeos, los exportadores de países en vías de desarrollo que no cumplan con el reglamento de la UE, así como muchos requerimientos del mercado de la UE, no son una opción de abastecimiento. El cumplimiento es pre condicional para hacer negocios. De hecho, la mayoría de los compradores estaría de acuerdo que todos los productos, materiales y procesos relacionados con las normas ISO (la ISO 9001 e ISO 14001 sobre sistemas de gestión de calidad y medioambiente), UL (norma de seguridad mundial) y VDE (norma europea con varias variaciones), son los requerimientos mínimos. Esperarán que los proveedores tengan ya sea estas certificaciones o estén en el proceso de obtenerlas. El marcado CE y las regulaciones establecidas en la Restricción de Sustancias Peligrosas también son tomados en cuenta. Algunos compradores también requieren de certificaciones ambientales adicionales.

- Tomar la responsabilidad de garantizar un cumplimiento técnico completo es una necesidad. Para cumplir este requerimiento usted debe desempeñar controles continuos en los procesos tanto local como con los sub-contratistas e informar a sus clientes sobre estos esfuerzos.
- En caso de incluso la desviación más leve de las especificaciones, contacte a su comprador.

- Cumplir con los requerimientos legales (y muchos no-legales) no es un punto de venta, pero sí una necesidad básica para los exportadores en este sector.
- Trate de obtener rápidamente la ISO 9001 y planifique la ISO 14001 también.
- Revise si sus productos están sujetos al marcado CE. Mientras las normas no sean obligatorias para muchas mercancías en la industria, el marcado CE es un requerimiento legal para algunos equipos, por ejemplo la mayoría de los tipos de dispositivos de electrónica de consumo, teléfonos, computadoras y dispositivos médicos.
- Manténgase en contacto con su mercado para los posibles requerimientos no legales.
- Tenga como objetivo el cumplimiento mundial.

### 3. Inteligencia del Dinero

*Esta sección trata de los requerimientos financieros y de las consideraciones que probablemente usted encuentra cuando hace negocios con compradores europeos en su sector. Temas como la fijación de precios y los costos promocionales y logísticos son vistos desde la perspectiva del comprador e interpretados para usted como exportador.*

***Los compradores europeos expresan el precio en términos de costos de entrega***

El precio es un factor clave en cada decisión de compra y para los compradores europeos. Generalmente el precio es el equivalente del costo de entrega de las mercancías (es decir, los costos de la unidad más el flete y impuestos incurridos). Conociendo que muchas empresas de países en vías de desarrollo tiene ideas erróneas sobre el costo completo de la exportación, los compradores tienden a desconfiar de los costos de esta unidad, temiendo descubrir más tarde que el exportar ha recuperado sus precios de venta mediante el aumento de los gastos de transporte. Esto explica sus preferencias por el precio de costo de entrega. También tomarán en cuenta los posibles impuestos de importación como parte del

***Consideraciones para la acción***

- Para garantizar la igualdad de condiciones entre usted y su cliente, comprenda sus costos de producción en cada paso del proceso. Esto le permitirá distinguir las buenas oportunidades de las malas.
- Comprenda los costos involucrados en la exportación y sea transparente sobre ellos con los compradores.
- Asegúrese de que sus términos comerciales sean reales.
- Si usted está experimentado presiones de precio por su cuenta, recuerde que usted también es un comprador y, por lo tanto, debe examinar sus propias actividades de compra y trabajar duro para reducir los costos.

precio general. Es por esto que los compradores están atraídos por los países que operan bajo el Acuerdo de Libre Comercio. Siendo el costo de pedir prestado dinero a nivel mundial se ha vuelto muy impredecible, los compradores también serán muy calculadores con los términos comerciales del proveedor que podría incluir el pedido de un depósito alto con la demanda de compra.

#### ***Muchos compradores arreglan por ellos mismos el flete y la logística***

Muchos importadores experimentados en Europa querrán medir los precios del producto de los proveedores separadamente antes de considerar los costos de flete. Su táctica es a menudo pedir precios de "Libre a Bordo" (FOB). Este es el precio que un proveedor asume por despachar las mercaderías para exportar; es decir entrega al almacén del transportista nombrado por el cliente en el país de origen y conforme al puerto del despacho. Una vez que el pedido ha sido colocado, muchos compradores europeos podrían optar por utilizar su propio flete y su logística si esto ahorrará dinero.

#### ***Los compradores de metales exóticos tienen que negociar con los diferentes precios***

La industria de la electrónica utiliza un número de metales exóticos en la producción de los condensadores y semiconductores. Los precios de estos metales pueden variar de acuerdo a la demanda la disponibilidad.

Los precios de estos metales son a menudo establecidos a largo plazo entre los proveedores y procesadores. Que pueden crear una inestabilidad de precios. Aunque el control de estos precios será una preocupación seria para los compradores, también lo hará la eventual falta de entrega de los productos, si los suministros de materia prima no son administrados correctamente.

#### ***Para disfrutar de los suministros sin complicaciones, los compradores quieren transportistas competentes***

Los compradores quieren suministros sin complicaciones y la logística desempeña una parte importante de esto. Un comprador que no ha hecho sus propios arreglos en esta área querrá trabajar con un proveedor que esté asociado a un transportista competente que ofrezca empaquetado profesional y servicios de logística.

#### ***Los compradores esperan un empaquetado profesional y aseguramientos***

Los compradores europeos esperan un empaquetado profesional, si esto es hecho por el proveedor o el transportista. Ellos quieren mercaderías empaquetadas para cumplir con el empaquetado pertinente, etiquetado, documentación y los requerimientos de aseguramiento para el envío al extranjero.

Además, esperan que los suministros estén asegurados contra daños, pérdida, robos y retraso para llegar en buenas condiciones. Las mercaderías sin empaquetar que sufren daños durante el transporte y los envíos demasiado empaquetados que causan altos costos de

- Familiarícese con los incoterms y trate de distinguirse de los otros exportadores siendo suficientemente flexible para adaptarse al método de exportación preferido del comprador, así demostrará su profesionalismo y hará más fácil para los compradores hacer negocios con usted. Por ejemplo, si un comprador desea hacer sus propios arreglos de flete y logística, dele su completa cooperación.

- Para consejos de incoterms, explore sitios como este: <http://exportlogisticsguide.com/new-incoterms-take-effect-january-1st-2011/>

- Si usted está involucrado en la compra de metales exóticos, asegúrese de que su empresa tenga una estrategia sólida de compra y un plan de programación.

- Un transportista profesional es de mayor valor para la mayoría de los compradores y seleccionar el suyo con cuidado puede ser un medio importante de distinguir su empresa de los competidores.

- Impresione a sus clientes preguntándoles sobre sus transportistas para ayudarles a preparar cotizaciones de precio, aconsejando sobre costos de flete, derechos portuarios, derechos consulares, costos de documentación especial, costos de aseguramiento y tarifas de manipulación.

- Cumplir con los requerimientos del empaquetado, etiquetado, documentación y seguros para el envío al exterior impresionará a sus compradores.

- Usted podría beneficiarse de consultar a su transportista sobre métodos de empaquetado recomendado o empaquetado organizado, o paletizado en el puerto. Su transportista también puede reservar espacio en un buque, aeronave, tren o camión.

- Asegúrese de que su mercadería está:
  - Empaquetada correctamente para que llegue en

eliminación de residuos son molestias importantes.

#### **Los criterios de compras están cambiando**

La evolución futura de los acuerdos de subcontratación en las cadenas de suministro de producción de la electrónica requiere de nuevas directrices de decisión de compra. Los criterios utilizados por los compradores en la subcontratación convencional, incluyendo los costos de administración calidad y eficiencia de activos, han sido argumentados o incluso reemplazados por nuevos: agilidad, flexibilidad, velocidad para comercializar, tasa de adopción del mercado y facilidad de uso. Compartiendo el funcionamiento contra estas reglas, los socios son incentivados a adoptar comportamientos que benefician a todos en conjunto e individualmente.

buenas condiciones;

- Que no esté empaquetada en exceso ya que sobrecarga a su comprador con costos altos de eliminación de residuos;
- Etiquetada correctamente para la manipulación adecuada y la llegada a tiempo al lugar exacto;
- Documentada en acuerdo con los requerimientos de la UE, así como también las normas adecuadas de recolección;
- Asegurada contra daños, pérdida, robo y retraso.

- Como exportador de países en vías de desarrollo, usted debe ser consciente de todas las medidas que los compradores utilizan para evaluar a sus proveedores de productos subcontratados (además del precio) y del hecho de que estos criterios están cambiando.
- Utilice el tiempo de comunicación con su cliente para identificar sus métricas específicas y para trabajar con él de manera transparente para que todos se beneficien de esta filosofía.

## **4. Inteligencia de la Comunicación**

*Toda esta sección se trata del “factor humano” en los negocios. Destaca el comportamiento de la comunicación de los compradores europeos que se abastecen en los países en vías de desarrollo, ofreciendo perspectivas en sus expectativas y sugerencias prácticas, entre ellas, cómo cumplir las expectativas como exportador.*

#### **Los compradores ven la confianza como fundamental para hacer negocios**

La mayoría de los compradores estarían de acuerdo que la confianza es el elemento clave en una relación de negocios y que la falta de confianza crea más problema que ningún otro tema de comunicación. La confianza incluye cualidades como la honestidad, transparencia, comunicación efectiva y proactiva y la habilidad de mantener las promesas. Los compradores están conscientes de que la confianza se construye con el tiempo y que ellos solamente pueden medir la confiabilidad del proveedor a través de las experiencias ganadas durante la relación comercial.

Los temas abordados en el resto de esta sección siguen de la siguiente manera.

#### **Los compradores evitarán a los proveedores cuyo inglés sea pobre**

Por su puesto, un idioma común ayuda a facilitar el camino en términos de comunicación. La mayoría de los compradores europeos evitarán hacer negocios con una empresa cuyo personal no hablan suficientemente bien el inglés para comunicarse fácil y rápidamente. En su visión, un buen dominio del inglés es un prerrequisito para hacer negocios en Europa.

#### **Consideraciones para la acción**

- Mientras sus proveedores sientan más confianza en usted, más cosas agradables sucederán entre usted y ellos.
- Como un exportador, desarrollar una cultura de negocios, honestidad y transparencia a lo largo de toda su empresa lo situará en buena posición con los compradores. Generará más negocios y también ahorrará costos.
- Asustará a los compradores potenciales de la EU si usted no tiene un elemento de exportación con un miembro del personal que hable bien y claramente inglés.
- Además, asegúrese de que las llamadas entrantes del extranjero sean inmediatamente contestadas por alguien de confianza que domina el inglés.
- Si usted cuenta con miembros del equipo claves que hablan fluidamente un idioma particular europeo como el alemán, francés o español, considere



***Para los compradores, las malas noticias son mejores que no tener noticias en lo absoluto***

El pecado más grande a los ojos del comprador es que el exportador retenga las malas noticias con respecto a la entrega prolongada u otros problemas. Si el comprador está consciente de algún problema a tiempo, si bien a él no le gustará, al menos el podrá lidiar con ello (ayudar al proveedor). Las noticias tardías, o ninguna noticia en lo absoluto, es una pesadilla para el comprador. Si él tiene que perseguir al proveedor, ese proveedor ha fallado en su obligación de proveer comunicación proactiva.

***Los compradores esperan que los proveedores inicien visitas cara a cara***

Los compradores europeos agregan mucho valor al contacto cara a cara con los proveedores y esperan que los proveedores inicien tales contactos. Ellos utilizarán estas reuniones para sellar la relación, compartir información vital sobre sus necesidades y desarrollo de una plataforma para el crecimiento. Usualmente, apreciarán igualmente ser visitados por un potencial proveedor.

***En el negocio europeo, todo se trata sobre el profesionalismo***

Últimamente, los compradores europeos están buscando proveedores que sean profesionales, siendo el profesionalismo la suma de todos los aspectos abordados en la Inteligencia de la Comunicación. Para los europeos, los profesionalismos incluyen mantener las promesas, la puntualidad, la comunicación proactiva y la coherencia en la conversación. Los exportadores que demuestren esta clase de profesionalismo tienen una buena probabilidad de ser nombrados proveedores estratégicos por sus compradores. Y una vez que el comprador haya tomado esta decisión, no cambiará fácilmente a otros proveedores, incluso por costos menores.

***Las exposiciones comerciales son un importante punto de encuentro para los compradores***

A los compradores serios les gusta asistir a las principales ferias comerciales para exhibir sus negocios propios, visitar clientes y prospectos para mantenerse en contacto con los desarrollos del mercado y para explorar nuevas oportunidades. Ellos tienden a ver la asistencia a ferias comerciales como una señal de seriedad y profesionalismo. Los proveedores que no aparecen o asisten a ferias comerciales un año y se ausentan el siguiente, tenderán a no ser considerados seriamente por los compradores.

apuntar hacia esos mercados.

- Si usted comunica y conduce negocios con sus compradores utilizando disciplinas practicadas en Europa, ganará rápidamente su confianza.
- Por ejemplo, siempre acuse de recibo de consultas y pedidos con prontitud, por ejemplo, dentro de un día o dos.
- Si usted no tiene noticias para dar al cliente para el tiempo en que la noticia fue prometida, hágale saber, solo oírlo a usted lo tranquilizará. Y si usted tiene malas noticias, es importante hacerlas saber tan pronto como sea pueda.
- No haga todo por correo electrónico, use regularmente el teléfono para fortalecer la relación.
- Sea consciente de las diferencias horarias.
- Sea consciente de las llamadas de conferencias.
- Las reuniones cara a cara con los potenciales grandes compradores o los clientes existentes son una manera importante de desarrollar negocios. Considere programarlos sobre una base regular, por ejemplo, cada doce meses.
- Recuerde que, como proveedor, usted es el que debe dirigir la relación.
- Asista a las ferias comerciales de electrónica para reunirse con sus clientes en Europa.
- El profesionalismo sólido y en general solidificará definitivamente su posición como un exportador.
- Asegúrese de que su profesionalismo incluya su presentación de administración (un aspecto muy apreciado por los compradores de la UE): las funciones administrativas deben estar desempeñadas y ejecutadas a un nivel alto para evitar papeleo innecesario que podría ser acumulado en la forma de notas de crédito y derivar en un pago lento.
- Averigüe qué ferias comerciales en Europa son relevantes para su producto y aumente la visibilidad de su empresa asistiendo a ellas.
- Haga citas para reunirse con los potenciales clientes potenciales allí.
- Trate de ser consistente en asistir a las ferias comerciales más relevantes ya que simplemente estar allí podría fortalecer su reputación.

***Los compradores de la UE no tienen tiempo para las líneas de comunicación defectuosas***

Los compradores europeos están acostumbrados a las líneas de comunicación que siempre trabajan. Una infraestructura de comunicación inefectiva o inconsistente, con líneas telefónicas y conexiones a internet regularmente colisionadas, o personas claves constantemente fuera de alcance, les causará mucha frustración y podría llevarlos a buscar proveedores que sean más fáciles de comunicarse con ellos. Como europeos, ellos están acostumbrados a las conexiones rápidas que nunca o rara vez fallan.

- Para evitar los riesgos de perder negocios debido a las conexiones pobres, haga todo lo que pueda para asegurar que sus líneas telefónicas y conexión a internet sean fiables. Informe a sus compradores si usted está teniendo problemas en esta área y dígales cuánto tiempo es probable que dure.
- Si usted puede garantizar conexiones fiables, comercialice este hecho positivamente para tranquilizar a los compradores.
- Esté disponible en Skype o videoconferencia.

Este perfil fue compilado para el CBI por Malcolm Sheryn (experto del sector del CBI) y Stephen Teeuwen (redactor)

Renuncia de las herramientas de información de mercado del CBI:

<http://www.cbi.eu/disclaimer>