

ENTREVISTA **SR. ESTEVE SOLANES** PRESIDENTE DE LA OFICINA COMERCIAL CHINO-ESPAÑOLA

“No es el momento de ir a China a producir, sino a establecer alianzas”

El gigante chino está cambiando. Su política empresarial enfatiza el valor de la calidad de sus productos para así ocupar su justa posición en el mundo. Para llevar a cabo este cambio, la Oficina Comercial Chino-Española crea alianzas estratégicas para que España ocupe un lugar fundamental en el creciente mercado chino. Conocemos también el concepto Rubber Valley, un conjunto de empresas que reflejan este cambio de mentalidad.

Para comenzar, definamos el concepto de Rubber Valley en España.

El concepto de Rubber Valley en España deriva de dos aspectos: de nuestra colaboración desde hace 25 años con fabricantes chinos y de las relaciones de la Oficina Comercial Chino-Española con Rubber Valley China. Estas dos características unidas hacen que se confíe en nosotros para dirigir un proyecto internacional para satisfacer todas las necesidades del sector de caucho industrial. Después de más de 4 generaciones dedicados al sector de caucho, recogemos los frutos de un largo labor en China para establecer acuerdos de larga duración basados en la confianza mutua, la estabilidad y la profesionalidad.

¿Cuáles son los factores que determinan su ubicación en Barcelona?

Se opta por Barcelona al ser una ciudad con una ubicación geográfica inmejorable para la distribución de los fabricados chinos por toda Europa así como los diversos países de la Conca Mediterránea. Durante el desarrollo del proyecto se ampliará el modelo para incluir otras 56 compañías en Europa, África del Norte y América del Sur. El proyecto implica una inversión superior a los 10 millones de euros solo en su primera fase, naves industriales para almacenamiento. El capital social, financiación y producción ilimitada

“Desde diferentes organismos chinos de primer orden, nos comunican sus intereses y nosotros actuamos buscando el partner más adecuado”

harán que el modo de trabajar con fabricados chinos cambie para siempre siendo de valor añadido que esta iniciativa creará muchos puestos de trabajo en España.

¿Qué papel juega la Oficina Comercial Chino-Española (OCHE) en este proyecto?

La Oficina Comercial Chino-Española es el resultado del labor llevado a cabo en China y la confianza depositada en ella por parte de Instituciones de primer nivel de China tales como la CCPIT, la ACFIC y la WFCMS para nombrar solo unas pocas. La Oficina Comercial Chino Española es la organización no institucional en la que China confía desde hace años para la investigación y análisis de inversiones desde y para toda Europa. Desde diferentes or-



Ortogamiento de la Oficina Comercial Chino Española

ganismos chinos de primer orden, nos comunican sus intereses y nosotros actuamos buscando el partner más adecuado, siempre participando de forma activa en cada fase del proyecto. La misión de nuestra oficina comercial es potenciar la colaboración entre los dos países a varios niveles: estimulando el comercio internacional y el movimiento de mercancías en ambos sentidos. También facilitando los procesos de inversión, ya sean alianzas y join-ventures en China o adquisiciones de bienes y negocios en España. La búsqueda de oportunidades de negocio para el futuro en el que ambos países tengan ventajas estratégicas es otra de las claves de la misión de la OCHE.

¿Qué servicios pone a disposición de los miembros la Oficina Comercial Chino-Española?

La OCHE pone a disposición de los interesados varios servicios como la elaboración de informes para empresas que desean importar desde China con garantías, la identificación de los mejores partners a través de las Cámaras de Comercio o la organización completa de misiones comerciales hechas a medida para visitar fábricas con el fin de obtener acuerdos. También ofrece otros servicios adicionales como la traducción de textos y la interpretación en reuniones de negocios. El asesoramiento legal en procesos de inversiones o en normativas chinas y la infraestructura logística para facilitar procesos de exportación serían otros de los servicios fundamentales.

¿Por qué una empresa estatal decide hacer una inversión de este tipo?

Las compañías estatales chinas han confiado en Rubber Valley para crear una marca china sinónimo de calidad para combatir el hecho de que muchas marcas internacionales que producen en china y que posteriormente venden con márgenes de beneficio muy altos sigan comunicando, de forma indirecta, que el producto chino es de una calidad inferior, una imagen histórica del todo inmerecida. El objetivo chino es de mejorar la imagen de la producción china en el mundo

incorporando a sus productos factores como la estructura de distribución, marketing, venta e imagen que supongan un valor añadido para sus productos. Ahora no es el momento de ir a China a producir, sino a hacer alianzas. Los chinos han dicho basta a que las marcas europeas compren sus productos y pongan el nombre de su marca para venderla como un producto de fabricación propia.

¿Cómo afectará este giro estratégico a la imagen mundial de China?

Se creará un equilibrio entre China y Occidente al valorar la capacidad, la inteligencia, la innovación y el buen hacer de China. Se fabricarán productos de gran calidad a través de una marca que significa prestigio, calidad y buen servicio. Al cabo del tiempo esto dará lugar a que China lidere una gran parte del mercado mundial del caucho industrial pero con la diferencia fundamental de que lo hará en nombre propio, no en el de marcas europeas. Este es el factor clave.

¿Qué papel juega, en este sentido, Rubber Valley?

Lo que pretendemos, en un inicio, no es tanto que se conozcan las ventajas, que son muchas, de Rubber Valley sino que se identifique su logotipo con calidad. Un vez que el comprador haya asociado esta marca a la calidad, servicio y excelencia es cuando se entrará en la fase de la creación de 56 empresas en todo el mundo, todo dirigido desde Barcelona y desde China.

¿Qué otras líneas, al margen de Rubber Valley, se están desarrollando desde la OCHE?

Otros sectores de fuerza en España son los vinos y los aceites. Nuestro enfoque difiere en lo que otros hacen al elaborar un planteamiento personalizado según el tipo de producto y el nivel de mercado que se desea alcanzar. También trabajamos en el campo de la cosmética y la medicina tra-

CONECAMOS RUBBER VALLEY



Rubber Valley Internacional es el reflejo en cuanto a calidad, promoción y desarrollo del caucho industrial del centro mundial de caucho Rubber Valley ubicado en China. Este proyecto engloba a los mejores fabricantes del sector para la distribución de productos de caucho de alta calidad, garantizando las más altas exigencias técnicas en su desarrollo. Desde Rubber Valley se hará posible el cambio de mentalidad sobre los productos chinos creando una marca propia de calidad y prestigio a través de 56 empresas en todo el mundo.



Inicio Proyecto de Rubber Valley Internacional

“El objetivo de las empresas estatales es mejorar la imagen de la producción china en el mundo”

dicional china. Es un momento óptimo para, con el máximo rigor, ofrecer las virtudes milenarias de la medicina china y de su cosmética al occidente. Jamás ha habido un momento más propicio para introducir tratamientos y técnicas menos invasivos y de menor coste. A partir del mes de Septiembre, llevaremos a cabo una campaña en la que nos dirigiremos a 15.000 empresas de medicina, 250.000 del caucho y la Oficina Comercial Chino-Española se abrirá a todo el mundo.



Firma de Constitución de Rubber Valley International



OFICINA COMERCIAL CHINO ESPAÑOLA
info@ocche.es / www.ocche.es
Tel. 93.218.3925

