

# PLAN ASIA 2010



## Plan de actuación

**ANTECEDENTES.-** Tras tres años acudiendo a diversas exposiciones y eventos comerciales a China, con la vocación comercial de introducir productos alimentarios españoles en ese mercado, en este tiempo ALAMESA, ha podido poner en práctica diferentes estrategias comerciales con diferentes experiencias. Las primeras siempre negativas en cuanto a resultados pero enriquecedoras en cuanto a ampliación de conocimientos de mercado y de mercaderes, en el último año, bastante positivas.

Estas experiencias, junto a los resultados obtenidos en el último año (se han nombrado varios distribuidores) y los resultados económicos de los países del sudeste asiático, nos obligan a dar un salto importante, tanto cualitativo como cuantitativo, para realizar una apuesta decidida para avanzar con mayor rapidez en la conquista de estos mercados.

Estos años de experiencia nos permiten contar hoy en ASIA con dos oficinas propias en Guangzhou y Singapur y otras dos en régimen de colaboración en Shanghai y Hong Kong que actuaran como cabeza de puente en Asia para poder realizar seguimientos, visitas y comenzar la comercialización en pruebas hasta alcanzar acuerdos de distribución mas amplios por provincias, regiones o incluso países.

Los acuerdos ya cerrados con importadores y distribuidores nos permiten iniciar la comercialización a ritmo de introducción en algunos puntos de China y en Singapur, si bien ello implica un buen plan de promoción con dotación presupuestaria

**OBJETIVO.-** Con estos antecedentes nuestro OBJETIVO es INTRODUCIR vinos españoles en ASIA, iniciando la comercialización inmediatamente a través de acuerdos actuales con distribuidores locales apoyados por equipos comerciales de nuestra organización destinados en las oficinas del proyecto en Guangzhou (antiguo Cantón) y Singapur con el fin de alcanzar en 2010 al menos 10 distribuidores más de relativa importancia con representación en las principales provincias de China y los países del sureste asiático.

**ESTRATEGIAS.-** Utilizaremos cuatro ESTRATEGIAS principales.

1. Asistencia a las principales ferias de la zona (se adjunta anexo de ferias pre-contratadas)
2. Seguimiento desde las oficinas de China de los contactos y prospección de distribuidores en base a listas y publicaciones chinas.
3. Estrategia de vinos seleccionados por una celebridad enológica en países del Sudeste Asiático, creando la colección DeWine avalada por Jhon Chua Presidente de la Asociación de Sumilleres de Asia y formador de sumilleres en el sudeste asiático.

4. Relaciones y acuerdos internacionales alcanzados desde España, con presencia en Foros internacionales de Vino y publicación en medios chinos de informaciones de nuestro interés, también atendiendo posibles visitas de empresarios Chinos a España.

Cada País o Área, requiere diferentes actuaciones, por lo que en principio se establecerán dos responsables de proyecto que dirigirán las dos zonas principales CHINA (incluye Hong Kong) y SUDESTE ASIÁTICO que incluye Singapur, Indonesia, Malasia, Filipinas, Tailandia y Vietnam.

D. Ernesto Gallud se ocupará con D. Javier González (experto consultor en comercio internacional con experiencia en Asia) del área CHINA (1300 millones de habitantes)  
Dos oficinas de apoyo, en Shanghai "Abaco Wines" y en Guangzhou "Alamesa"  
Jimmy Lim (prestigioso periodista de vinos de origen indonesio y residente en España) será responsable de Sudeste Asiático (450 millones de habitantes) con el apoyo en destino de John Chua, el prestigioso catador, jurado internacional, prescriptor y líder de opinión en toda la zona, con todo su equipo de profesionales de la sumillería y la docencia en Asia.  
Desde las oficinas de DeWines en España y Singapur se iniciará la expansión en su zona.

El proyecto contempla la participación de un mínimo de 12 empresas (complementarias entre sí), con representación de hasta tres productos por empresa, esto en el caso de China

En Singapur, se trata de crear una colección o selección de aproximadamente 30 vinos adaptados al gusto de cada país, para ello se llevan realizando catas desde hace más de un año por distintos catadores y consensuado por sumilleres asiáticos que han visitado España durante este tiempo.

Para China los criterios de selección, serán por segmento de públicos objetivos y por cualidades comparativas entre las bodegas participantes, intentando no coincidir en tipos de vinos o zonas de producción.

Son prioritarios:

Vinos Tintos, Cavas, Rosados, Blancos amables, Dulces y Generosos

Segmentos prioritarios (3)

Menos de 2 euros, Entre 2 y 5 y más de 10 euros.

Tanto los vinos como la bodega deberán ser aceptados por el comité de selección de Alamesa.

Para Sudeste Asiático los criterios de selección, son la cata previa por especialistas de la zona, la disponibilidad de etiquetado especial antes incluso de la primera feria, disponibilidad de materiales de comunicación en inglés.

Debido al alto nivel impositivo en estos países, se realizará una aportación en mercancía algo superior para acudir a estas ferias.

Cuantificación del proyecto

## **ASIA completo CHINA y SUDESTE ASIATICO**

### **¿Qué incluye?**

Participación en las siete ferias más importantes de Asia, con stand propio, incluyendo todos los gastos del equipo de Alamesa y de De Wine.

Transportes de las muestras y almacén de estas en China durante un año.

Asistencia comercial y traducción para estas ferias.

Seguimiento telefónico de todos los contactos desde China.

Asistencia comercial bilateral en España y China.

Verificación e informes de empresas interesadas desde Asia (a complementar con compañías de riesgo internacionales)

Asistencia para personal que asista a ferias.

Importador/Distribuidor en China para inicio de comercio a detallistas hasta firma acuerdos con mayoristas. (Para atender pedidos pequeños y medios obtenidos en ferias)

Importador/Distribuidor en Singapur para inicio de comercio detallista hasta firma de acuerdo con mayoristas.

### **¿Cuánto cuesta?**

#### **Unos honorarios fijos:**

La participación en este Plan tiene un costo por empresa (con hasta tres referencias) de 10000 euros anuales, al que habrá que añadir, muestras y materiales publicitarios traducidos.

### **Condiciones adicionales**

#### **PARA CHINA y HONG KONG**

##### **Unas comisiones variables:**

Desde el momento que se alcance la primera venta efectiva, la empresa participante firmará un acuerdo comercial con ALAMESA, S.L. por la que nombra a esta agente comercial exclusivo para el país por los próximos tres años, remunerando las operaciones comerciales llevadas a buen fin con una comisión del 5 % el primer año, 4 % el segundo año y 3 % el tercer año.

Muestras suficientes para acudir a las seis ferias de CHINA.

#### **PARA SUDESTE ASIATICO**

**Una aportación inicial por vino del equivalente a 550 euros** en mercancía para la labor promocional del plan de introducción ya previsto.

No se deberá hacer pago de comisiones, ya que DeWines realizará trabajos propios de distribución, marginando en cada país también su remuneración.

### **¿Cómo se paga?**

A la formalización del acuerdo de participación del PLAN ASIA 2010 se abonaran 2300 euros y se dispondrá de muestras para su envío a Asia.

11 mensualidades de 700 euros domiciliadas a una cuenta bancaria con vencimiento 15 de cada mes.

Las comisiones se liquidaran mensualmente cerrando las liquidaciones los últimos de mes.

### **¿Qué recibo a cambio?**

Informe previo de situación mercado asiático

Informe de resultados de cada una de las ferias donde se participa

Informe mensual de seguimiento de contactos y prospectos

Asignación de un director de la cuenta para atención directa y personalizada

Asistencia y traducción en China y Sudeste Asiático en caso de acudir a Ferias o firmas de acuerdos

Disponibilidad de uso de oficinas en Singapur, Shanghai y Guangzhou

Presencia directa de personal español al menos 6 veces al año, para apoyo comercial y presentaciones a distribuidores.

En definitiva **disponer de un equipo comercial en ASIA** con al menos tres oficinas de representación en las principales zonas de consumo.

### **¿Quién puede participar?**

**Empresas** con productos susceptibles de exportar, capaces de:

- Cumplir normativas internacionales
- Estar autorizado su consumo en el país destino
- Tener experiencia de exportación
- Etiquetar en idioma de destino
- Ser complementaria con los productos actuales del Catalogo de vinos representados.

**Empresas** que reúnan las condiciones de oferta necesarias según estudios previos realizados por ALAMESA. Para ello será preciso un estudio en profundidad de la empresa candidata, reservándose Alamesa, la decisión final de las empresas y productos participantes, con el fin de obtener el mayor número de sinergias posibles entre empresas participantes.

**Empresas** no competitivas entre si y que hagan más diversa y atractiva la oferta (los orígenes de los productos serán diferentes con preferencia)

**Empresas** con vocación exportadora, serán preferidas aquellas que ya estén exportando a otros países.

Los vinos incluidos en las empresas que acuden al PLAN ASIA 2010 completo tendrán prioridad para acudir a eventos especiales que se produzcan en el transcurso del ejercicio.

## **PARTICIPACIÓN PARCIAL**

Entendiendo que este plan puede resultar ambicioso para algunas bodegas, Alamesa ha reservado espacio en todas las ferias para dos bodegas o seis vinos.

Dentro de los estudios de idoneidad de cada mercado y cada evento se podrán incluir otras marcas que no participen del Plan Asia 2010 completo.

Esta participación como en años anteriores será de co-exhibición y las bodegas pagaran la parte proporcional de los gastos derivados de cada actividad.

A modo orientativo detallamos los gastos presupuestados por vino en cada una de las ferias.

### **SIAL Shanghai 19-21 de mayo**

Cada vino participante 550 euros y 30 botellas para exposición y muestras

### **Interwine Guangzhou Ed. Primavera, 30 de mayo-1 de junio**

Cada vino participante 550 euros y 30 botellas para exposición y muestras

### ***Paquete especial de dos ferias anteriores***

***Cada vino 900 y 60 botellas para exposición y muestras***

### **FoodTaipei 23-26 de junio**

Cada vino participante 650 euros y 30 botellas para exposición y muestras

### **Hong-Kong Int. Wine & Spirits Fair 4-6 de noviembre**

Cada vino participante 650 euros y 30 botellas para exposición y muestras

### **F&H Shanghai 11-13 noviembre**

Cada vino participante 550 euros y 30 botellas para exposición y muestras

### **Interwine Guangzhou (Ed. Otoño, 25-27 noviembre) –WineAsia Singapur (26 al 28 noviembre**

Cada vino participante 550 euros y 30 botellas para exposición y muestras

### ***Paquete especial de dos ferias anteriores***

***Cada vino 900 y 60 botellas para exposición y muestras***

### **Wine Asia Singapur 26 al 28 noviembre**

Cada vino participante 550 euros y 24 botellas para exposición y mercancía por valor de 550 euros, para promoción introducción.

**ÚLTIMA HORA.- ALAMESA ha sido la empresa seleccionada por Interwine Asia, para organizar el Concurso de VINOS de ESPAÑA que se celebrará en Guangzhou durante el mes de octubre y que tendrá como jurado a los principales compradores y sumilleres de los Importadores, Distribuidores y Cadenas Hoteleras de Asia.**

Todos los vinos incluidos en el Plan Asia, estarán exentos de pago en las cuotas de inscripción de los concursos de WINE FOR ASIA SINGAPUR y SPAIN WINE de GUAGZHOU

### **Siguientes pasos.-**

Apertura de presentación candidaturas. (Hasta 1 de marzo para las ferias de Mayo)

Amplia Información en:

Para China

ALAMESA Export

Teléfonos 912938930

[export@alamesa.es](mailto:export@alamesa.es)

Para Sudeste Asiático

DeWine

Teléfono: 649437001

[lim@mastertrax.com](mailto:lim@mastertrax.com)