

## **COMO NEGOCIAR CON CHINA**

### **FICHA TÉCNICA**

**Duración: 2 clases on line de 90 minutos +  
2 sesiones en plataforma virtual**

**Se otorga DIPLOMA**

**CONSULTAR POR CAPACITACIÓN IN COMPANY**

### **DIRIGIDO A:**

Emprendedores y micro-empresas enfocadas hacia negocios con China.  
Empresas que se inician en el Comercio Exterior.  
Importadores.  
Exportadores.  
Estudiantes de Comercio Exterior en general.  
Despachantes de Aduana.  
Gerentes comerciales.  
Traders y Agentes de Venta.  
Operadores logísticos y Agentes de Carga.

### **OBJETIVOS:**

Capacitar al empresario o emprendedor para:

- o Comprender la evolución y principales tendencias de la economía China.
- o Identificar las oportunidades y riesgos del mercado chino.
- o Tener una perspectiva de su potencialidad y un análisis comparativo de su dimensión en relación al mercado uruguayo.

Identificar y comprender los elementos trans-culturales que impactan directamente en los negocios con China.

- o Importancia de la diferencia en escala de valores y su impacto en los negocios.
- o Analizar los principales errores que llevan al fracaso de los negocios con China.
- o Analizar la importancia del "Guanxi".

Conocer las diferentes opciones de portales de E-Commerce para realizar negocios con China.

### **CONTENIDOS:**

#### **Mercado y cultura de negocios en china**

Perfil de la economía china.

- o Evolución de la economía china en los últimos años
- o Clusters industriales en China
- o Análisis comparado del mercado chino y el mercado uruguayo
- o Proyección de la economía china en el mercado mundial
- o Análisis del intercambio económico Uruguay China



### La cultura china en el mundo de los negocios

- o La visión a largo plazo occidental y la visión a largo plazo en China
- o El significado de la negociación y los contratos en China
- o Principales errores en la comunicación
- o Manejo de las barreras idiomáticas
- o Errores típicos en las negociaciones con contrapartes chinas
- o Principales callejones sin salida y cómo evitarlos
- o Importancia del Guanxi

### ¿Cómo importar desde China?

#### Principales portales de E-commerce para negocios con China

- o Función de los portales E-commerce
- o Posibilidades, limitaciones y riesgos de los portales E-commerce
- o Servicios de valor agregado de portales E-commerce

#### Importancia de los traders y tradings.

- o Agentes de compra y oficinas de compra en China
- o Principales funciones de los traders
- o Análisis costo-beneficio

#### Negocios directos o a través de un trader?

#### Due Diligence de proveedores

- o Elementos a evaluar
- o Realización de controles cruzados
- o Inspecciones y auditorías

#### Elementos a tener en cuenta en la negociación

- o Cómo manejar una negociación desnivelada
- o Precios
- o Tiempos de entrega
- o Modalidades de pago
- o Elementos inesperados o de último momento y cómo manejarlos

#### Ferias internacionales y viajes de negocios

- o Cómo seleccionar una feria
- o Principales ferias internacionales en China
- o Cómo preparar la agenda de una visita a la feria
- o Que hacer y qué evitar durante su viaje de negocios a China
- o Principales inconvenientes durante los viajes a China

#### Impacto de la logística en los negocios con China

- o Nodos logísticos primarios y secundarios en China.
- o Operadores logísticos y consolidadores en China.
- o Principales errores logísticos que pueden hacer fracasar su negocio y cómo evitarlos.

### ¿Cómo exportar a China?

El mosaico del mercado chino

Clase media y consumidor en China.

Percepción de la calidad, exclusividad y funcionalidad de los productos en China.  
Segmentación del mercado en China.  
Rol de las ferias internacionales.  
Agentes de venta y traders en China  
Establecimiento de empresas y representaciones en China  
Intermediarios, socios y distribuidores en China.

## DOCENTE

### **Prof. Francisco Guerra**

Egresado de la Universidad Católica del Uruguay, Facultad de Ciencias Empresariales, Comercio Internacional.

Se desempeñó como Jefe de Exportaciones y encargado de logística en Curtiembre Branáa S.A.

Desde 1991 es Director y Docente de Taller de Comercio Internacional.

Se desempeñó como Gerente de Proyectos en Schenker Logistics.

Asesoró a la comisión negociadora del S.G.P del Uruguay ante la Unión Europea y ha asesorado al Ministerio de Relaciones Exteriores en las Rondas de la Organización Mundial de Comercio para el sector textil.

Se desempeñó como consultor logístico para la Administración Nacional de Puertos del Uruguay.

Ha realizado consultorías de logística e internacionalización para la Unión Europea y el Banco Interamericano de Desarrollo.

Actualmente es consultor de empresas y director de Smart Market Development, trading enfocada en servicios de valor agregado logístico para el comercio China-América Latina con sedes en Montevideo, Shanghai, Hong Kong y Miami.