



Business in China!

Marco Hazan · Innovation Experience CHINA - VISTAGE

30 de Marzo, 2026


MARCO@BOHKLOGISTICS.COM




¿Cuál es mi negocio?

Y cuál es mi objetivo?

Antes de explorar las oportunidades que China tiene para ofrecer, es fundamental hacerse una pregunta honesta: ¿desde dónde parto? La respuesta a esta pregunta determinará completamente tu enfoque, tu estrategia y lo que deberías buscar cuando llegues.

 ¿Estoy explorando?

Aún no tengo un objetivo concreto, pero quiero descubrir qué oportunidades existen en el mercado chino.

 ¿Tengo un negocio con una necesidad concreta?

Ya opero, y estoy buscando cómo China puede resolver un problema real o potenciar mi crecimiento.

Estoy explorando nuevas alternativas...

Si estás en modo exploración, la actitud correcta lo es todo. China es un ecosistema vasto, complejo y lleno de matices. La mejor forma de aprovecharlo es con la mente abierta y los sentidos bien despiertos.

→ Vayan

Nada sustituye la presencia física. Ver, oler, tocar y experimentar China de primera mano transforma la comprensión del mercado.

→ Exploren sin filtros

Visiten fábricas, ferias, barrios comerciales. Dejen que el entorno les hable antes de sacar conclusiones.

→ Tengan la mayor inmersión posible

Convivan con el ritmo local. La inmersión acelera el aprendizaje exponencialmente.

→ Pregúntense todo

No hay pregunta tonta. La curiosidad activa es el motor del explorador exitoso.

→ Intenten comprender

Antes de juzgar o concluir, busquen entender la lógica detrás de cada práctica, proceso o comportamiento.

Tengo un negocio en marcha

Si ya tienes una empresa operativa, la exploración no desaparece, pero se suma una capa estratégica fundamental: ¿cómo puede China beneficiar específicamente a mi negocio?

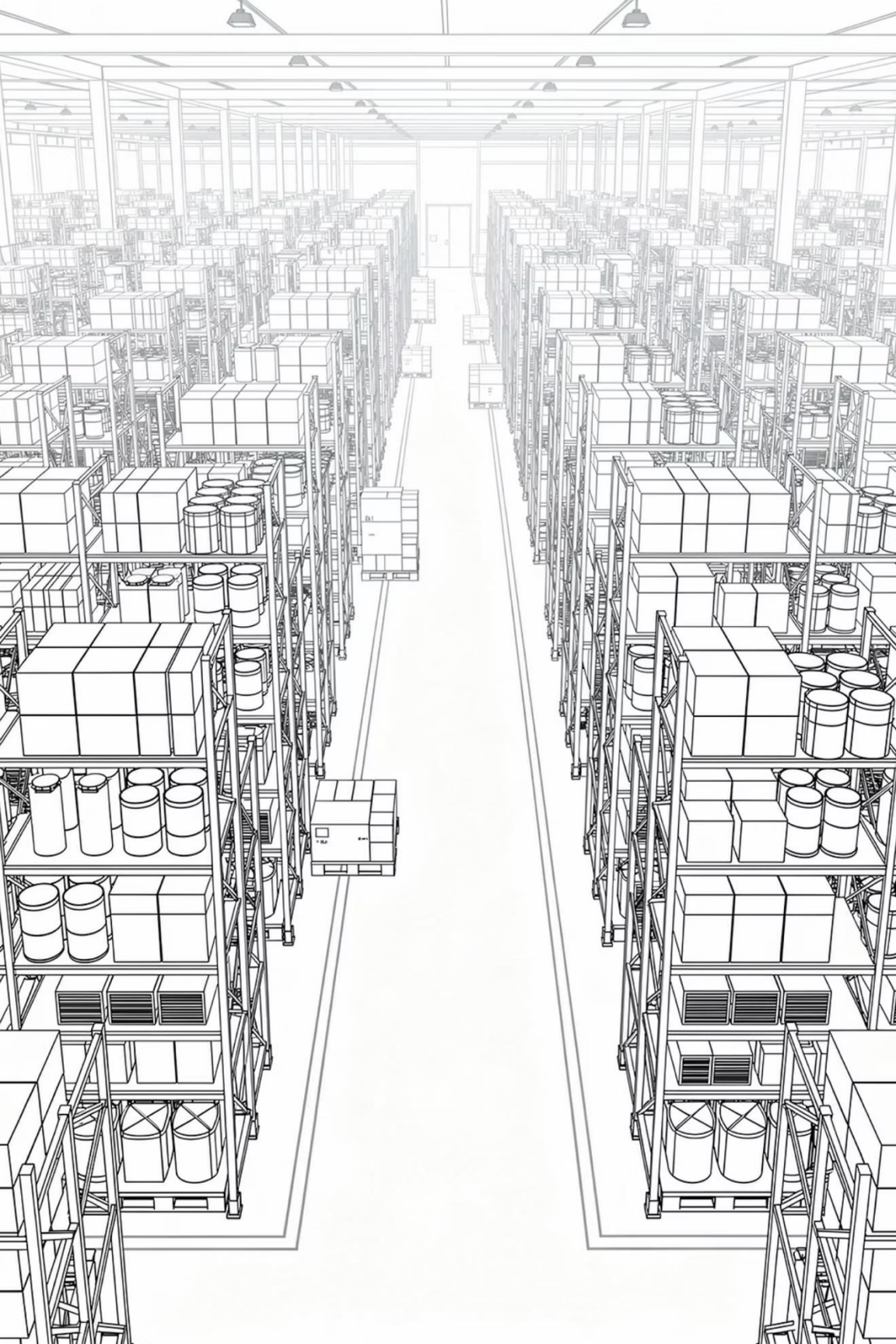
La actitud exploradora sigue siendo clave

- Vayan y exploren con ojos frescos
- Busquen la mayor inmersión posible
- Pregúntense todo e intenten comprender

+ La pregunta estratégica

¿Cómo puede beneficiarse mi negocio de los recursos que puedo encontrar — o construir — en China?

Desde reducción de costos hasta acceso a tecnología, nuevos mercados o cadenas de suministro más robustas, las posibilidades son enormes para quien llega con una necesidad clara.



¿Qué puedo encontrar en China?

La respuesta corta

¡Todo! China produce prácticamente cualquier producto imaginable, desde componentes electrónicos hasta textiles, maquinaria, tecnología y mucho más.

¿Todo, de verdad?

Sí, todo... pero con matices. No todos los proveedores son iguales, no todos los productos tienen la misma calidad y no todos los acuerdos funcionan de la misma forma.

Los marcos de referencia

Para navegar este universo con éxito, debemos comprender los marcos culturales, comerciales y logísticos que rigen el mercado chino.

Dos verdades fundamentales sobre China

China es la fábrica del mundo

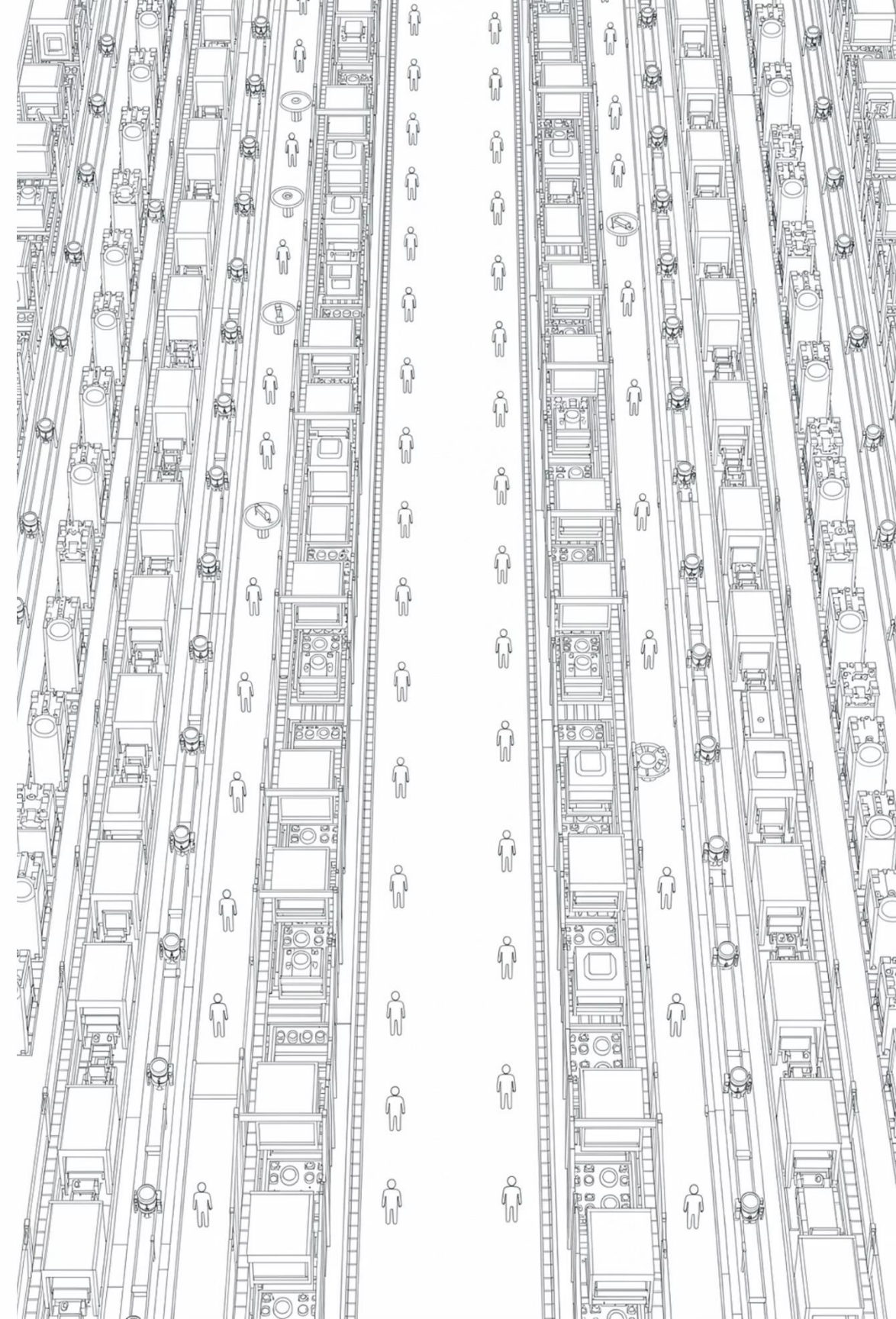
CIERTO

China representa más del 28% de la manufactura global. Ningún país produce a mayor escala, con mayor variedad ni con mayor capacidad de adaptación.

China es el mercado más grande del mundo

CIERTO

Con más de 1.400 millones de consumidores y una clase media en plena expansión, China no es solo un origen de productos, sino también un codiciado destino para el comercio global.



Tipos de oportunidades de negocio en China

China ofrece un espectro extraordinariamente amplio de oportunidades. Identificar cuál es la más relevante para tu perfil y objetivos es el primer paso hacia una estrategia exitosa.



Manufactura e Importación

Sourcear productos terminados o componentes para importar y comercializar en tu mercado local o global.



Exportación hacia China

Vender productos o servicios al mercado interno chino, aprovechando su enorme demanda de bienes extranjeros.



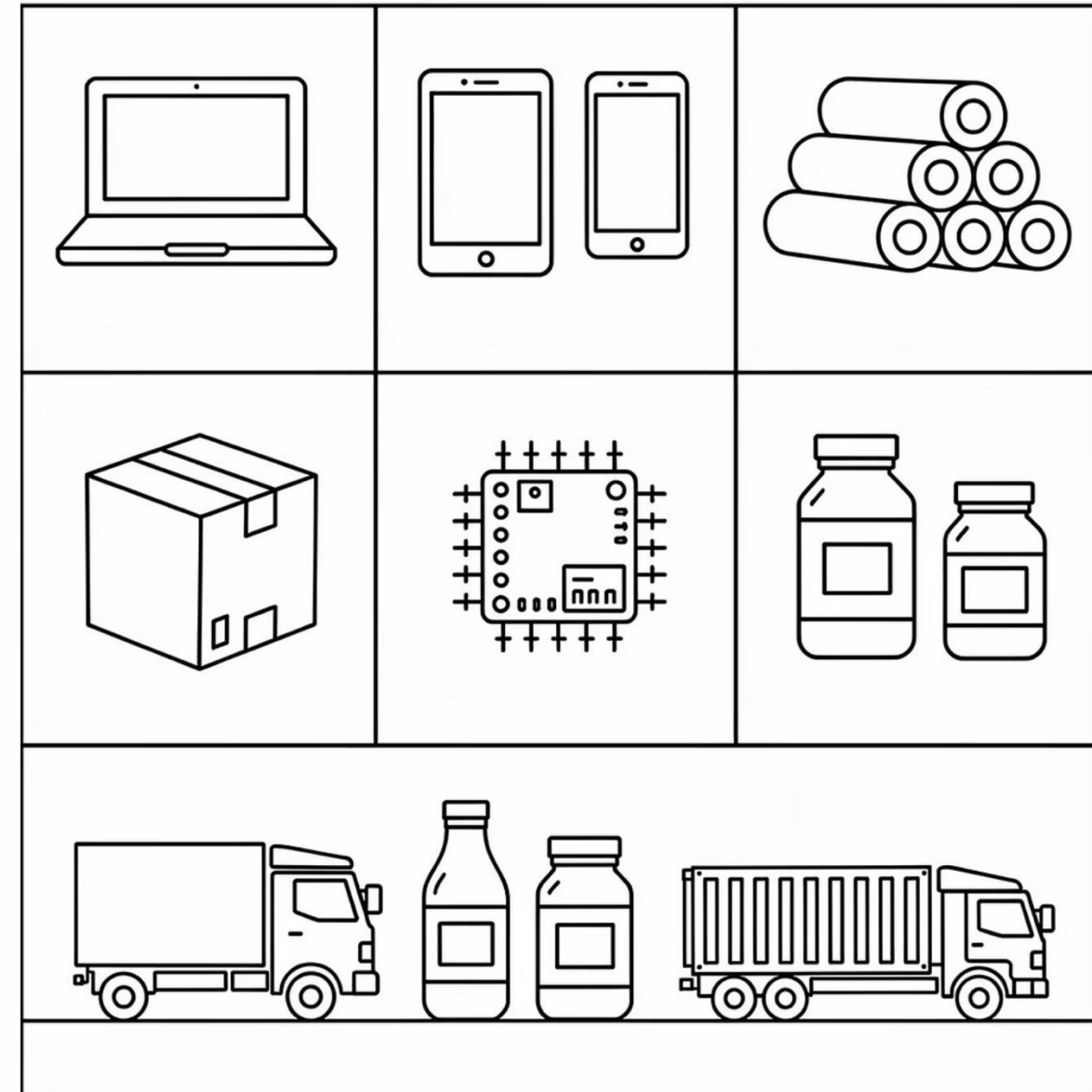
Joint Ventures y Asociaciones

Construir alianzas estratégicas con socios locales para desarrollar productos, tecnología o canales de distribución.



Acceso a Tecnología e Innovación

China lidera en sectores como IA, energía solar, vehículos eléctricos e e-commerce. Las oportunidades de aprendizaje y colaboración son enormes.



PARÉNTESIS CULTURAL

Antes de hablar de negocios...

Existe un aspecto que los manuales de negocios raramente explican con la profundidad que merece: la **cultura china**. Comprender sus códigos no es un nice-to-have – es una ventaja competitiva real y un requisito para construir relaciones duraderas.

"En China, los negocios son siempre personales antes de ser comerciales. La confianza se construye primero como persona, luego como socio."



Matices Culturales: Mitos y Verdades

GUANXI – 关系

El concepto de **Guanxi** – literalmente "relaciones" – es el tejido invisible que une los negocios en China. No es corrupción ni favoritismo: es la inversión sostenida en vínculos genuinos de confianza mutua.

Drinking

Compartir una copa es un catalizador poderoso para el conocimiento profundo del otro. Los brindis ("Ganbei!") son rituales de apertura y compromiso que aceleran la confianza entre partes.

Food

La mesa es el lugar donde las relaciones se forjan. Desde banquetes formales hasta comidas casuales, cada experiencia compartida suma capital relacional invaluable.

Gift Giving

Los regalos son una muestra tangible de aprecio e intención. Los detalles importan: qué se regala, cómo se presenta y en qué momento comunica más que las palabras.

Construcción de Relaciones: el Chinese Way

MIANZI – 面子

Hacer negocios en China exige adoptar una perspectiva de largo plazo. Los contratos tienen valor, pero la relación tiene más.

Visión de largo plazo

En China, el valor de una relación futura pesa más que el valor presente de un contrato. No busques cierres rápidos: invierte en el vínculo. **Relationship Present Value vs. Value of Contracts** – el tiempo dedicado a construir la relación es la inversión más rentable.

Mianzi (面子) – La Cara

El concepto de "cara" – reputación y honor social – es central en la cultura china. La forma en que se hacen acuerdos, se resuelven conflictos y se gestiona el enforcement de contratos está profundamente influenciada por el Mianzi. Nunca hagas que un socio pierda la cara en público.



MÓDULO 1

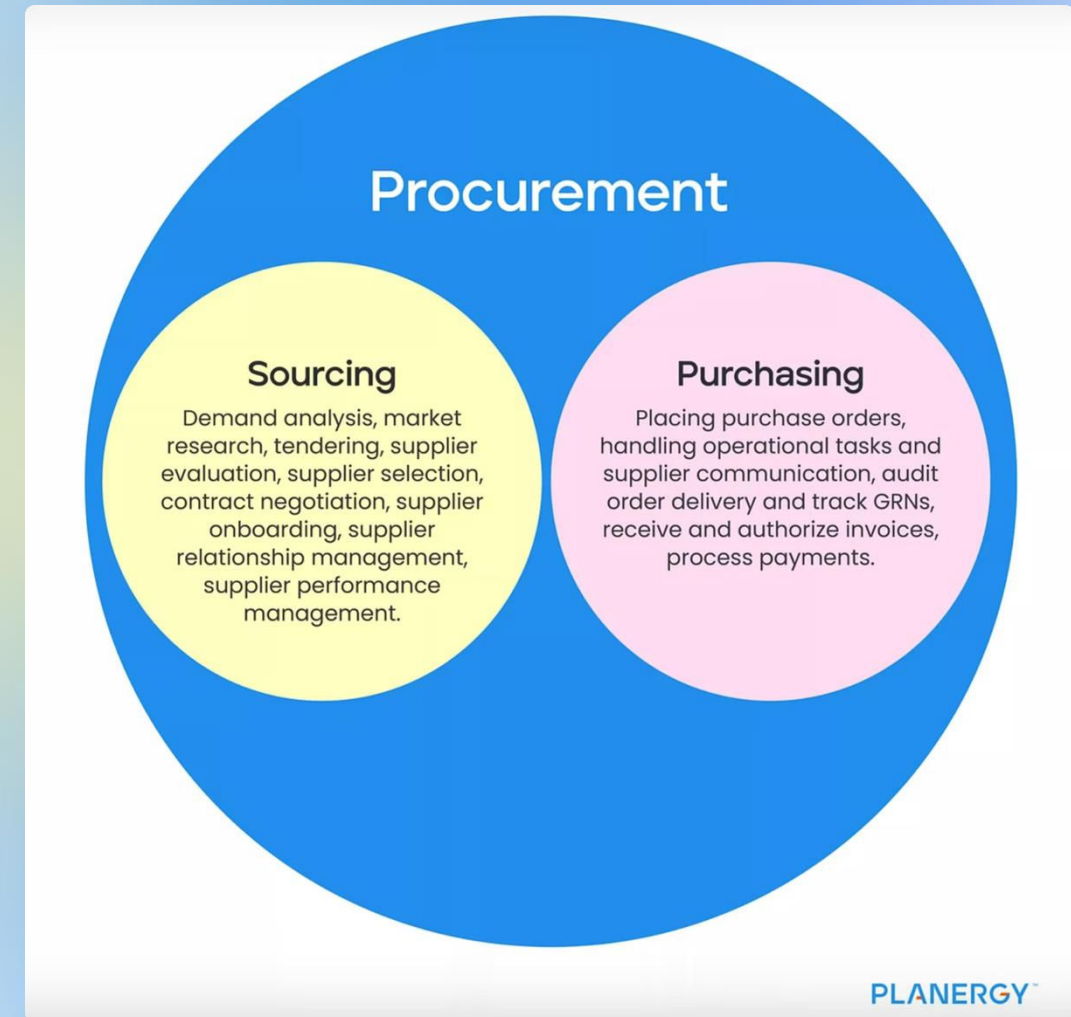
Enfoquémonos en Importaciones primero

From China to the World

La importación desde China es la puerta de entrada más común para emprendedores y empresas que buscan aprovechar la capacidad manufacturera del gigante asiático. En esta sección desglosamos todo lo que necesitas saber para hacerlo con éxito: desde el sourcing hasta el landing en destino.

Sourcing and Procurement

Comprender la diferencia entre **Sourcing** y **Purchasing** es el primer paso para estructurar correctamente tu operación de importación desde China. Ambos son parte del proceso de Procurement, pero cumplen roles distintos y complementarios.



Es fundamental entender lo que estamos comprando

"Aquel que no sabe lo que busca, no queda satisfecho con nada de lo que obtiene."

No todos los proveedores son iguales

Cada proveedor tiene su especialidad, su nivel de calidad, su capacidad de producción y su rango de precios. Buscar sin claridad garantiza resultados decepcionantes.

La analogía del supermercado

¿Qué ocurre cuando vas al supermercado sin lista? Compras de más, compras lo equivocado, gastas más y vuelves con la mitad de lo que necesitabas. Lo mismo ocurre al sourcear en China sin especificaciones claras.

La lista de compras es tu escudo

Define previamente: producto, calidad objetivo, cantidad, precio de venta en destino y margen esperado. Sin esto, cualquier proveedor podrá venderte lo que le convenga a él.

La Lista de Compras: Ejemplo Práctico

Una matriz de producto bien construida define tu segmento objetivo, orienta al proveedor y te permite comparar opciones de forma estructurada. Aquí un ejemplo aplicado al sector textil:

Producto	Entry-Level	Cheap Differentiated	Premium	Top of Line
Hoodie	USD 15 · 10.000 uds (4 colores)	USD 18 · 5.000 uds	USD 24 · 1.000 uds	USD 35 · 500 uds
T-Shirt	USD 4 · 30.000 uds (4 colores)	USD 5.5 · 8.000 uds	USD 8 · 5.000 uds	USD 11 · 1.000 uds
Jacket	—	—	—	—
Pants	—	—	—	—

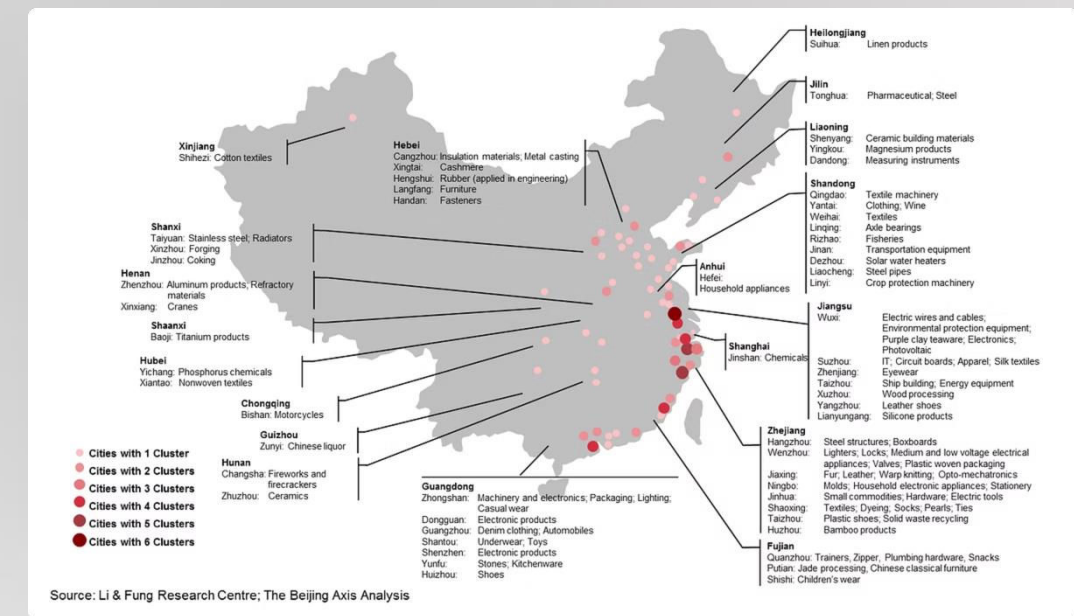
📄 Esta matriz permite identificar proveedores por segmento, evitar comparar precios de productos que no son equivalentes y negociar con datos concretos sobre la mesa.

Sourcing desde China: Dónde está cada cosa

Key is on requesting — saber qué y dónde buscar

China no es homogénea. Cada región, cada ciudad e incluso cada cluster industrial tiene su propia especialización. Conocer el mapa productivo del país es una ventaja competitiva clave para cualquier importador serio.

Ojo! los clusters pueden ser múltiples para la misma categoría.



Sourcing desde China: Conceptos Clave

Key is on requesting — cómo comunicar para obtener resultados

Specs, specs, specs

Las especificaciones técnicas son el idioma universal del sourcing. Materiales, medidas, pesos, acabados, certificaciones: cuanto más detallado, mejor el resultado.

Comunicación simple

Dumbing down the robots — comunica como si hablaras con alguien que no conoce tu industria ni tu contexto. La simplicidad evita malentendidos costosos.

"Good Quality" no significa nada

Esta frase es vacía y ambigua. Define calidad en términos objetivos y medibles: estándares ISO, pruebas de resistencia, muestras aprobadas, parámetros específicos.

¿Cómo evaluar el beneficio real?

No basta con comparar el precio unitario. Hay que calcular el costo landed completo: producto + flete + aranceles + costos locales = precio real de importación.

Purchasing and Importing 101

Los fundamentos operativos de la importación desde China que todo comprador debe dominar antes de hacer su primer pedido:

01

MOQ — Minimum Order Quantity

La cantidad mínima que un proveedor está dispuesto a producir. Negociar el MOQ es clave para calibrar la inversión inicial y el riesgo de inventario.

02

Incoterms: FOB, EXW, CIF

Definen quién asume los costos y riesgos en cada etapa del transporte. FOB es el más común en importaciones desde China. Comprenderlos evita sorpresas costosas.

03

Leadtimes

Tiempo de producción + tiempo de tránsito. Planificar bien los tiempos es esencial para no quedarse sin stock ni sobrestockear.

04

Documentación y Proforma Invoice

El proceso comienza con una Proforma Invoice que detalla precio, cantidad, términos e Incoterms. Es el punto de partida de cualquier compra formal.

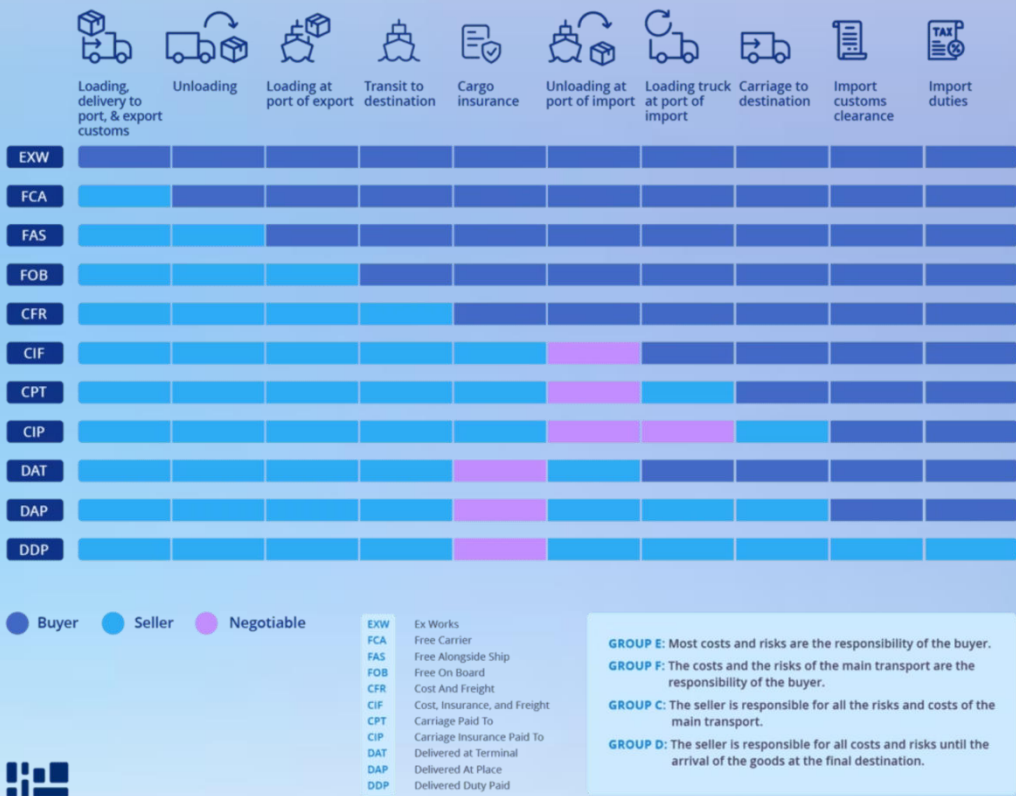
05

Rule of Thumb

Desarrolla métricas rápidas de evaluación para filtrar oportunidades antes de profundizar. El tiempo es escaso: aprende a decir sí o no con agilidad.

Incoterms: Mapa de Responsabilidades

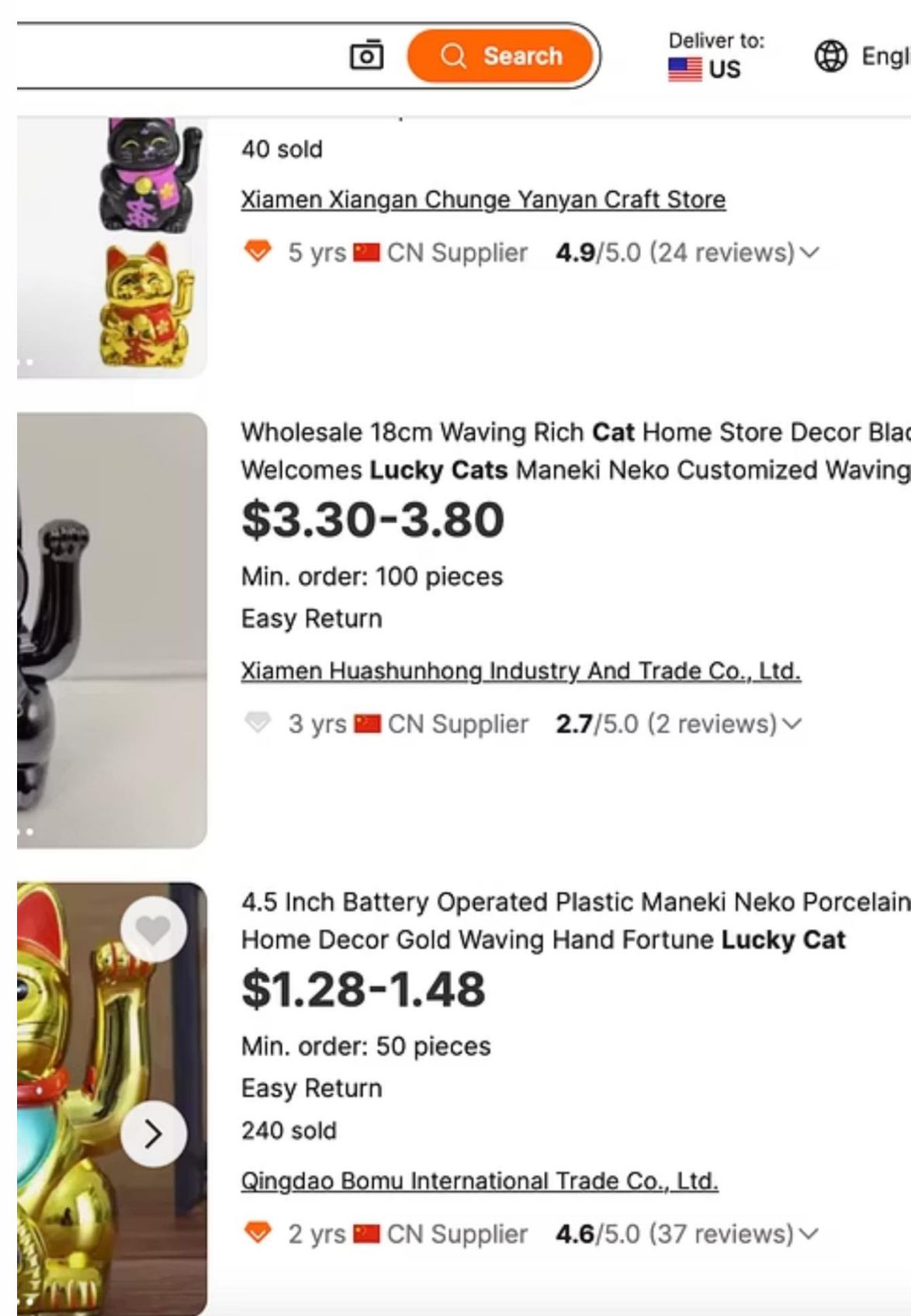
Cada Incoterm define con precisión qué paga quién y hasta dónde. Elegir el Incoterm correcto puede significar diferencias importantes en costo y riesgo. Este cuadro resume los más utilizados en el comercio internacional con China.




📄 Fuente: Freightos. **EXW** = máximo riesgo para el comprador desde el origen.
DDP = el vendedor asume todos los costos hasta destino final.


El Universo del Sourcing Online


Alibaba.com es la plataforma de referencia global para el sourcing desde China. Millones de productos, miles de proveedores verificados y herramientas de comunicación directa hacen de esta plataforma el punto de partida para cualquier importador moderno.



The screenshot shows a search results page on Alibaba.com. At the top, there is a search bar with a magnifying glass icon and the word 'Search' in an orange button. To the right, it says 'Deliver to: US' with a US flag icon and 'Engl' with a globe icon. Below the search bar, there are three product listings for 'Lucky Cat' figurines. Each listing includes a small image of the product, the number of items sold, the supplier's name, their experience (years and country), their rating (out of 5.0) and the number of reviews, and the price range. The first listing shows two figurines (one black, one gold) and is from 'Xiamen Xiangan Change Yanyan Craft Store' with a 4.9/5.0 rating and 24 reviews. The second listing shows a close-up of a black figurine and is from 'Xiamen Huashunhong Industry And Trade Co., Ltd.' with a 2.7/5.0 rating and 2 reviews. The third listing shows a gold figurine and is from 'Qingdao Bomu International Trade Co., Ltd.' with a 4.6/5.0 rating and 37 reviews.

40 sold
[Xiamen Xiangan Change Yanyan Craft Store](#)
5 yrs  CN Supplier **4.9/5.0** (24 reviews) ▾

Wholesale 18cm Waving Rich **Cat** Home Store Decor Black
Welcomes **Lucky Cats** Maneki Neko Customized Waving
\$3.30-3.80
Min. order: 100 pieces
Easy Return
[Xiamen Huashunhong Industry And Trade Co., Ltd.](#)
3 yrs  CN Supplier **2.7/5.0** (2 reviews) ▾

4.5 Inch Battery Operated Plastic Maneki Neko Porcelain
Home Decor Gold Waving Hand Fortune **Lucky Cat**
\$1.28-1.48
Min. order: 50 pieces
Easy Return
240 sold
[Qingdao Bomu International Trade Co., Ltd.](#)
2 yrs  CN Supplier **4.6/5.0** (37 reviews) ▾

Caso Práctico: Evaluemos el Gatito que Saluda 🐱

Pongamos en práctica los conceptos aprendidos con un ejemplo real encontrado en Alibaba. ¿Cómo evaluamos si esta compra tiene sentido?

Datos del proveedor

- **Precio (EXW Qingdao):** USD 1.50
- **MOQ:** 50 unidades
- **Leadtime producción:** 15 días
- **Tiempo de tránsito:** 35–45 días
- **Condiciones de pago:** 100% adelantado

Preguntas que debemos hacernos

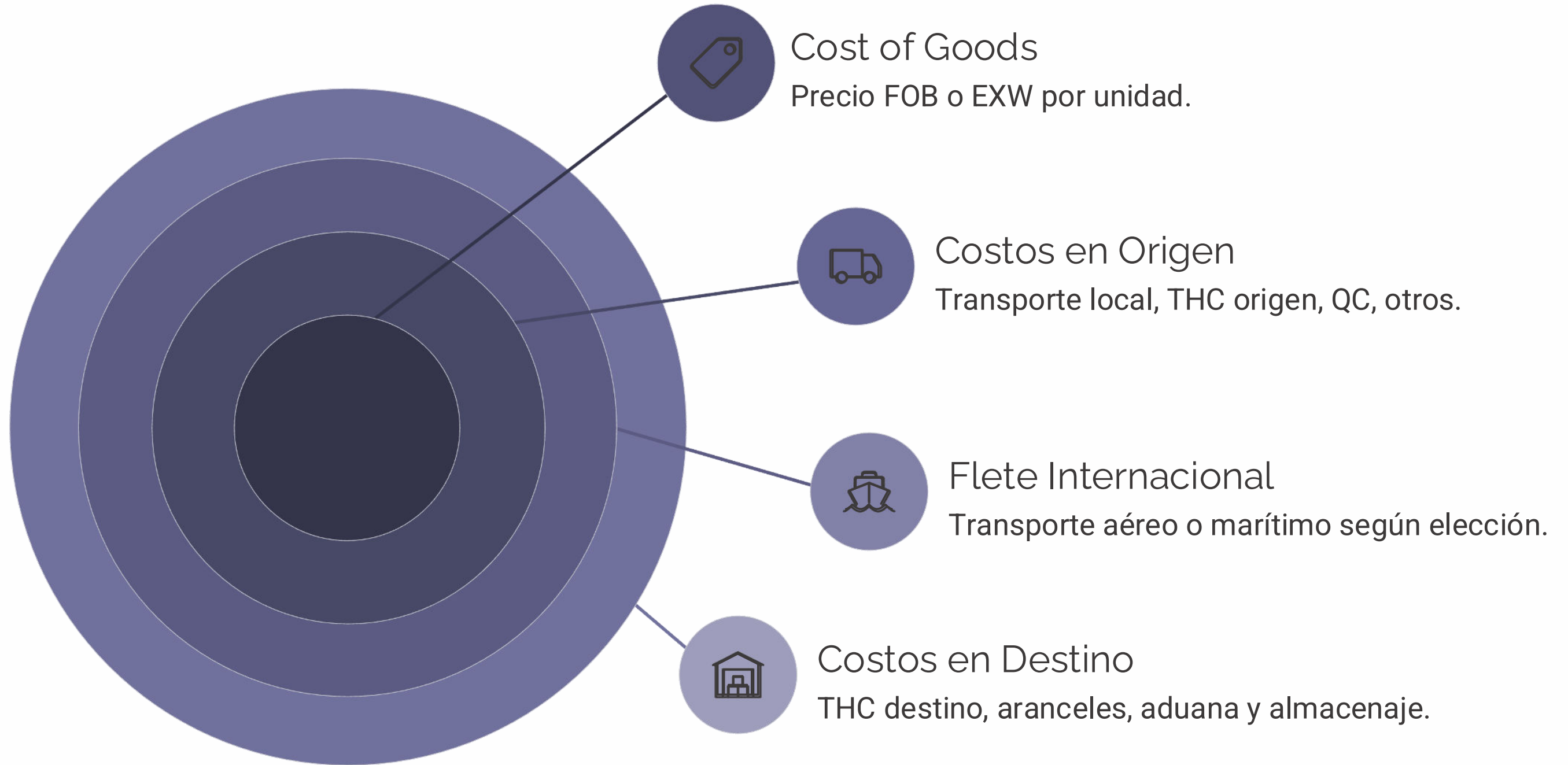
- ¿El MOQ de 50 unidades es viable para mi negocio?
- EXW significa que yo asumo todos los costos desde Qingdao – ¿cuánto suma el flete?
- 45 días de tránsito + 15 de producción = 60 días hasta tener el producto. ¿Mi planificación lo contempla?
- 100% adelantado es alto riesgo – ¿el proveedor tiene historial verificado?

The screenshot shows the Alibaba.com search results for 'lucky cat'. The search bar at the top contains 'lucky cat' and the search button is labeled 'Search'. The results are filtered by 'Theme' (Animal, Flower, Angel, Modern, Love) and 'Technique' (Glazed, Hand-painted, Polished, Carved, Embossed). The 'Color' filter is set to 'Gold'. The 'Occasion' filter is set to 'Home Decoration'. Three product listings are visible:

- Product 1:** 40 sold. Xiamen Xiangan Chungue Yanyan Craft Store. 5 yrs CN Supplier. 4.9/5.0 (24 reviews). Price: \$3.30-3.80. Min. order: 100 pieces. Easy Return.
- Product 2:** Wholesale 18cm Waving Rich Cat Home Store Decor Black Plastic Welcomes Lucky Cats Maneki Neko Customized Waving Fortune Cat. Xiamen Huashunhong Industry And Trade Co., Ltd. 3 yrs CN Supplier. 2.7/5.0 (2 reviews). Price: \$1.28-1.48. Min. order: 50 pieces. Easy Return. 240 sold.
- Product 3:** 4.5 Inch Battery Operated Plastic Maneki Neko Porcelain Figurine Gift Home Decor Gold Waving Hand Fortune Lucky Cat. Qingdao Bomu International Trade Co., Ltd. 2 yrs CN Supplier. 4.6/5.0 (37 reviews). Price: \$1.28-1.48. Min. order: 50 pieces. Easy Return. 240 sold.

¿Cómo Estimar el Factor de Importación?

El precio EXW o FOB es solo el punto de partida. El **Landed Unit Cost** es el número que realmente importa: lo que te cuesta cada unidad puesta en tu almacén, lista para vender.



Documentación: ¿Qué se Necesita?

Una importación sin documentación correcta puede quedar retenida en aduana indefinidamente. Conocer los documentos requeridos – y verificarlos con anticipación – es una responsabilidad ineludible del importador.

1

Commercial Invoice

No confundir con la Proforma Invoice. La Commercial Invoice es el documento definitivo que acredita la transacción comercial real para efectos aduaneros.

2

Packing List

Detalla el contenido exacto de cada caja: cantidades, pesos, medidas y referencias. Es la hoja de ruta de la mercadería.

3


Bill of Lading / Airway Bill

El título de propiedad de la carga durante el transporte. Sin este documento, no puedes retirar tu mercadería en destino.

4

Certificate of Origin

Requerido según el destino para acceder a beneficios arancelarios o cumplir regulaciones de importación. Siempre verificar con anticipación.

 **REGLA DE ORO: Siempre verificar toda la documentación requerida con antelación.** Un error documental puede costar más que el valor de la importación.

Condiciones de Pago

Las condiciones de pago son uno de los factores de riesgo más importantes en cualquier operación de importación. Tu posición en esta negociación evolucionará a medida que construyas historial y confianza con tus proveedores.

1

Nivel 1: Adelanto + Saldo

Lo más habitual al comenzar. Generalmente 30% al confirmar el pedido y 70% antes del embarque. El momento del pago del saldo es clave para protegerte.

2

Nivel 2: Carta de Crédito (LC)

Instrumento bancario que protege a ambas partes. El pago se libera solo cuando el proveedor cumple condiciones documentales específicas. Mayor seguridad, mayor costo operativo.

3

Nivel 3: Crédito Directo

El objetivo a largo plazo: crédito abierto con el proveedor. Solo se alcanza después de construir una relación sólida y un historial comprobado de pagos puntuales.

Alternativas de Flete

Sea Freight

Más económico para grandes volúmenes. Tiempos de tránsito de 25 a 45 días según origen y destino. Ideal para productos de alta densidad de carga o bajo valor por kg.

Air Freight

Hasta 10 veces más caro que el marítimo, pero con tiempos de tránsito de 3 a 7 días. Solo justificable para productos de alto valor, urgencias o muestras.

FCL — Full Container Load

Contenedor exclusivo para tu carga. Mayor control, menor riesgo de daños y generalmente más económico por m³ una vez que superas cierto volumen.

LCL — Less than Container Load

Consolidas tu carga con la de otros importadores. Ideal para volúmenes pequeños, pero con mayor tiempo de tránsito y riesgo de daños por manipulación adicional.

Economías de Escala

A mayor volumen por operación, menor costo unitario de flete. Planificar pedidos más grandes y menos frecuentes suele ser más rentable que pedidos pequeños y frecuentes.

Un Proceso Típico de Compra

Desde el primer contacto con el proveedor hasta la mercadería en tu almacén: así se estructura una operación de importación profesional desde China.



No olvides el paso 6: evaluar al proveedor después de cada operación es la base para mejorar continuamente y tomar mejores decisiones en el futuro.

Madurez del Comprador: ¿En Qué Nivel Estás?

No todos los compradores llegan a China con el mismo nivel de sofisticación. Comprender en qué estadio te encuentras te permite definir mejor tu estrategia y acelerar tu curva de aprendizaje.

Nivel	Perfil	Características	Implicaciones de Sourcing
C0 – Ad-hoc	<i>"Price-taker"</i>	Sin specs claras. Compra reactiva ("spot"). Depende del proveedor más rápido en responder.	Educar primero: specs básicas, cost drivers. Foco en quick wins.
C1 – Táctico	<i>"Cost comparer"</i>	Tiene specs escritas. Compara precios pero solo a nivel unitario. Usa RFQ templates básicos.	Mostrar ahorros más allá del precio unitario. Introducir TCO y contratos multi-año.
C2 – Estratégico	<i>"Optimizer"</i>	Entiende desglose de costos. Monitorea índices de mercado y lead times. RFPs con KPIs.	Ofrecer modelos should-cost, cláusulas de risk-sharing, VMI/consignación.
C3 – Transformacional	<i>"Co-innovator"</i>	Mapea cadena de valor completa. Busca innovación conjunta, sostenibilidad y data links digitales.	Planes de negocio conjuntos, co-inversión en tecnología, open-book costing, gain-share.

Profit Centers: Propios o Subcontratados

Una vez que la operación de importación madura, surge una capa adicional de sofisticación: la estructuración de entidades o centros de beneficio que optimicen la rentabilidad global de la operación.

Ubicaciones estratégicas

Hong Kong, Mainland China, Macao, Singapur y otras jurisdicciones ofrecen distintos marcos regulatorios, fiscales y bancarios. La elección depende de los objetivos específicos de cada operación.

Mantener beneficios en otras jurisdicciones

Estructurar correctamente los flujos comerciales permite optimizar la carga fiscal y mantener márgenes en las jurisdicciones más convenientes, dentro del marco legal aplicable.

Proteger información estratégica






Bloquear el acceso directo a tus proveedores clave es una forma de proteger tu ventaja competitiva y mantener el control de la cadena de suministro frente a intermediarios o competidores.

Distribución global

Una entidad bien ubicada puede convertirse en el hub para venta y distribución a múltiples mercados, aprovechando tratados comerciales y acceso logístico internacional.

Key Takeaways

Lo más importante que te llevas de este encuentro con China — no como un checklist, sino como una filosofía de acción:


-  Define tus objetivos y prepárate para ellos
Llegar a China sin claridad es la receta para el caos. Define qué buscas, cuánto puedes invertir y cuál es el éxito que esperas. La preparación multiplica los resultados.
-  Nada es imposible, pero iterar es un must
La perfección en el primer intento es la excepción, no la regla. Adopta una mentalidad de mejora continua y celebra los aprendizajes tanto como los logros.
-  Aplica el "Rule of Thumb" — evalúa rápido, decide con datos
Desarrolla métricas rápidas para filtrar oportunidades. Evalúa, rediseña, go or no-go. El tiempo es tu recurso más escaso.
-  Conoce lo que vas a comprar
No encontrar el producto en el primer intento no significa que no exista. Significa que debes ajustar la búsqueda, afinar las specs y persistir con más precisión.
-  Construye relaciones — esto es una carrera de fondo
China no es un sprint. Los mejores resultados llegan para quienes invierten en relaciones genuinas, de largo plazo, basadas en confianza mutua y respeto cultural.

¡Gracias!

Ha sido un placer compartir este viaje por el fascinante universo de los negocios en China. Espero que cada concepto, herramienta y perspectiva compartida hoy te sirva de brújula en tu próxima aventura empresarial.

Marco Hazan

BOHK Logistics Asia Limited

 Contacto

marco@bohklogistics.com+569 93381905

"El viaje de mil millas comienza con un solo paso." — Lao Tzu

