



UNRaf

UNIVERSIDAD
NACIONAL DE
RAFAELA



Diplomatura en Gestión de Negocios con Mercados Asiáticos: China, India y Vietnam

PLAN DE ESTUDIOS

1. Fundamentación de la propuesta

Introducción

Nuestro propósito es promover el conocimiento de las oportunidades que ofrecen los mercados asiáticos de China, India y Vietnam, principales socios comerciales de la Provincia de Santa Fe. Para potenciar estas relaciones, resulta imprescindible identificar las oportunidades de negocios existentes, comprender su cultura y la forma adecuada y eficaz de hacer negocios, así como también sus requisitos y procesos para el ingreso. Esta iniciativa propone una mirada acerca de la gestión de negocios con estos mercados asiáticos, haciendo hincapié en China, y complementando con India y Vietnam.

Cabe mencionar que en este 2022 se celebran los 50 años del establecimiento de las relaciones diplomáticas entre China y Argentina; asimismo, a principios de este año nuestro país firmó su adhesión a la Iniciativa de la Franja y La Ruta, por lo que esta propuesta puede enmarcarse en estos hitos de gran importancia para la profundización de los vínculos de cooperación entre ambos países.

Breve descripción de los mercados

El crecimiento de la economía china posibilitó oportunidades de negocios en todo el mundo. El tamaño de su economía, de su población, y el aumento en la capacidad adquisitiva de sus habitantes son claros signos de que China, en proyecciones de crecimiento económico, perfila ser en los próximos años, la economía más grande del mundo.

El ascenso de China como economía de consumo ha generado que aquel enfoque antes orientado a la exportación hoy se dirija hacia el mercado interno, lo que brinda grandes oportunidades a las empresas extranjeras que buscan expandirse en ese mercado.

El efecto del incremento de la riqueza, de la clase media y alta, y el consumo en China ya se está sintiendo en el mundo; y las últimas cifras sobre turismo muestran que los visitantes provenientes de este país gastan más que cualquier otro. De esta forma, sus habitantes conocen e incorporan a sus hábitos de consumo nuevos y más productos y servicios occidentales.

Para las empresas que aspiran a expandirse en el exterior, los mercados asiáticos parecen ser el destino perfecto, sin embargo, se encontrarán con procedimientos burocráticos y un entorno de consumo desconocido. Contar con asesores locales que ayuden a ingresar a un mercado tan complejo resulta fundamental.

En la actualidad, las empresas y organizaciones enfrentan desafíos que responden a la complejidad y dinamismo de los mercados internacionales. Esto hace que deban contar con los recursos necesarios y ser capacitados para sobrellevar esos retos.

Acceso al mercado

El idioma, las redes de distribución locales, las plataformas de e-commerce, los hábitos de compra de los consumidores, los requisitos legales, las certificaciones, registros de marcas, entre otros, pueden hacer de los mercados asiáticos un destino de difícil y de tedioso acceso. Por eso, dar los primeros pasos se hace complejo.

En estos mercados hubo cambios considerables en las últimas décadas, y el entorno del consumidor se ha diversificado muchísimo con respecto al pasado.

Las empresas extranjeras suelen luchar con las leyes y las normas de China. Las empresas citan la burocracia como la primera preocupación a la hora de expandirse en el país. Las quejas más frecuentes giran en torno a la obtención de licencias y permisos.

Importancia para la Provincia de Santa Fe

Los mercados China, India y Vietnam, presentan una considerable demanda de productos que se producen y exportan desde la Provincia de Santa Fe. Es fundamental aprovechar estas oportunidades para lograr diversificar la oferta exportable de la provincia, incorporando nuevas empresas exportadoras y nuevos productos exportados con más valor agregado.

Para ello, resulta indispensable contar con recursos humanos capacitados para negociar y llevar adelante acciones comerciales con éxito en estos destinos. La iniciativa de la Diplomatura se organiza con esa finalidad.

Articulación institucional

Durante el año 2021 por iniciativa de la UNRaf de manera conjunta con el gobierno provincial, el ICBC y la Fundación ICBC, se llevaron adelante las jornadas de capacitación denominadas “Santa Fe Mira a Asia”, destinadas a empresarios, funcionarios, estudiantes y público en general en las que se abordaron aspectos introductorios y generales de los mercados asiáticos.

En esta oportunidad, la realización de la Diplomatura en Gestión de Negocios con los Mercados Asiáticos: China, India y Vietnam en la Universidad Nacional de Rafaela, se ofrece en articulación conjunta con el ICBC Argentina, y la Fundación ICBC y la Provincia de Santa Fe.

La provincia de Santa Fe promueve activamente a través de su política de internacionalización el comercio, las inversiones, el conocimiento y la cooperación de los actores locales con el mundo. En este esquema, y considerando que los destinos asiáticos constituyen el principal bloque de las exportaciones santafesinas, la provincia participa de la Diplomatura a partir de calificados recursos en gestión local e internacionalización. Ello, con el cometido de potenciar las capacidades locales y consolidar el ecosistema productivo de la provincia en su vínculo con el mundo.

El ICBC Argentina es un banco autorizado por el Banco Central de la República Argentina, y opera como subsidiario del Industrial and Commercial Bank of China, Ltd., el banco más grande de China y uno de los más importantes del mundo por capitalización de mercado. ICBC Argentina tiene interés en la promoción del comercio bilateral entre China, India y Vietnam con Argentina, y en la asistencia a empresas argentinas con la finalidad de establecer relaciones de negocios saludables y de largo plazo.

La Fundación ICBC es una organización legalmente independiente sin fines de lucro y una de las instituciones académicas líderes en el campo del comercio internacional dentro de Argentina. En materia de comercio exterior, los objetivos de la Fundación son contribuir al desarrollo del sector del comercio exterior argentino, y facilitar a través de sus actividades de formación y promoción el proceso de internacionalización de las empresas y su inserción en el mundo de manera competitiva.

El desarrollo conjunto de la diplomatura con la Universidad Nacional de Rafaela permitirá alcanzar sinergias a través de la reconocida trayectoria e importancia de las instituciones convocantes, su valiosa participación de académicos, y el intercambio de experiencias.

2. Objetivos Generales

- Proveer un marco que permita entender el complejo y dinámico fenómeno de los escenarios internacionales y el protagonismo de los mercados asiáticos de China, India y Vietnam.
- Desarrollar conocimientos y habilidades para liderar exitosamente procesos de internacionalización y gestión de negocios con los mercados asiáticos.

3. Objetivos Específicos

- Proveer un marco integral sobre conceptos, fundamentos y operatoria sobre la gestión de los negocios con los mercados asiáticos.
- Brindar herramientas correspondientes a la identificación de oportunidades comerciales, negociación, aspectos legales, operativos y logísticos para la formulación de estrategias comerciales de ingreso a los mercados asiáticos.
- Desarrollar conocimientos y habilidades para diseñar estrategias efectivas de internacionalización y acceso a China, India y Vietnam.
- Comprender y adquirir conocimientos sobre la cultura, costumbres y prácticas para poder llevar adelante procesos de negociación con resultados efectivos.

4. Perfil de los Destinatarios

-Estudiantes o graduados universitarios de carreras afines a comercio exterior, relaciones internacionales, ciencias políticas, economía.

-Empresarios pymes, emprendedores, consultores de empresas.

-Personal de las áreas de comercio exterior, marketing, ventas externas de empresas.

-Funcionarios de gobiernos, representantes de cámaras empresarias o entidades intermedias del sector productivo, científico y tecnológico.

5. Requisitos de Ingreso

Poseer título de educación secundaria o equivalente.

Haber aprobado el proceso de admisión, donde se valorarán los conocimientos previos y la experiencia laboral de los inscriptos.

6. Unidades Curriculares

- Unidad curricular 1: Introducción. Historia política y económica de China.
- Unidad curricular 2: Introducción. Historia política y económica de India y Vietnam.
- Unidad curricular 3: Relación Comercial Bilateral Argentina China. Oportunidades de Negocios.
- Unidad curricular 4: Relación Comercial Bilateral Argentina/ India y Argentina/ Vietnam. Oportunidades de Negocios.
- Unidad curricular 5: Oportunidades de Cooperación científico - tecnológicas de los mercados asiáticos. Negocios Digitales. Ciudades Inteligentes. Energías Renovables.
- Unidad curricular 6: Cultura de Negocios para Mercados Asiáticos. Introducción al Idioma Chino para Negocios.
- Unidad curricular 7: Herramientas para el ingreso al mercado asiático: Redes Sociales. Canales de Comercialización. Grupos Exportadores. Financiamiento.
- Unidad curricular 8: Aspectos Legales, operativos y logísticos.
- Unidad curricular 9: Experiencias de empresas santafesinas exportadoras. Oportunidades y desafíos.
- Unidad curricular 10: Proyecto integrador.

7. Duración Total y Carga Horaria

La carga total es de 80 horas compuestas por: i) Clase y consultas, ii) Investigación dirigida y lectura, iii) Preparación de trabajo práctico y Evaluación, y iv) Estudio guiado independiente, distribuidas en 10 módulos. La carga horaria de cada módulo se conforma de la siguiente manera:

#	Unidad curricular	Hs
1	Introducción. Historia política y económica de China	8
2	Introducción. Política y economía de India y Vietnam	8
3	Relación Comercial Bilateral Argentina/ China. Oportunidades de Negocios	8
4	Relación Comercial Bilateral Argentina - India y Argentina - Vietnam. Oportunidades de Negocios	8
5	Oportunidades de Cooperación Científico - Tecnológicas de los mercados asiáticos. Negocios Digitales. Ciudades Inteligentes. Energías Renovables	8
6	Cultura de Negocios para Mercados Asiáticos Introducción del Idioma Chino para Negocios	8
7	Herramientas para el ingreso al mercado asiático: Redes Sociales. Canales de Comercialización. Grupos Exportadores. Financiamiento	8
8	Aspectos Legales, operativos y logísticos	8
9	Experiencias de empresas santafesinas exportadoras. Oportunidades y desafíos	8
10	Proyecto integrador	8

8. Formato Pedagógico de cada Unidad Curricular

Todas las unidades curriculares se conciben con un formato pedagógico de dictado de clases de teoría y aplicación práctica. La modalidad de las clases es virtual, con encuentros sincrónicos y asincrónicos, a través del campus virtual de UNRaf.

El dictado de la diplomatura será en idioma español.

9. Modalidad de Evaluación

Durante el desarrollo de las distintas unidades curriculares se realizarán trabajos que integren los conceptos teóricos con la práctica. Una vez finalizado el cursado de todas las unidades, se realizará un trabajo final que integre todos los conceptos.

10. Certificación a Otorgar

Quienes hayan aprobado los trabajos prácticos integradores de todas las unidades y el trabajo final, se les otorgará la certificación: “Diplomatura en Gestión de Negocios con Mercados Asiáticos: China, India y Vietnam”, expedido por la Universidad Nacional de Rafaela.