



**dicas**

internacionalização

mercado **China**



aicep Portugal Global

Setembro 2014

T. 217 909 321 [conhecimento@portugalglobal.pt](mailto:conhecimento@portugalglobal.pt) [www.portugalglobal.pt](http://www.portugalglobal.pt)

# Mercado China

Importância da comunicação não verbal e da observação de rituais  
Sociedade colectivista, hierarquizada e focada na harmonia



## Comunicação

A matriz filosófica, religiosa e política na China é muito distinta da cultura ocidental. São frequentes as dificuldades de compreensão e aceitação da maneira chinesa de fazer negócios. É muito importante evitar critérios de autorreferência (onde só os valores, experiências e conhecimento próprios são a base para tomar decisões) e uma perspetiva etnocêntrica ou de superioridade em relação ao interlocutor.

No contexto empresarial chinês é dada grande importância ao relacionamento interpessoal. Existe assim uma atenção especial aos meios, ou ao processo de relacionamento, que pode assumir uma importância determinante nos resultados de uma dada negociação.

- ▶ Saber que o mandarim é o idioma oficial, apesar dos vários dialetos existentes.
- ▶ Levar o seu próprio intérprete no contacto inicial, devendo para o efeito enquadrá-lo antecipadamente sobre os produtos e serviços da sua empresa, no sentido da tradução ser a mais adequada possível.
- ▶ Saber que a China é uma cultura de “Alto Contexto”, onde a informação não é muitas vezes explícita mas contextual, e com predomínio para uma linguagem silenciosa.
- ▶ Ter consciência que o interlocutor chinês valoriza muito a reputação pessoal, logo, dá muita importância ao grau hierárquico que ocupa.
- ▶ Ter noção de que o cumprimento usual é o aperto de mão, por iniciativa do anfitrião. Não é usual beijar, nem abraçar, assumindo-se sempre uma postura muito discreta.
- ▶ Trocar cartões-de-visita é usual. Devem estar traduzidos em inglês e chinês (mandarim), ser entregues com as duas mãos e de modo a que o seu interlocutor possa ler o seu nome. Ao receber o cartão-de-visita, observe-o atentamente, pois este representa a pessoa que está à sua frente, e coloque-o em cima da mesa num local visível para futura referência e nunca no bolso.
- ▶ Saber que a palavra “não” é rara ser proferida pelo interlocutor chinês.

## Imagem & Comportamento

- ▶ Saber que ser pontual é sinónimo de respeito pelo compromisso assumido. Deve chegar alguns minutos antes da hora para que a reunião se inicie rigorosamente à hora marcada. Cancelar uma reunião em cima da hora é interpretado como uma ofensa gravíssima.
- ▶ Estar convicto da necessidade de se fazer acompanhar, no início da negociação, por vários elementos. Pelo menos, por mais do que uma pessoa e idealmente por número idêntico ou muito próximo da comitiva chinesa. Ir sozinho ou com um muito menor número de elementos da sua empresa, é considerado falta de consideração/interesse pelo negócio e pelo negociador chinês.
- ▶ Saber que o vestuário deve ser conservador (cores escuras). As mulheres devem usar uma indumentária discreta e em nenhuma circunstância deverão usar decotes pronunciados.
- ▶ Nunca se sentar à mesa das negociações antes do convidado. Saber que o lugar à mesa é escolhido pelo interlocutor chinês de acordo com o nível hierárquico.
- ▶ Ter noção que em negociações, apenas os membros mais velhos falam, e que a interrupção de qualquer subordinado é considerada inaceitável para os chineses.



- ▶ Saber que é usual registar-se rotatividade entre os interlocutores chineses, o que por vezes implica o desconhecimento do ponto de situação da negociação por parte do novo interlocutor.
- ▶ Saber que a busca da harmonia é uma constante na cultura chinesa, pelo que deve evitar recorrer a metáforas ou situações que pressionem o interlocutor a responder apenas sim ou não.
- ▶ Estar bem preparado para negociar com o interlocutor chinês. Deve dispor de toda a informação útil para o efeito, em língua inglesa e idealmente com materiais traduzidos também para chinês, como por exemplo, descrição do produto, capacidade de produção, prazos de entrega, tabela de preços ou cotações.
- ▶ Ter paciência na negociação é crucial. Os chineses investem muito tempo a negociar, revelando uma certa aptidão para esta "arte". Deve, assim, contar, com a realização de várias reuniões, sendo usual não se falar sequer em negócios em algumas delas.
- ▶ Ter noção que poderá surpreender-se com uma atitude irreduzível e por vezes algo agressiva por parte do interlocutor chinês durante a negociação, contrariamente à perceção de uma certa cordialidade chinesa.
- ▶ Saber que é importante conhecer as matérias-primas usadas nos produtos do interlocutor chinês, verificar as amostras, assim como solicitar a respetiva documentação e certificação.
- ▶ Estar ciente de que algumas fábricas chinesas de menor dimensão adiam uma encomenda se, entretanto, receberem um outro negócio mais lucrativo.
- ▶ Manter e acompanhar eventuais contactos feitos em feiras ou durante outras iniciativas, mesmo que aparentemente o negócio esteja fechado. Ter noção que um contrato assinado é sinónimo apenas do início de uma negociação e não da sua conclusão.

- ▶ Estar preparado para aceitar convites para almoço ou jantar social e aí negociar. Saber que o almoço ocorre, em geral, entre as 11H30 e 12H00, e o jantar, a partir das 18H00 ou mesmo mais cedo (a partir das 17h30).
- ▶ Retribuir sempre os brindes nas refeições, durante as quais os princípios gerais e acordos negociais são muitas vezes conseguidos. Saber que a bebida usual para os brindes é o “baijiu” (licor de arroz aromatizado). Não deve recusar a comida, embora se possa não comer tudo o que está no prato. Se não quiser beber vinho, deve informar que não pode beber álcool.
- ▶ Saber que os chineses não aceitam gorjetas e que os pauzinhos usados durante a refeição não devem ficar espetados no arroz. É um símbolo de morte.
- ▶ Trocar presentes é uma forma de demonstrar estima em ambiente de negócios, ocorrendo geralmente durante um banquete, ou na reunião do último dia da visita. Significa que devem ser entregues no final da ocasião em causa.
- ▶ Dar preferência a papel de embrulho em papel de tons vermelhos ou dourados, e nunca em branco, cor associada ao luto.
- ▶ Saber que os presentes, em geral, não são abertos na presença de quem os oferece. Deste modo, nenhum dos intervenientes “perde a face”, caso a oferta não seja do agrado.
- ▶ Optar por oferecer produtos típicos do seu país (ex. vinho, azulejos, louça) ou canetas, evitando oferecer apenas uma unidade.