

Preguntas Hong Kong

1. ¿Está de acuerdo o en desacuerdo con la siguiente afirmación de la Agencia de Información estadounidense en Hong Kong: “La verdad es que, sin importar lo que digan los encabezados de la prensa, la RPCH no va a matar a la gallina de los huevos de oro”?

Si estoy de acuerdo, y lo fundamento de la siguiente manera.

- Esta ranqueado como el décimo país de negocios.
 - Es el mayor puerto del mundo.
 - Es la economía más libre del mundo.
 - Su reserva de divisas es de \$ 57.000 millones.
 - Para realizar negocios presenta un mínimo de trámites.
 - Se ha desarrollado como: “La división Internacional de China”
 - Puerto franco: inexistencia de aranceles e impuestos sobre el consumo.
 - Excelentes infraestructuras de telecomunicaciones.
 - Mercado estructurado y fácilmente accesible.
 - Gran nivel de transparencia; sistema jurídico anglosajón (estado de derecho).
 - Sistema financiero y bancario eficiente y sofisticado.
 - Estabilidad monetaria.
 - Alto nivel de renta per cápita.
 - Protección de derechos de propiedad y bajo nivel de economía sumergida.
 - Utilización extensa del inglés para los negocios.
 - Baja presión fiscal (máxima tasa impositiva corporativa del 17,5%).
 - Facilidad para la constitución de empresas; marco legal sencillo y de corte liberal.
 - Apoyos institucionales (InvestHK, HK-TDC, etc.).
 - Más de 6.500 empresas extranjeras instaladas.
 - 133 bancos tienen licencia en Hong Kong. 71 de los 100 principales bancos del mundo están presentes, de los cuales 109 son extranjeros y ninguno es de propiedad pública.
2. Cuáles son los beneficios que ofrece Hong Kong que harían indeseables o difícil que una empresa occidental se traslade a las Filipinas o Tailandia?

El alto grado de apertura.

Libertad de Hong Kong podrá mantenerse por un período prolongado sobre la base de "un país, dos sistemas".

Ventajas institucionales en general. La economía de Hong Kong está acoplada con la economía mundial; Su legalidad, sistema tributario, régimen monetario y financiero, todos perfectos, le permiten reaccionar con rapidez a todas las creaciones del sistema de economía de mercado, como sistema salario y sistema de supervisión y control financieros.

Cuenta con ventajas no institucionales. Hong Kong lleva la delantera en la introducción de hombres de valía de todo el mundo, así como en la captación de capital y tecnología.

Tiene ventajas relativas en materia del desarrollo económico y social. Se halla en una posición ventajosa en las instalaciones de infraestructura, en algunas industrias o sectores concretamente en la industria financiera, legislación, contabilidad, turismo, recursos industriales y comerciales, circulación mercantil, calidad de servicio, y nivel de vida de la población.

Los hongkoneses tienen una moralidad y una dedicación profesionales que se ajustan con los requisitos de una sociedad moderna. Cuando el desastre epidémico se les vino por encima en actitud amenazante, el Gobierno de la Región Administrativa Especial de Hong Kong, el personal médico, así como los habitantes en general, no se arredraron ni cayeron en pánico, sino que dieron el pecho a la situación, manteniéndose en sus puestos de trabajo y aportando todo lo que estuviera de su parte.

Los habitantes acataron las disposiciones y asumieron sus responsabilidades. Tanto el gobierno como el personal médico, así como los especialistas, sabían encarar la situación con calma cumpliendo los deberes que les corresponden. Los ciudadanos comprendieron perfectamente y acataron conscientemente las medidas que el gobierno adoptó para prevenir la propagación de la epidemia, especialmente como acordonar edificios y aislar a personas sospechosas de haberse contagiado de la enfermedad.

Pareciera que los sistemas financiero y judicial relativamente perfectos constituyen las ventajas fundamentales de Hong Kong. En Hong Kong se procede conforme a lo establecido de manera justa y transparente. Los que quieren emprender una causa podrán hallar aquí un espacio para hacer valer sus aptitudes.

"Las relaciones económicas y comerciales más estrechas" (CEPA) incrementa las ventajas de Hong Kong

Hong Kong cuenta con una amplia red internacional de contactos, presta un sobresaliente servicio, y concentra en su seno a muchos hombres profesionales. Estos conocen la situación del interior del país y están familiarizados con las prácticas internacionales. Como aquí no existe control de divisas, siempre que se presente una oportunidad comercial, el capital internacional podrá venir en flujo. Aparte de ello, en Hong Kong existe un sistema de crédito internacional estrictamente reglamentado, lo que destaca el cumplimiento de contratos firmados y compromisos contraídos, prácticas que no constituyen una virtud y moral de individuos y empresas, sino un sistema de crédito fruto de la coordinación de diversos mecanismos de todas las sociedades y reconocido por la comunidad internacional. Estas ventajas deben ser desarrolladas en mayor medida, destacó.

Las relaciones más estrechas entre el interior del país y Hong Kong han creado oportunidades comerciales nunca vistas antes, lo que va en beneficio no sólo de

la consolidación y elevación del estatus económico de Hong Kong, sino también de la coplación cuanto antes del interior del país con las prácticas internacionales. La complementariedad de ventajas entre las dos partes permite que éstas jueguen al máximo su papel. Valga el ejemplo de la banca, gracias al CEPA, los bancos registrados en Hong Kong podrán abrir sucursales en el interior. Podrán no sólo prestar servicios a sus tradicionales y nuevos clientes, sino que también cuentan con oportunidades para expandir sus negocios. Así podrán llevar al interior del país el nuevo concepto de administración y servicio y posibilitar que el capital internacional invierta con una conciencia tranquila en la parte continental de china.

Cualquier ventaja es relativa en un determinado período de tiempo y espacio. Por lo tanto, la Región Administrativa Especial de Hong Kong debe, al mismo tiempo que mantiene y desarrolla sus ventajas existentes, crear otras nuevas. La clave está en cómo los sectores élites de Hong Kong lleguen cuanto antes a un consenso sobre las definiciones económica, política y cultural de Hong Kong.

En una nueva época de globalización económica y de economía intelectual, se vuelve cada vez más recia la competencia económica regional e internacional. El Gobierno de la Región Administrativa Especial de Hong Kong ha decidido adoptar medidas para apoyar la industria financiera, la circulación mercantil, el turismo, así como los sectores industrial y comercial, prestándoles servicios profesionales y desarrollando industrias de alta tecnología, a fin de que Hong Kong pueda entrar cuanto antes en la sociedad de economía intelectual, manteniéndose como importante centro internacional de actividades financieras en la región de Asia y Pacífico y centro de turismo, y convirtiéndose también en un centro de circulación mercantil a escala internacional.

3. Elabore una posible estrategia de protección contra el riesgo político para una empresa Estadounidense que operara en Hong Kong.

Tomaría en cuenta que los contratos son protegidos, defendiendo ampliamente los derechos de propiedad.

Aliarse a algún empresario hongkonés como lo hiciera Procter & Gamble.

Hay más de 900 empresas estadounidenses con operaciones en Hong Kong, logrando ser el mayor importador del mundo de productos estadounidenses.

Podemos tomar en cuenta la estrategia de Google dado lo que sucedió con China.

Google desvía su buscador de China a su portal en Hong Kong

Fuente: <http://informatico.com/index.php?scc=articulo&edicion=20100323&ref=--001145>

El buscador no dejará de operar en China, como había amenazado tras recibir diferentes ciberataques

Finalmente Google no dejará de operar en China. El gigante de internet anunció

hoy en su blog oficial el desvío de su portal en China a Hong Kong para evitar la censura del Gobierno de Pekín. Así, desde hoy los visitantes de su portal en China, www.google.cn, son redirigidos al de Hong Kong, www.google.com.hk.

"Creemos que esta nueva estrategia para proporcionar búsquedas sin censura en chino simplificado a través de google.com.hk es una solución razonable", ha señalado el director legal de la empresa, David Drummond, en el post publicado hoy. Así, los internautas de China podrán acceder a páginas de internet que el gobierno ha vetado, como Facebook, Twitter, YouTube, Google Docs, Blogger o Wikipedia. Sin embargo, reconocen que Pekín puede bloquear el acceso a sus servidores en Hong Kong, lo que provocaría que Google fuera inaccesible en chino.

Pese a que a finales de 2008 Google esperaba seguir creciendo en China salvando la crisis económica, otra crisis, la guerra política que se iniciaría entre el gigante de internet y el Gobierno chino, daría al traste con los planes del buscador. Para Google el mercado chino era en aquel momento el que mejor crecimiento ofrecía, obteniendo una cuota de mercado del 15%, en un país en el que prácticamente no existía, y en el que domina el buscador Baidu, con más del 60%.

Largos conflictos

Sin embargo, tras asegurar Google haber sufrido ataques directos a sus servidores en ese país, asaltos a cuentas de correo electrónico Gmail, e insinuar que el propio Gobierno nacional era responsable de tolerarlos, los del buscador se aventuraron a amenazar con poner freno a su actividad empresarial en el país asiático. Así, se retirarían completamente de China como empresa, dando de baja el buscador allí, pese a que es el mayor mercado de Internet, con 384 millones de usuarios.

En enero de este año, la compañía estadounidense pedía, en cambio, que el Gobierno colaborara para que los asaltos que había sufrido dejaran de producirse y se eliminara la censura. Las intervenciones en las cuentas de correo electrónico de disidentes y activistas políticos del país buscaban hacerse con los datos privados de estas personas, aseguraron los del buscador. Pero el Gobierno chino aseguró que no tenía responsabilidad en los hechos e incidía en que, como empresa internacional, Google era dueño de decidir en qué países operar y que, además, no permitirían que se "saltaran la ley".

Este hecho provocó entre la compañía del buscador y el Gobierno chino un clima de tensión que se extendió a nivel internacional, elevando el incidente a la categoría de conflicto diplomático entre naciones. Mientras se especulaba acerca de quiénes estaban detrás de los ataques al buscador, desde EEUU fueron numerosos los políticos e instituciones que ofrecieron su apoyo a Google en defensa, por un lado, de la libertad de información y, por otro, en

defensa de los intereses económicos de una multinacional.

En China no son pocos los políticos que aseguran que Google permite el acceso a contenidos ilegales y que no se les dará patente de corso para operar "ignorando la ley". Todas las conversaciones iniciadas entre la compañía de internet y el Gobierno terminaron sin ningún avance positivo.

Así, desde hoy, Google re direcciona su dominio en China y desvía todas las búsquedas y operaciones que se realizan desde el portal a su dominio en Hong Kong. Con ello, evitarán los posibles ataques y la censura gubernamental, siempre que desde Pekín se permita el acceso al buscador hongkonés.

4. ¿Cuáles son los beneficios que utiliza Hong Kong, como base para entrar y comercializar en el mercado chino?

Hay que destacar la situación geográfica estratégica de Hong Kong; por una parte, la proximidad con China Continental, y por otra, por hallarse en el centro del área Asia-Pacífico, en un momento en el que el interés comercial mundial está centrado en las relaciones con China.

Hong Kong se encuentra al lado de la provincia china de Cantón, una de las principales y más activas regiones productivas del país, lo que favorece los intercambios entre ellos, tanto de productos fabricados en China, como de mercancías de terceros países que utilizan las facilidades de entrada a Hong Kong para su distribución en el resto del continente y a la inversa.

- Proximidad geográfica, lazos culturales y lingüísticos.
- Situación de comercio privilegiada: acuerdos CEPA.
- Creciente integración: Hong Kong-Shenzhen-Macau-Zhuhai. Centro logístico regional.
- Libertad de movimientos de capital (libre repatriación de ganancias).
- Libertad de inversión sin discriminar el origen.
- 224.500 empresas en China con aportación de capital hongkonés (aproximadamente un 48% del total de empresas de capital extranjero)
- 60.000 fábricas en la provincia de Guandong con origen hongkonés.
- 9,6 millones de personas empleadas en esas fábricas.
- 16.000 mil US\$ de inversión en China en 2005. 190.000 mill.US\$ acumulados desde 1998.
- 6.000 bufetes internacionales con experiencia en China.
- 3.500 Consultorías globales y especializadas en diferentes sectores de China.

Una de las ventajas de Hong Kong es la mayor facilidad para acceder al mercado de China continental. Esto además ha mejorado desde la entrada en funcionamiento del tratado CEPA (Closer Economic Partnership Arrangement) firmado por China y Hong Kong.

El objetivo de este tratado es facilitar el acceso al mercado chino de los

productos “made in Hong Kong” y las empresas de servicios establecidas en Hong Kong. CEPA opera en tres ramas distintas:

1. *Comercio de bienes.*

Exportaciones a China libres de aranceles para productos fabricados en Hong Kong. 1510 categorías de productos están exentas de aranceles en su exportación a China. Poco a poco se van añadiendo más categorías.

2. *Comercio de servicios.*

Mayor facilidad para los proveedores de servicios en su entrada en China. CEPA cubre actualmente 18 sectores y elimina o reduce las trabas geográfica, financiera y de propiedad.

Empresas de cualquier nacionalidad pueden solicitar acogerse al tratado si:

Está inscrita en Hong Kong

Ha estado operativa durante 3 o 5 años (dependiendo del sector)

Tiene obligación de pagar impuestos sobre beneficios en Hong Kong

Emplea al menos un 50% de personal local

3. *Facilitación del comercio y las inversiones.*

Los Gobiernos de Hong Kong y China continental han acordado una serie de medidas para que los negocios entre las dos economías sean más fáciles y eficientes. Estas medidas cubren la desaduanización, inspecciones, regularización de los estándares de calidad, e-business, transparencia en temas legales y una mejora en la protección de la propiedad intelectual.

Beneficios de CEPA para empresas no establecidas en Hong Kong.

Las empresas extranjeras no establecidas en Hong Kong pueden beneficiarse de CEPA siendo proveedores de o asociándose con productores o empresas de servicios de Hong Kong que si cumplen los requisitos para poder acogerse al Tratado.

Preguntas: “El Genio de la Negociación”

5. ¿Cuales son las destrezas que en la actualidad se consideran como las más valiosas para negociar?

Tener un gran poder de persuasión que les permita negociar estratégica, ética y exitosamente.

6. A quien se le llama Genio en la Negociación?

Los “genios de la negociación” son personas capaces de superar obstáculos y obtener resultados notables. Pero no sólo tienen el talento para negociar sino que, además, poseen una serie de destrezas que se pueden aprender.

7. ¿En que momento inicia la negociación y que hay que tomar en cuenta?

Mucho antes de tomar asiento. Lo que hay que tomar en cuenta es: planifique sistemáticamente cómo reclamar durante la negociación cualquier cosa que sea útil o deseable. Identifique sus objetivos. Luego identifique sus opciones para

establecer la mejor alternativa ante un acuerdo negociado (MAAN). Determine qué tan valiosa es cada opción. A continuación, determine cuál es el peor resultado que aceptará. Si obtiene algo peor, se levantará de la mesa de negociaciones. Ahora identifique cuál es la mejor alternativa y el peor resultado que aceptará la otra parte.

8. ¿Que criterios hay que tomar en cuenta para evaluar el plan?

Hay que toma en cuenta ¿En qué medida el resultado fue mejor que el peor resultado aceptable? ¿Cuánto obtuvo de lo que estaba en juego? ¿Usted hizo la primera oferta? Busque la manera de moderar el alcance. Si quiere determinar cuánto puede presionar a la otra parte, empiece por investigar. Aprenda todo lo que sea necesario antes de negociar.

9. ¿Cuáles son los errores más comunes que se comenten a la hora de negociar?

- El “prejuicio del pastel fijo”: asume erróneamente que hay una “suma” limitada que se debe dividir entre las partes. Para superar dicho prejuicio basta con aumentar el valor del objeto de negociación.
- El “prejuicio de la intensidad”: entra en juego cuando, dada la intensidad de un factor, el resto de los elementos de la negociación quedan en segundo plano. Lo mejor para evitar esto es crear un sistema de puntuación que permita evaluar cada elemento metódicamente.
- El “aumento irracional de compromisos”: este es el caso, por ejemplo, cuando los ejecutivos se aferran a una estrategia decadente sólo para no quedar mal. Es lo que sucede en las subastas cuando la gente continúa haciendo ofertas que superan el valor del objeto subastado. Para evitar este prejuicio, planifique su “salida estratégica”. Busque un “abogado del diablo” que desafíe sus razonamientos. Prevea qué elementos lo podrían llevar a comprometer más de la cuenta.
- La “susceptibilidad a las fórmulas”: nuestra respuesta está condicionada al modo en que se presenta la información. Para superar este prejuicio basta con expresar de otra manera los puntos básicos. Válgase de diversos puntos de vista para evaluar la información.
- Los “prejuicios motivacionales”: nos pueden llevar a tomar malas decisiones. Este tipo de prejuicios aparecen cuando nuestros motivos entran en contradicción; por ejemplo, cuando lo que queremos entra en conflicto con lo que sabemos que debemos hacer. Para evitar esto, debemos cederle la responsabilidad de tomar decisiones a otra persona cuando se trata de puntos particularmente problemáticos.
- El “egocentrismo”: los seres humanos tienden a interpretar las cosas en su favor. En consecuencia, las partes no sólo pueden estar en desacuerdo sobre lo que quieren, sino además, sobre lo que es justo. La solución a este problema es tratar de ver las cosas desde “afuera”.
- El “optimismo” y el “exceso de confianza”: son dos prejuicios relacionados. La gente tiende a creer que el triunfo ajeno resulta de acciones poco éticas. Reconozcamos los riesgos de la confianza excesiva

en uno mismo. Evite juzgar a la gente por el hecho de que pertenezca o no a nuestro grupo. Cree confianza entre las partes antes de negociar. Es importante que estemos al tanto de nuestros prejuicios y los confrontemos sistemáticamente. Es preciso que revisemos nuestro razonamiento a la hora de tomar una decisión. Es posible que los límites de tiempo nos obliguen a darle un enfoque intuitivo a toda la negociación. Así pues, lo mejor es no negociar cuando los límites de tiempo estén por expirar. Divida la negociación en sesiones y revise sus decisiones entre cada una de estas. Válgase de analogías para aprender de experiencias ajenas. Trate de ver de nuevo todo desde afuera o recurra literalmente a un tercero. Planifique su respuesta ante los prejuicios de la otra parte. Ayude a la otra parte a superar sus prejuicios, no por altruismo sino porque los malos negociadores suelen hacer malos negocios. Confirme toda la información contrastándola con diversas fuentes. Incluya cláusulas de contingencia en todos sus contratos para evitar conflictos que surjan a partir de prejuicios.

Preguntas sobre la TOYOTA

10. ¿Qué súnica para la Toyota concentrarse en el largo plazo

Buena parte de las compañías están obsesionadas con las cifras del siguiente trimestre. En cambio, a la hora de tomar decisiones, la Toyota pone la mira veinticinco años adelante.

Procura que sus productos dependan por completo de la verdadera demanda (TPS).

Los gerentes de Toyota consideran que no hay nada más útil que la experiencia obtenida al hacer las cosas.

11. ¿Cómo logra la Toyota evolucionar como organización?

La Toyota es una compañía profundamente arraigada en la tradición pero, al mismo tiempo, se siente cómoda cuando requiere un cambio evolutivo.

Toyota considera que sus gerentes deben comportarse como maestros para que NUMMI tuviera éxito.

Toyota siempre ha sido un pionero a la hora de invertir en nuevos avances tecnológicos; se preocupa no por lo que puede hacer, sino por lo que quieren los clientes. La Toyota espera que todos sus empleados, independientemente del nivel, piensen y actúen como inspectores de control de calidad.

Es imprescindible la experiencia de primera mano.

Una constante que se suele pasar por alto es que los defectos de cualquier proceso no se pueden eliminar si no se identifican y analizan las causas.

Que los Gerentes que actúen como si no tuvieran mayor poder, los objetivos se alcanzan gracias a la colaboración de todos y no a partir de unas rígidas directrices gerenciales. No contrata aquellos empleados con el mejor currículum sino, aquellos que encajan mejor en la cultura de la compañía. La mayoría de los empleados no le reportan a un solo jefe, sino a varios gerentes.

12. ¿Cuál son los pilares que le permiten a los colaboradores una mejor forma de mejorar

El Justo a tiempo: si se determina qué se necesita y en qué cantidad, es posible mantener inventarios menos abundantes.

Jidoka: Es la capacidad de detener las líneas de producción cada vez que ocurra un problema relacionado con la calidad.

Kaizen: Compromiso de eliminar cualquier función que constituya un desperdicio de recursos.

13. ¿Cuáles principios comerciales aplico Kiichiro Toyoda en la Toyota:

- Contribuir en conjunto, e independientemente de la posición política, con el desarrollo y bienestar del país a través del cumplimiento cabal de nuestras tareas.
- Adelantarse a los tiempos mediante una interminable creatividad, curiosidad y perfeccionamiento.
- Ser práctico y evitar la frivolidad.
- Ser amable, generoso, crear un ambiente cálido y familiar.
- Ser respetuoso; mostrar y actuar con gratitud por todas las cosas, grandes y pequeñas.

14. ¿Cómo logra Toyota aumentar la calidad

Una constante que se suele pasar por alto es que los defectos de cualquier proceso no se pueden eliminar si no se identifican y analizan las causas. Toyota es famosa porque cualquiera que haya descubierto un defecto puede detener inmediatamente la línea de producción. Así pues, la cultura de Toyota incluye el concepto de que el modo de aumentar la calidad es identificar y luego eliminar progresivamente la raíz de los defectos.

Para reforzar este punto de vista, los empleados de la Toyota deben poner en práctica tres conceptos fundamentales:

1. Hablar apenas sean identificados los problemas: todos los empleados son responsables de la calidad. Nadie puede evadir esta responsabilidad.
2. Preguntarse al menos cinco veces “¿por qué sucedió esto?”, con el fin de llegar a la verdadera raíz del problema: en la Toyota se considera que las preguntas siempre llevan a la verdad. Así pues, se anima a los empleados a preguntar “¿por qué?” al menos cinco veces.
3. Buscar la fuente del problema y tratar de solucionarlo: lo ideal es tratar de entender en persona lo que está sucediendo. De lo contrario, es muy probable llegar a un diagnóstico errado del proceso.

15. ¿Qué significa en la Toyota el término “aprende sobre el cliente, vive para el cliente”?

Toyota está consciente de los estragos que ha causado la arrogancia en otras corporaciones. La compañía sabe que no tiene todas las respuestas y, por tanto, se ha habituado a hacer investigaciones de mercado que incluyan el contacto directo con los clientes.

Toyota fabrica vehículos muy duraderos porque realmente se esfuerza por

escuchar y aprender de los clientes. La compañía toma muy en cuenta la opinión de los clientes. Esto contrasta con el enfoque tradicional de la Ford y de General Motors, donde la mayoría de las decisiones se toman de acuerdo con la configuración de las fábricas. Este enfoque le funcionó al principio a las Tres Grandes; pero, ya no funciona tan bien en la era de la globalización.

Preguntas sobre el video: “Los niños esclavos de la Nestlé”.

16. ¿Qué lugares se dice están involucrados con la industria del Chocolate, produciendo chocolates con niños en estado de esclavitud?
En África, concretamente Costa de Marfil, Mali, Ghana
17. ¿Cuántos niños se estima que trabajan en las plantaciones de cacao?
Mas de 200.000 mil
18. Si usted fuera el encargado de mercadotecnia de la Nestlé ¿Qué haría?
19. ¿Qué opinión le merece el documental?