



Newsletter  
**GENTE & TRABAJO**



FEBRERO /  
**2024**

[www.oconorconsulting.com](http://www.oconorconsulting.com)



# “ Comercio Ecuador – China ”

Guayaquil: 0987290067  
Quito: 0987290067

  
**O'CONOR**  
CONSULTING

# Contenido



## *Artículos.*

- **Valores de la Cultura China**
- **Lo que hay que saber sobre la cultura empresarial en China**
- **Ritos para negocios en China**

## *Vacantes*

- Nuevas / En proceso
- ***Responsabilidad Social***  
Teléfono amigo



### *Guayaquil*

Av. Jaime Roldós Aguilera, Ciudad Colón, Parque Empresarial Colón Edf. Empresarial I, Mezanine Oficina 08

- comunicaciongye@oconorconsulting.com -

### *Quito*

Av. 6 de Diciembre N34-360 y Portugal, Edificio Zyra, Piso 12, Oficina 1201

- comunicacionuio@oconorconsulting.com -



# Editorial

Estimados Amigos:

Se abre una excepcional oportunidad para nuestro país, de fortalecer nuestro Comercio internacional con China. A inicios del segundo semestre entrará en vigencia el Acuerdo Comercial con esa que la segunda mayor economía del planeta y segundo más poblado.

En lo que respecta al escenario Laboral, esto nos ofrece concretas posibilidades de crecer en plazas de trabajo, capacitarnos en diferentes cuestiones técnicas de última generación, diversificar los negocios, enriquecer nuestra experiencia cultural, y, un largo etcétera, en función del importante mercado Chino.

En nuestra entrega de la Revista Gente & Trabajo de Febrero, vemos muy oportuno hablar del milenario y gran país China. Que sirva en algo de referencia.

Saludos

José Fernando Mosquera  
O'CONNOR CONSULTING



## *Valores de la Cultura China*

**China es una de las civilizaciones más antiguas del mundo (7 mil años) y hace más de 3 mil años aparecen las primeras dinastías de Emperadores. Sus 4 grandes inventos en la antigüedad fueron: la Brújula, la Pólvora, el Papel y la Impresión. Hoy es el segundo país más poblado del mundo y la segunda potencia económica mundial; un Estado unipartidista gobernado por el partido Comunista.**



## ***Cómo se estructura el pensamiento de la sociedad China?. Aquí condensamos sus grandes valores:***

### **Armonía**

El principio de armonía siempre ha sido muy importante para los chinos. En el momento de enfrentarse a un problema, hay un dicho chino que dice “La armonía es lo máspreciado que existe” (Hé wéi guì). Algo así como un día de verano, con sol, pero con una ligera y apetecible brisita. Si lo comparamos con una conversación entre un alemán y un chino, el primero será más directo en sus opiniones y su cara de enfado o afirmación estará alineada con lo que está pensando realmente. Un chino será más indirecto en el lenguaje (también es una característica del idioma) y no mostrará tanto ese enfado o conformidad, para no romper esta armonía. Preferirá sentarse y, tranquilamente, reflexionar.

El presidente que precedió a Xi, Hu Jingtao, promovió un slogan que decía “China debe ser la sociedad de la armonía”.

### **Confucianismo, taoísmo y budismo**

Del mismo modo que la religión católica ha sentado unas bases de conducta en sociedades como la española, francesa, brasileña o italiana, en China hay tres: confucianismo, taoísmo y budismo. Ilustrándolo con la política, la manera en la que el gobierno dirige el país, refleja ciertas ideas del confucianismo, como la de mantener un orden social, la importancia de la comunidad y la jerarquía de las personas y cosas, así como un fuerte carácter de lealtad.

El taichi es un deporte de influencia taoísta y muchos chinos lo practican. Además, mucha gente presta atención a cultivar la vida y el espíritu (Yǎng shēng), también reflejo del taoísmo. Podría resumirse en “para seguir las leyes de la naturaleza, hay que minimizar deseos y riesgos innecesarios y vivir de una manera sencilla y sana”.

En el budismo, por su parte, aunque menos practicado que las otras dos, se aprecian mucho los conceptos de compasión y causa-consecuencia (“todo pasa por una razón”).



## Visión global

Hay un proverbio que dice “No puedes saber de qué forma es la montaña si estás subida a ella”. La visión global de las cosas juega un importante papel: el impacto de la comida en el estado de ánimo, la relación de un brazo o una pierna con el resto del cuerpo o la necesidad de escuchar todos los puntos de vista antes de tomar una decisión.

## Refranero

El refranero popular está muy presente en el día a día, como ocurre en España o Latinoamérica. Los proverbios están por todas partes. Sin ir más lejos, en Alibaba las frases del Jack Ma y los clásicos proverbios chinos forman parte de la cultura de trabajo, y decoran murales, presentaciones y pantallas de bienvenida en muchas herramientas. Muchos de estos proverbios han servido como punto de partida para los valores actuales de dicha compañía Alibaba: “Nunca abandones. Hoy es duro, mañana lo será más, pero pasado mañana saldrá el sol”. “Adáptate al cambio”. “No importa caer 100 veces, si podemos levantarnos una vez más”.

## Humildad, Fluidez, Esfuerzo y Guanxi

Otros valores tradicionales son la Humildad. Otro, el Fluir de manera circular: muchas presentaciones contienen círculos para explicar dinámicas y fases de proyectos. El Sentido del esfuerzo y la Perseverancia: demostrar que se está trabajando duro a la vez que sufriendo es algo muy típico). Y, el Guanxi: código social de reciprocidad, de “yo te doy esto, tú me das esto otro.



## **Lo que hay que saber sobre la cultura empresarial en China**

*La cultura empresarial en China se encuentra en una fascinante evolución a medida que el país avanza en su transición social y económica. La apertura de China a finales de la década de 1970 bajo el mandato de Deng Xiaoping aportó una perspectiva nueva y positiva sobre las empresas y los empresarios. Esto ocurrió a pesar del sólido control del poder político por parte del Partido Comunista y de la falta de reformas políticas significativas. Las máximas de Deng: "No importa si un gato es blanco o negro mientras cace ratones" y "Enriquecerse es glorioso" han tenido una enorme importancia en la configuración de la filosofía empresarial dentro del Estado comunista.*

*Cualquier empresa occidental que se plantee entrar en China debe comprender y tener plenamente en cuenta los elementos fundamentales de la cultura empresarial en China.*



## **Pensamiento colectivo frente a individualismo**

Aunque los chinos suelen tener una escala de individualismo baja y la gente no suele sentirse cómoda tomando decisiones por su cuenta, los occidentales deben hacer el esfuerzo de evaluar constantemente la cultura empresarial de su organización homóloga en China. En algunos casos, las acciones más sencillas requieren encontrar el consenso del grupo. Las empresas occidentales a menudo tienen que recalibrar su forma de pensar, sobre todo en lo que respecta al valor de la independencia que motiva a las personas.

## **Filosofía confuciana y estilos de gestión chinos**

Aunque los estilos de gestión de las empresas y organismos públicos chinos están evolucionando, muchas interacciones y procesos siguen basándose en la filosofía confuciana. En el pensamiento confuciano, la idea de armonía social es primordial y las relaciones en la sociedad se consideran claramente desiguales. Así, por ejemplo, los mayores deben ser respetados por los más jóvenes y los mayores por los subordinados, etc.

En el pensamiento confuciano, la sociedad refleja que cada individuo conoce su lugar en el orden social y que cada miembro desempeña bien su papel. En este contexto, los ejecutivos occidentales deben evaluar qué lugar ocupan sus homólogos en la jerarquía de las organizaciones de sus homólogos y prestar atención a su papel y función.

## **Guanxi**

El concepto de guanxi o conexiones personales sigue siendo un elemento crucial en la sociedad y los negocios chinos. El guanxi puede considerarse una red de relaciones individuales en la que los "amigos" se hacen favores mutuamente. Como se ha dicho a menudo, "en China si no tienes guanxi, no tienes nada". Estas relaciones son fundamentales y deben renovarse y desarrollarse continuamente.





## **Jerarquía y toma de decisiones**

China ocupa un lugar destacado en el índice de jerarquía, lo que implica que las empresas occidentales se toman más en serio en China cuando sus máximos dirigentes participan directamente. A menudo hay una persona clave en la toma de decisiones de una organización y las empresas occidentales tienen que centrarse en identificar a esa persona y el proceso para relacionarse con ella.

Debido a la jerarquía, las prácticas empresariales de colaboración occidentales, como las conferencias telefónicas y las sesiones de brainstorming, pueden fracasar o no ser tan eficaces como se esperaba. Los empresarios occidentales deben evaluar continuamente las señales que reciben de sus homólogos en cuanto a los siguientes pasos apropiados.

## **Orientación a largo plazo frente a orientación a corto plazo**

La orientación temporal crea algunas de las mayores fricciones entre los occidentales y los chinos que trabajan juntos. Los chinos suelen tener una orientación a largo plazo, mientras que la mayoría de los occidentales tienen una orientación a más corto plazo. La divergencia de perspectivas se refleja en estos dos adagios: "Con el tiempo, hasta una morera se convierte en seda" y "El tiempo es oro".

En este contexto, el sentido de urgencia temporal de un occidental puede utilizarse en su contra en las negociaciones. A menudo se interpone en el camino de hacer las cosas bien en China y puede dar lugar a escenarios desafiantes y conflictos.



## Diferencias culturales regionales

China es más diversa de lo que muchos empresarios occidentales pueden apreciar. Hay 56 etnias reconocidas oficialmente por el gobierno chino, y muchas de ellas tienen sus propias lenguas. Obviamente, los occidentales deben hacer sus deberes y confiar en la perspicacia de sus socios locales para apreciar las características culturales regionales.

Es interesante señalar que un equipo dirigido por el psicólogo de la Universidad de Virginia Thomas Talhelm sugirió que China puede dividirse en dos regiones en términos de cultura y mentalidades distintas: la zona al sur del río Yangtsé, (estereotipo chino de visión holística de la vida, que hace hincapié en la interdependencia y el contexto) y la zona al norte del río, donde las actitudes de los residentes se acercan más a las de los occidentales (más independientes).

Talhelm y sus colegas creen que estas diferencias se deben en cierta medida a la dependencia histórica del sur de China del cultivo del arroz (empresa interdependiente) frente al cultivo del trigo (más independiente) en el norte.

La exposición a la cultura y los procesos empresariales occidentales varía notablemente, y las empresas de las ciudades del este de China están mucho más en sintonía con el mercado internacional.

Las ciudades chinas occidentales, como Chongqing, están cambiando rápidamente, pero aún carecen de exposición y experiencia en algunos aspectos del comercio internacional. Hace varios años, los bancos chinos pedían ayuda a las instituciones financieras canadienses para formarse en procesos de financiación del comercio internacional.

Desde una perspectiva general, se puede decir que China tiene un área central (China propiamente dicha) donde la población está compuesta principalmente por etnia Han, y varias zonas fronterizas en las que tradicionalmente residen grupos minoritarios.



## Religión

China no tiene una religión oficial o dominante. Aunque muchos ciudadanos chinos no tienen ninguna práctica religiosa, otros profesan religiones como el cristianismo, el budismo, el taoísmo, el islam y el judaísmo.

## Salvar la cara

El concepto de "guardar las apariencias" es un elemento fundamental de la cultura empresarial en China y los occidentales deben tenerlo muy presente en sus interacciones. En la cultura empresarial china, el rostro es la esencia del ser humano.

Los occidentales deben preguntarse cómo dar la cara en todas las situaciones. Cuando surgen problemas, hay que centrarse en resolver los problemas y los procesos, no en abordar las opiniones o acciones de las personas. Los comentarios positivos auténticos son muy útiles, pero los occidentales también deben tener cuidado con los cumplidos exagerados.

## Mujeres de negocios

Oficialmente, las mujeres tienen los mismos derechos que los hombres en el lugar de trabajo, y el Partido ha promovido esta sensación de igualdad en los últimos treinta años aproximadamente. Sin embargo, el pensamiento confuciano tradicional no encaja fácilmente con esta noción de igualdad de género.

Las empresarias extranjeras serán tratadas con gran respeto y cortesía. Sin embargo, pueden encontrarse con que, dentro de una delegación, los chinos preferirán a sus homólogos masculinos, independientemente de la antigüedad real de la empresaria occidental.

Dicho esto, cada vez es más frecuente encontrar mujeres en puestos razonablemente altos en las grandes organizaciones chinas, sobre todo en las ciudades más grandes y modernas.



## ***Ritos para negocios en China***

*En China todo es posible, pero nada es sencillo. Tener conocimiento sobre la cultura del país, antes de hacer negocios, es una muestra de respeto y consideración y suele ser profundamente apreciada. Aquellos que comprenden la cultura tienen más oportunidad de desarrollar relaciones de negocios exitosas y de largo plazo.*



Si quiere hacer negocios con China es muy probable que deba viajar para conocer a su contraparte. Por ningún motivo deberá saludar con abrazos o palmadas en la espalda. Algo tan simple como mirarlos a los ojos durante un tiempo prolongado puede generar obstáculos para el desarrollo de su proyecto exportador.

Es necesario que el empresario visite frecuentemente el mercado chino antes de iniciar negocios. La confianza es un término fundamental para la cultura de ese país, y no existen plazos fijos que le aseguren cuando la obtendrá. Tenga en cuenta que las negociaciones siempre se realizarán en grupo, por lo que deberá viajar acompañado por un equipo negociador, es decir por lo menos dos personas.

En las conversaciones hay ciertos temas que debe evitar como la política, el gobierno y su vecino Taiwán. En cambio, opte por comentar sobre el progreso de la economía china, su cocina o el tipo de productos que podrá adquirir en su país. La sociedad china es formal y protocolaria, y también puntual. Esto último es fundamental, dado que los empresarios chinos lo relacionan con el respeto y la seriedad en los negocios.

Una consejo fundamental es contratar un intérprete profesional, dado que los empresarios del gigante asiático tienden a utilizar la dificultad del idioma como una táctica negociadora, pudiendo incluso culpar al intérprete por posibles malentendidos.

## Características del Empresario

Una de las claves a la hora de hacer negocios en China, es mantener la paciencia. Al empresario le gusta mantener varias reuniones antes de tomar una decisión. Lo más probable es que las primeras reuniones sirvan solo para que usted y su socio puedan conocerse, quizás usted sienta que las reuniones no han sido productivas, pero puede estar seguro de que todo ese protocolo es un proceso normal a la hora de hacer negocios en el país.

Para el empresario chino es muy común negociar sobre la base de relaciones de confianza más que sobre contratos. Esto no quiere decir que usted no deba proteger sus intereses con contratos bien establecidos, pero no se sorprenda si luego de un tiempo su socio oriental quiere renegociarlo.

Se recomienda planificar reuniones de negocios con una antelación de 1 a 2 semanas. Se debe considerarse que los meses de enero y febrero, por el Nuevo Año y Nuevo Año Lunar, la primera semana de octubre, por el Día Nacional, en general, son de vacaciones. Asimismo, los empresarios chinos prefieren obtener un listado de precio y/o muestras antes de fijar una reunión. El conocimiento de algunos empresarios chinos sobre América Latina, es más bien limitado.

Es muy importante comprender que la jerarquía, los protocolos y los contactos juegan un rol preponderante a la hora de realizar negocios en el país. Asimismo, recalco la puntualidad en las reuniones. Ellos, incluso, llegan antes a las reuniones.

## Normas de Protocolo

Si usted no maneja el lenguaje, una solución es contratar personal que sea capaz de hablar chino o contratar intérpretes (muchas veces es la empresa china la que los provee). Es importante recalcar que se utiliza cada vez más el inglés como lenguaje de comunicación para los negocios, por

lo tanto esta barrera ya no es tan grande como lo fue hace unos años, sin embargo, si usted maneja ciertas palabras en chino (por ejemplo sabe presentarse), será generalmente muy valorado por su contraparte dado que muestra seriedad e interés de su parte. No obstante, muchas veces se recomienda preocuparse de comprender las diferencias culturales y no necesariamente de las barreras lingüísticas que podrían existir.

Si usted decide contratar un intérprete es ideal que sea un individuo de nacionalidad china que haya vivido en Chile, de este modo él no tendrá problemas comprendiendo su acento y si por alguna razón usted dice algo que podría ser políticamente incorrecto, el intérprete sabrá cómo adaptar el discurso. Si pretende realizar negocios de largo plazo en China, se recomienda fuertemente que el personal que contrate sea bilingüe o que consiga siempre al mismo individuo como intérprete de tal manera que éste tenga incentivos de buscar siempre lo mejor para su compañía.

Obsequiar algo al intérprete al final de su viaje es recomendable si pretende volver a contratarlo. Las relaciones personales es otro de los puntos que en China son claves. Por ejemplo, un encuentro cara a cara es más importante que llamadas, correos, etc. La amistad se forma lentamente convirtiéndose en relaciones muy sólidas. Es muy importante tener una red de amigos, ellos se apoyan mucho en la red de conexiones. Antes de concretar un negocio y establecer una relación de amistad duradera.

Las tarjetas de presentación son extremadamente importantes a la hora de establecer contactos en China. Es recomendable que tenga suficientes tarjetas para su incursión en el país y que éstas estén impresas en inglés por un lado y en chino por el otro. Como se menciona anteriormente, a la hora de traducir el nombre de su compañía, la traducción literal no es siempre la indicada, por lo tanto busque consejos cuando escoja el nombre chino de su empresa dado que es muy importante para dar una buena primera impresión. Si es posible, se recomienda imprimir las letras chinas en dorado dado que es un color que tiene una buena connotación. Al recibir a los empresarios chinos siempre servir algo de beber, té es lo más adecuado.

## Reuniones

Al ingresar a la reunión el líder encabeza la entrada del grupo, y se sienta en el medio de un lado de la mesa. El primer paso suele ser intercambiar las tarjetas si es el primer encuentro de ambas partes. Cuando reciba una tarjeta, ésta le será entregada con las dos manos. Recíbala de la misma manera y examínela con atención, luego guárdela (si es posible en un tarjetero). Entregue su tarjeta de la misma manera con el lado en chino mirando hacia arriba. Los chinos quieren saber el grado de autoridad de su interlocutor y hasta donde tienen las responsabilidades. La edad es esencial para obtener respeto la educación es también sinónimo de status. Prepare la documentación o presentación de su empresa, si es en idioma chino es mucho mejor. Los chinos no van directos al grano, lo mejor es iniciar con las conversaciones introductorias. Hable con frases simples y cortas, no piense que lo obvio para usted es obvio para ellos. Tome su tiempo para ganar conocimiento.

Cuando asista a una cena es extremadamente importante llegar de manera puntual o incluso con algunos minutos de anticipación. Si es usted quién la organiza llegue mucho antes para recibir a sus invitados. Cuando usted es el anfitrión, los invitados esperaran que anuncie el final de la cena con un brindis de cierre el cual puede ser seguido por la toma de fotografías. Cuando realice un brindis es importante insistir sobre aspectos como la amistad entre las compañías o el éxito de los negocios. En cambio, si es la primera vez que su grupo cena con sus socios, es bastante común que se intercambien regalos, los cuales están envueltos y en general no se abren en el lugar.





# O'CONOR

---

## CONSULTING

**Outplacement para ex Gerentes Generales y ex Altos Ejecutivos, que anhelan “enriquecer su calidad de vida y aprovechar su gran sabiduría”:**

- **Un Plan de Vida Integral “reforzado”**, adecuado a sus nuevas circunstancias; con la guía de Psicólogos, Consultores y Coaches expertos.
- **Un Plan de Actividades Ocupacionales (Asesorías, Consultorías, Academia, Foros, etc.)** a la medida de esta nueva etapa, aprovechando sus conocimientos, experiencias y talentos; a tono con su vitalidad.
- **Compartir experiencias y proyectos con otros ex Altos Ejecutivos de intereses similares; Coaching Grupal - Motivacional; transmitir sus vivencias y comprender las de otros; aprovechar el capital intelectual y emocional de la vida.**

**Consultenos:**

**O'CONOR CONSULTING, A su disposición más de 27 años de experiencia en el “Servicio Outplacement en Ecuador”.**

**Un Equipo de Consultores Profesionales Senior especializados.**

**Guayaquil:** [comunicaciongye@oconorconsulting.com](mailto:comunicaciongye@oconorconsulting.com)

**Quito:** [comunicacionuio@oconorconsulting.com](mailto:comunicacionuio@oconorconsulting.com)

**Telf:** 0987290067



# Nuevas Vacantes #OfertaLabora

| <b>Selección de:</b>          | <b>Gerente de Operaciones</b>  |
|-------------------------------|--------------------------------|
| <b>Datos de la empresa:</b>   | Importante Cadena hotelera     |
| <b>Búsqueda realizada en:</b> | Quito                          |
| <b>Vacante para:</b>          | QUITO                          |
| <b>Consultor responsable:</b> | acaicedo@oconorconsulting.com  |
|                               | seleccion@oconorconsulting.com |

| <b>Selección de:</b>          | <b>Gerente de Operaciones</b>  |
|-------------------------------|--------------------------------|
| <b>Datos de la empresa:</b>   | Importante Cadena hotelera     |
| <b>Búsqueda realizada en:</b> | Quito                          |
| <b>Vacante para:</b>          | QUITO                          |
| <b>Consultor responsable:</b> | acaicedo@oconorconsulting.com  |
|                               | seleccion@oconorconsulting.com |



**#TeléfonoAmigo (02) 290-6030**

Las estadísticas del sector salud, relacionadas a crisis emocionales, depresión, angustia, conflictos intrafamiliares, suicidios, demuestran que estos se han incrementado los últimos años.

Lamentable consecuencia del entorno de crisis, social, económica, laboral, delincriminal, etc, etc.

La FUNDACIÓN “TELEFONO AMIGO” representa una labor concreta y eficaz de “Auxilio preventivo, de escucha activa, de contención emocional” para los muchos jóvenes y adultos que llaman a este número telefónico permanentemente.

Pedimos apoyo de Usted y sus colegas de la empresa, y no solo del Área de Talento Humano, sino cualquier persona de buena voluntad que quiera donar dos horas de su tiempo semanal y comprometerse a esta noble labor de Voluntariado, una vez que sea adecuadamente capacitada en las “técnicas de apoyo a personas en crisis emocionales primarias”.

Súmese a esta urgente necesidad de contar con más Voluntarios.

Llame a Teresa Villaverde, Cel: **(02) 290-6030**



O'CONOR CONSULTING esta a sus ordenes para Consultorías de Evaluación y Mejoramiento del Clima Laboral y Gestión del Desempeño.

**CONSÚLTENOS!!**

Quito: José Fernando Mosquera / 0992742570



## ***Programas Abiertos:***

De estudiante boliviano a estratega: Cómo convertir una maestría en logros gerenciales  
Octubre 11, 2023

Conviértete en Incaísta por un día  
Octubre 14, 2023

Potencia el futuro profesional de tu hijo con una maestría de INCAE  
Octubre 21, 2023

\*Publicidad no oficial, sólo para fines informativos

Más información en:  
***[www.incae.edu/es](http://www.incae.edu/es)***

# BÚSQUEDA INTELIGENTE DE TALENTOS



## Guayaquil:

Av. Jaime Roldós Aguilera, Ciudad Colón  
Parque Empresarial Colón,  
Edificio Empresarial I - Mezanine, Oficina 08  
Teléfono: 0987801699

## Quito:

Av. 6 de Diciembre N34-360 y Portugal,  
Edificio Zyra, Piso 12, Ofi. 1201  
Teléfono: 0987290067

**ESTUDIOS INTERNOS**

**OUTPLACEMENT  
E INTERNSHIP**

**CONSULTORÍA PARA  
EL LARGO PLAZO**

**ENCUESTAS  
DE MERCADO**

**CAPACITACIÓN**

**DESARROLLO DEL  
TALENTO HUMANO**

