

Lagunas chinas

Description

China presentó en la Expo Shanghai 2010 sus credenciales para convertirse en otra potencia tecnológica mundial. Pero, como todo rápido proceso de desarrollo, el chino padece lagunas, entre ellas, una insuficiente protección de los derechos de la propiedad industrial e intelectual (DPI). Es cierto que ha hecho indudables avances legislativos desde su entrada en la OMC en 2001. Sin embargo, las leyes no son interpretadas y aplicadas de forma efectiva y transparente por parte de sus jueces y funcionarios. Existe una dicotomía entre el discurso oficial y la realidad diaria.

China solo se convertirá en una defensora de los DPI cuando sus grandes empresas sean también líderes tecnológicos. Y están en ello, pues ya es mucho más que la fábrica del mundo. Sus empresas ya producen bienes de alto valor añadido, lanzan sus propias marcas e incluso compran otras de renombre mundial para entrar en las redes de distribución internacional controladas por EEUU, la UE y Japón.

No obstante, su estrategia será diversa en función de sus intereses. Protegerá los DPI en las grandes ciudades de las provincias costeras, priorizando los de las marcas chinas. La protección será más laxa por las empresas extranjeras. Un doble rasero con fines proteccionistas para favorecer el control del mercado interior por las empresas chinas. En cambio, la protección de los DPI será escasa en las zonas poco desarrolladas del centro e interior del país. Allí, los chinos seguirán fabricando y exportando productos falsos o pirateados, accesibles a los bolsillos de los consumidores con rentas bajas, chinos o del resto del mundo.

Debemos proteger mejor nuestros DPI. Los chinos son emprendedores, hábiles y sutiles y si te despistas te marcan un gol por la escuadra. Jugar en China es complicado porque las reglas de juego son inconcretas, no siempre se cumplen y el árbitro puede ser parcial. Muchas empresas no registran internacionalmente las marcas, las patentes y los derechos de autor. Entonces, algún avisado jugador chino las copia o falsifica y las vende e incluso exporta impunemente. Y si corre más y los registra en China antes que el verdadero propietario, este deberá recurrir a los Tribunales chinos en un complejo y costoso proceso. El jugador infractor será amonestado, pero cabe que siga jugando al día siguiente y siga marcando más goles. Conclusión: se deben registrar sin demora los DPI aunque no se prevea comerciar o invertir en China.

A pesar de todo, China es un mercado imponente donde merece persistir y asumir unos riesgos que pueden mitigarse si la empresa se prepara con tiempo. Es el primer país exportador y será el primer mercado consumidor mundial. Para muchas empresas ya lo es. Las clases medias crecen rápidamente. Y millones de chinos que ahora compran productos falsos, ansían prosperar y demostrar su nuevo status social, comprando productos de calidad. Hoy es aún un buen momento y hay espacio para entrar en el mercado chino.

Los DPI son el nuevo oro negro del Siglo XXI. Seguirán las disputas económicas entre los países desarrollados y los emergentes. EEUU y la UE presionan a China para que asuma sus compromisos sobre los DPI. Pero China lo hará cuando le convenga.

Acceso ao artigo orixinal no repositorio web 1998-2012

APARTADOSTEMATICOXEOGRAFICOS

China e o mundo chinés ARQUIVO

IDIOMA

Galego

Date Created

Novembro 9, 2010

Meta Fields

Autoria : 3725

Datapublicacion : 2010-11-09 00:00:00