

Economía y conocimiento de Asia

Description

La creación del nuevo departamento de Economía y Conocimiento de la Generalitat de Catalunya, que lidera el profesor Andreu Mas-Colell, me recuerda con están ligados ambos conceptos. Vivimos en un mundo donde es el más fácil acceso a la información y la rapidez de los medios de transporte internacional hacen desaparecer o disminuir las distancias entre los países y entre las personas.

La creación del nuevo departamento de Economía y Conocimiento de la Generalitat de Catalunya, que lidera el profesor Andreu Mas-Colell, me recuerda con están ligados ambos conceptos. Vivimos en un mundo donde es el más fácil acceso a la información y la rapidez de los medios de transporte internacional hacen desaparecer o disminuir las distancias entre los países y entre las personas. Pero estar más informado, no comporta siempre más conocimiento. Porque las verdaderas barreras son culturales.

El desconocimiento mutuo de las raíces históricas, culturales y lingüísticas constituye el gran muro que dificulta las relaciones internacionales. Saber como son, sienten y piensan las personas que pertenecen a otras civilizaciones, como los confucianos, los musulmanes y los hindúes, es la clave que favorece todo tipo de relaciones, incluso las económicas y empresariales. Se necesita formar más jóvenes con estudios internacionales, interculturales y lingüísticos. Su formación corresponde al mundo económico con el apoyo del empresarial.

El desconocimiento sobre Asia es grande. Por razones geográficas e históricas, hemos mirado más hacia nuestro Occidente, europeo y americano, que hacia el lejano Oriente. Ha llegado la hora de girar nuestros ojos a nuevas latitudes. Para potenciar las relaciones con Asia se debe formar un número más alto de expertos conocedores de los ámbitos políticos, económicos, culturales y jurídicos de los diversos países asiáticos. Sin estos expertos es más difícil para las empresas catalanas iniciar y consolidar su presencia comercial e inversora en los grandes mercados emergentes. Los llamados países BRIC solo suman el 4,5% de los pedidos de productos catalanes. Una necesidad urgente porque nuestro comercio exterior es excesivamente dependiente de la Unión Europea. Y es Asia, sobretodo China, el origen del déficit de la balanza comercial de Cataluña.

También se deben promover e incrementar los intercambios turísticos. Asia es un creciente mercado emisor y receptor turístico con una gran proyección de futuro. La Organización Mundial de Turismo (OMT) estima que en 2020 unos 100 millones de chinos viajarán al exterior.

Sean Golden, profesor de la UAB recuerda a menudo las experiencias de Alemania, Francia e Italia. Sus universidades han formado muchos expertos en Asia. Una estrategia que les ha permitido alcanzar, en comparación con otros países europeos, un peso comercial e inversor más potente en la región. Casa Asia ha promovido los estudios asiáticos en las universidades catalanas. Destacan la UAB, la UB, la UPF y la UOC. También en ESADE y IESE, entre otras escuelas de negocios. Y las becas de La Caixa forman buenos profesionales. La apertura de un Instituto Confucio en Barcelona, el 15 de abril de 2010, es otro buen instrumento para la enseñanza de la cultura china en Cataluña. También se debe potenciar los intercambios académicos con los asiáticos a nivel de profesores y estudiantes.

Las empresas catalanas necesitan más expertos conocedores de Asia. Muchos profesionales con muy buena formación económica y empresarial fracasan a la hora de trabajar en un país asiático porque lo desconocen culturalmente. Se precisa saber como funciona el país, como son y piensa su gente, como es la cultura, la lengua. Es to es básico en los países asiáticos, donde las relaciones personales o de confianza son las claves para hacer negocios. También el conocimiento de las lenguas como el chino, el japonés y el coreano, favorece la captación del turismo asiático. También, la relación y la integración social de las comunidades asiáticas en Cataluña y su rol de nexos comerciales con sus países de origen.

Si Cataluña quiere ser un “Sociedad del Conocimiento” en un mundo cada vez más global e interdependiente, no puede

desconocer la realidad y la diversidad de Asia-Pacífico, el nuevo centro económico y comercial mundial. El siglo XXI será el siglo de Asia y de China e India en particular.

Las universidades asiáticas apuestan decisivamente por formar jóvenes muy emprendedores que estudian lenguas como el inglés para afrontar la globalización. Las universidades catalanas también deben apostar con firmeza para incluir la dimensión asiática en sus programas de enseñanza. Cataluña está en el buen camino pero debe persistir. Una mayor oferta y demanda de estudios internacionales y asiáticos favorecerá también la proyección y la imagen internacional de Cataluña.

APARTADOSTEMATICOXEOGRAFICOS

Asia

IDIOMA

Castelán

Date Created

Xaneiro 10, 2011

Meta Fields

Autoria : 3725

Datapublicacion : 2011-01-08 00:00:00