

La amistad y los negocios

Description

En España es habitual hacer alarde de una relación con China caracterizada por la buena sintonía institucional. Nada que objetar. Es una constante que se mantiene a lo largo del tiempo y que no padece a consecuencia de la alternancia política, lo cual es un dato ciertamente sobresaliente teniendo en cuenta los frecuentes desajustes en este terreno y que afectan a cada vez más segmentos de lo que sería recomendable considerar “política de Estado”. Este hecho es igualmente valorado por China, cuyas autoridades no han ocultado su simpatía por España.

En España es habitual hacer alarde de una relación con China caracterizada por la buena sintonía institucional. Nada que objetar. Es una constante que se mantiene a lo largo del tiempo y que no padece a consecuencia de la alternancia política, lo cual es un dato ciertamente sobresaliente teniendo en cuenta los frecuentes desajustes en este terreno y que afectan a cada vez más segmentos de lo que sería recomendable considerar “política de Estado”. Este hecho es igualmente valorado por China, cuyas autoridades no han ocultado su simpatía por España.

Acostumbra a señalarse igualmente que en el fomento de la relación empresarial con China lo primero es hacer amigos y que solo después se podrán hacer negocios. Se diría que tenemos lo primero pero ¿tenemos lo segundo? Un somero repaso a las relaciones comerciales nos indica que, pese a algunos avances, seguimos lejos de una relación satisfactoria. España capta un promedio del 2 por ciento del total de las inversiones chinas en Europa y el déficit comercial sigue instalado en niveles insoportables, en torno a los 14.000 millones de euros. Si hablamos de captación de turistas o de estudiantes, las cifras son igualmente bajas en relación a nuestros vecinos europeos.

¿Qué falla? Si le preguntamos a los chinos conocedores de las relaciones bilaterales, la respuesta es bastante clara. En primer lugar, influye negativamente la diferencia de mentalidad. Es una variable archiconocida pero la queja sigue prevaleciendo sobre el esfuerzo de adaptación. La recriminación de que los chinos no respetan los usos y costumbres internacionales, aseveración más o menos cierta, puede ser de recibo pero difícilmente nos llevará por sí sola a buen puerto. En segundo lugar, las acciones que promovemos no acostumbran a prepararse a conciencia y en muchos casos, especialmente en los impulsos institucionales ya públicos ya privados, es usual encontrar un protocolo de alta exigencia descuidando la pormenorización en detalles que podrían mejorar la elevación de los contenidos. En tercer lugar, no somos provocativos. Es una cuestión de estrategia, que debe basarse en tomar buena nota de la coyuntura y de las expectativas para aprovecharlas construyendo una relación basada en el empuje y el atrevimiento. El *buenismo* no es ni suficiente ni admirable y puede ser hasta contraproducente. Por otra parte, conviene afinar los oídos y acoger con mayor atención y cintura los consejos que nos llegan, no siempre cargados de segundas intenciones.

Hacer depender casi todo de la apuesta por las grandes empresas en lugar de crear una potente red de pymes, organizadas y con capacidad para anticipar situaciones, *cazando en manada* por utilizar un símil cinegético, es crucial, pero exige cambios en la cultura empresarial; requiere saber perder, ganar en perspectiva, mucha constancia y menos dispersión de la habitual.

Y llegamos a la cuestión central: el conocimiento. Para avanzar en la construcción de una relación rica en contenido con China necesitamos desarrollar no solo un pensamiento estratégico (hoy muy débil o prácticamente inexistente aunque algunos califiquen esta aseveración de autoflagelación) sino una programación táctica basada en un conocimiento detallado de las políticas, acciones, características, etc., del entorno y los actores con quienes interactuamos, a menudo con peculiaridades que escapan a nuestros reflejos simplemente por ignorancia. Hay que arremangarse y tener claro qué se quiere.

La pérdida de peso internacional de la UE -y la de España en el entorno comunitario- está operando en China cambios de enfoque sustanciales en su aproximación hacia quien otrora (2003) fuera motivo de su primera estrategia diplomática internacional. Cabe señalar que su reacción es no solo diligente sino anticipativa. China tiene perfectamente claro que hoy día la forma primordial de ganar influencia en la política europea consiste en reforzar la interdependencia con Alemania. Y lo está haciendo a marchas forzadas.

Por el contrario, es llamativa nuestra lentitud para tomar nota de los cambios y acomodar nuestras reacciones. Un claro ejemplo es el nuevo clima experimentado en las relaciones a través del Estrecho de Taiwán. Mientras los países de nuestro entorno operan ajustes de inmediato, España se recrea en una incompresible inacción a sabiendas de que nadie, ni China, pondrían en cuestión nuestro actuar. Nos distanciamos a la baja de otros socios comunitarios que cuentan con una diplomacia bien informada y reactiva. Otro tanto podríamos decir de la falta de consideración atenta de estrategias como la impulsada por el gobierno chino para desarrollar las regiones centrales del país, una alianza de seis provincias donde hoy se pueden encontrar las mejores oportunidades. A este paso, también aquí llegaremos tarde, como ocurrió con las zonas costeras.

España tiene el tiempo acotado. A medida que ganen proyección otros actores mejor posicionados de nuestro entorno, la buena sintonía política de la que presumimos, sin impregnación efectiva en los órdenes prácticos irá perdiendo valor para convertir nuestro entendimiento en una relación a cada paso más hueca. Es imperativo mejorar nuestro conocimiento pues solo así podremos estar en condiciones de enriquecer con contenido y matices una relación, por otra parte, tan prometedora como comprometida en otros aspectos.

APARTADOSTEMATICOXEOGRAFICOS

China e o mundo chinés

ETIQUETAS

China Economía Política España Relaciones Bilaterales

IDIOMA

Castelán

Date Created

Xuño 24, 2013

Meta Fields

Autoria : 3717

Datapublicacion : 2013-06-24 00:00:00