EconomÃa y conocimiento de Asia

DescriÃ§Ã£o

La creaciÃ³n del nuevo departamento de EconomÃa y Conocimiento de la Generalitat de Catalunya, que lidera el profesor Andreu Mas-Colell, me recuerda con estÃ¡n ligados ambos conceptos. Vivimos en un mundo donde es el mÃ¡s fÃ¡cil acceso a la informaciÃ³n y la rapidez de los medios de transporte internacional hacen desaparecer o disminuir las distancias entre los paÃses y entre las personas. Pero estar mÃ¡s informado, no comporta siempre mÃ¡s conocimiento. Porque las verdaderas barreras son culturales.

El desconocimiento mutuo de las raÃces histÃ³ricas, culturales y lingÃ¼Ãsticas 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, lso musulmanes y los hindÃºes, es la clave que favorece todo tipo de relaciones, incuso las econÃ³micas y empresariales. Se necesita formar mÃ¡s jÃ³venes con estudios internacionales, interculturales y lingÃ¼Ãsticos. Su formaciÃ³n corresponde al mundo econÃ³mico con el apoyo del empresarial.

El desconocimiento sobre Asia es grande. Por razones geogrÃ¡ficas e histÃ³ricas, hemos mirado mÃ¡s 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 nÃºmero mÃ¡s alto de expertos conocedores de los Ã¡mbitos polÃticos, econÃ³micos, culturales y jurÃdicos de los diversos paÃses asiÃ¡ticos. Sin estos expertos es mÃ¡s difÃcil para las empresas catalanas iniciar y consolidar su presencia comercial e inversora en los grandes mercados emergentes. Los llamados paÃses BRIC solo suman el 4,5% de los pedidos de productos catalanes. Una necesidad urgente porque nuestro comercio exterior es excesivamente dependiente de la UniÃ³n Europea. Y es Asia, sobretodo China, el origen del dÃ©ficit de la balanza comercial de CataluÃ±a.

TambiÃ©n se deben promover e incrementar los intercambios turÃsticos. Asia es un creciente mercado emisor y receptor turÃstico con una gran proyecciÃ³n de futuro. La OrganizaciÃ³n Mundial de Turismo (OMT) estima que en 2020 unos 100 millones de chinos viajarÃ¡n 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 comparaciÃ³n con otros paÃses europeos, un peso comercial e inversor mÃ¡s potente en la regiÃ³n. Casa Asia ha promovido los estudios asiÃ¡ticos en las universidades catalanas. Destacan la UAB, la UB, la UPF y la UOC. TambiÃ©n 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 enseÃ±anza de la cultura china en CataluÃ±a. TambiÃ©n se debe potenciar los intercambios acadÃ©micos con los asiÃ¡ticos a nivel de profesores y estudiantes.

Las empresas catalanas necesitan mÃ¡s expertos conocedores de Asia. Muchos profesionales con muy buena formaciÃ³n econÃ³mica y empresarial fracasan a la hora de trabajar en un paÃs asiÃ¡tico porque lo desconocen culturalmente. Se precisa saber como funciona el paÃs, como son y piensa su gente, como es la cultura, la lengua. Es to es bÃ¡sico en los paÃses asiÃ¡ticos, donde las relaciones personales o de confianza son las claves para hacer negocios. TambiÃ©n el conocimiento de las lenguas como el chino, el japonÃ©s y el coreano, favorece la captaciÃ³n del turismo asiÃ¡tico. TambiÃ©n, la relaciÃ³n y la integraciÃ³n social de las comunidades asiÃ¡ticas en CataluÃ±a y su rol de nexos comerciales con sus paÃses de origen.

Si CataluÃ±a quiere ser un â??Sociedad del Conocimientoâ?• en un mundo cada vez mÃ¡s global e interdependiente, no puede desconocer la realidad y la diversidad de Asia-PacÃfico, el nuevo centro econÃ³mico y comercial mundial. El siglo XXI serÃ¡ el siglo de Asia y de China e India en particular.

Las universidades asiÃ¡ticas apuestan decisivamente por formar jÃ³venes muy emprendedores que estudian lenguas como el inglÃ©s para afrontar la globalizaciÃ³n. Las universidades catalanas tambiÃ©n deben apostar con firmeza para incluiir la dimensiÃ³n asiÃ¡tica en sus programas de enseÃ±anza. CataluÃ±a estÃ¡ en el buen camino pero debe persistir. Una mayor oferta y demanda de estudios internacionales y asiÃ¡ticos favorecerÃ¡ tambiÃ©n la proyecciÃ³n y la imagen internacional

de CataluÃ±a.

Acceso ao artigo orixinal no repositorio web 1998-2012

APARTADOSTEMATICOXEOGRAFICOS

Ã•sia ARQUIVO

IDIOMA

Galego

Data de criaÃ§Ã£o
8 de Janeiro, 2011

Metacampos

Autoria : 3725

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