

La experiencia de visitar China

Este gigante asiático de 9.600.000 kilómetros cuadrados y una población nacional de 1.300.000.000 de habitantes, siempre cautivó mi atención. La incorporación de China a la Organización Mundial del Comercio fue uno de los traccionadores del fenómeno de la globalización, cambiando el eje sobre el cual se mueve el comercio mundial; hecho que provocó sin duda novedades conceptuales principalmente provocadas como consecuencia de una distinta forma de llevar adelante las negociaciones comerciales internacionales.

En octubre del año 2013 y en el marco de los viajes que organiza la Fundación del Banco ICBC , invitación abierta a estudiantes y empresarios, integré la delegación que viajo a las ciudades **Hong Kong , Shenzhen, Guangzhou, Chongqing, Beijing y Shangai** , visitando empresas y universidades donde en algunas de las cuales dicté conferencias sobre el tema “Negociación Intercultural” .

Cabe al respecto señalar que desde hace muchos años en la Fundación del Banco ICBC, se desarrolla el Seminario denominado “Las claves de la Negociación Local e Internacional”, espacio donde se transmiten las herramientas que permiten conocer las diferencias en los estilos negociadores según sus culturas y la forma en la que los actores de negocios la implementan a lo largo y ancho del mundo.

Mi trayectoria como abogada especialista en negociación y habiendo participado en actividades académicas tanto en Universidades Nacionales como del Exterior, me permiten con objetividad ubicar a este seminario como una de las plataformas más completas y consistentes a la hora de adquirir habilidades en el campo de las negociaciones.

La primera ciudad visitada fue Hong Kong, altamente privilegiada por su ubicación geográfica siendo además uno de los principales centros financieros de reconocimiento mundial.

La economía de Hong Kong se basa en el libre comercio, el que se desenvuelve sin barreras aduaneras ni discriminación a inversiones extranjeras y con un esquema de bajos y predecibles impuestos. Los productos importados no tributan impuestos a excepción del tabaco, los aguardientes de alto grado y los combustibles.

El gobierno de China logró integrar a Hong Kong dentro de su territorio soberano el 1ro. de Julio de 1997. Durante muchos años, esta isla fue una colonia británica. Como expresión de su singular modelo de negociación, China logró satisfacer sus

propios intereses , aquellos sostenidos por las autoridades y habitantes de la isla, así como los de Gran Bretaña. Para ello conformó la región administrativa especial de Hong Kong, esto implicó en la realidad la implementación de una política denominada “un país, dos sistemas”; significando esto que la parte continental continuará practicando el sistema socialista y Hong Kong conservará su sistema capitalista y modo de vida sin modificación por el término de 50 años gozando de un alto grado de autonomía, con poderes administrativo, legislativo y judicial independientes.

El resto de las ciudades visitadas en la China continental obligaron a mis sentidos a ingresar en un mundo apasionante y exótico, donde pude concluir que para entablar negociaciones con potencial y consistencia, es necesario conocer y respetar sus reglas de protocolo, las costumbres que hacen a la cultura china y sus prácticas comerciales más habituales.

China a diferencia de occidente no utiliza el “método de posiciones” para negociar: El mismo consiste en que una parte fija una argumentación contraponiendo la otra una contra-argumentación para luego y después de transitar un a veces arduo y dificultoso camino, puedan reformular sus perspectivas en vistas al logro de un acuerdo final que dará por concluido el proceso negociador.

Por el contrario el acuerdo para la cultura de negocios china no significa la finalización de la negociación sino que simboliza el inicio de una nueva etapa del proceso negociador , donde si situaciones posteriores modifiquen lo acordado, la renegociación del contrato por estos nuevos hechos es aceptada como un principio de sentido común. Esto también se debe a que para el negociador chino las relaciones personales son más relevantes que las condiciones contractuales y por consecuencia son aquellas las que sellarán el avance de las relaciones comerciales entre quienes negocian.

El conocimiento de las estrictas reglas de protocolo que utilizan los negociadores chinos como sus hábitos facilitarán la creación de un clima y contexto óptimo para el desarrollo de las negociaciones. A título enunciativo y como ejemplos entre otros, es recomendable: 1) llevar las tarjetas personales impresas en chino y ser muy cuidadosos en su entrega ya que la misma debe realizar entregando la tarjeta con las dos manos 2) ser puntuales en asistir a las reuniones acordadas 3) vestir formalmente 4) aceptar las invitaciones que le formulen y 5) demostrar su interés por China, por su idioma y su historia y 6) evite efectuar comentarios sobre su sistema de gobierno.

En China continental solamente una minoría lee y habla inglés. Por ello el idioma constituye un impedimento comunicacional que obliga a requerir la presencia de un intérprete.

La cultura de negocios china es grupal y altamente jerárquica, por ello envíe personal calificado y conocedor de la cultura negociadora china. De ese modo logrará alta consideración de su contraparte.

Si desea reconocer a su contraparte china mediante la entrega de un obsequio es recomendable que los mismos sean objetos tradicionales de su país, entregarlos con las dos manos al igual que las tarjetas personales, evitar regalar relojes, cuchillos y flores blancas y que el papel de envoltorio sea preferentemente rojo.

Un primer viaje a China dejará entreabiertas las puertas para desarrollar negocios, los que necesitarán sin duda de una actitud perseverante por parte del negociador argentino, de futuros viajes, de paciencia y de un espíritu a largo plazo.

Una respuesta llamó mi atención en una reunión en el país asiático. Se le preguntó a una empresa, quien era su competencia, y la empresa respondió “ *la competencia no es una empresa en sí misma, lo que importa es la cadena de valor*”. Esto permite apreciar la visión global e integradora que tienen muchos empresarios chinos tienen de su entorno.

Silvana Cerini

Profesora de Negociación de la Fundación ICBC