

PRESENTACION DE LIBRO **“NI HAO MR. PEREZ, BUENOS DIAS MR. LI”**

AUDITORIO FACULTAD DE COMUNICACIONES PUC

Manfred Wilhelmy

Director Ejecutivo

Fundación Chilena del Pacífico

23 de junio 2015

Srta. Paulina Gómez, Vice Rectora de Comunicaciones

Sra. Silvia Pellegrini, Decano de la Facultad de Comunicaciones

Sres. Representantes de la Embajada de China y del Instituto Confucio

Prof. Claudia Labarca y familia

Profesores y estudiantes, señoras y señores:

Agradezco esta invitación de la Facultad de Comunicaciones de la PUC para referirme al libro “Ni Hao Mr. Pérez, buenos días Mr. Li, de la autora Claudia Labarca, que se presenta esta tarde.

Es una nueva oportunidad en que la Fundación Chilena del Pacífico tiene el privilegio de colaborar con la PUC. Eventos anteriores incluyeron un acto dedicado al “White Paper” del Gobierno de Australia sobre ese país en el Siglo del Pacífico; también participamos en los importantes seminarios sobre Estudios Coreanos que realiza periódicamente el Centro de Estudios Asiáticos, eventos que son de gran jerarquía; y en nuestro trabajo institucional contamos con el valioso concurso de dos distinguidos académicos de la PUC que integran el Consejo Directivo de la Fundación, los profesores Klaus Schmidt-Hebbel y Roberto Guerrero Valenzuela Además, el economista que trabaja con nosotros en nuestro informe anual “Perfiles Económicos Asia-Pacífico”, Matías Tapia, es profesor del Instituto de Economía PUC. Próximamente visitaremos CLAPES UC con un distinguido economista japonés, el Profesor Takatoshi Ito, de la Universidad de Columbia. Como Uds. pueden apreciar, la colaboración entre la Fundación Chilena del Pacífico y esta casa de estudios es abundante, y es del mejor nivel.

El libro cuya presentación nos convoca esta tarde tiene gran importancia.

Nuestras relaciones con China se están situando en la primera línea de nuestras relaciones exteriores políticas y económicas, y algo similar cabe esperar en los ámbitos social y cultural.

Esto se debe, por supuesto, a la enorme gravitación de China en los asuntos globales, y de lado nuestro a la creciente apertura al mundo del país, a nivel de la diplomacia, de los negocios pero también de la cultura y las relaciones sociales.

Es una relación asimétrica: un dato que no podemos olvidar en ningún momento. Para nosotros hay una sola relación bilateral como la que tenemos con China, mientras que ellos tienen un alto número de vinculaciones bilaterales tanto o más importantes que sus relaciones con Chile.

Más allá de las coyunturas –si China crece al 10, al 8 o al 6%, lo que por supuesto es importante, y de nuestros propios vaivenes y tendencias coyunturales- para nosotros esa relación solo se puede mover en una dirección, que es ascendente.

Entonces el libro de Claudia Labarca no solamente es importante como logro académico, lo es en cuanto nos da claves para las aproximaciones recíprocas. Como dice el subtítulo, se trata de “Cultura, Negocios y Confianza en la Era Global.”

Bienvenida entonces Claudia Labarca al círculo, todavía un club bastante pequeño, de quienes aportan al conocimiento sobre relaciones entre Chile y China.

En Chile, el desarrollo de la sinología sigue siendo una tarea pendiente. La importancia objetiva de nuestras relaciones con China contrasta con el escaso desarrollo de los estudios sobre nuestro mayor interlocutor en Asia. La sinología propiamente tal, el estudio de China desde el nivel de las fuentes primarias que están en mandarín, sea político, histórico, económico, literario, con el rigor de las disciplinas respectivas, sigue casi ausente de nuestras instituciones académicas. Sin perjuicio del valor que tienen los actuales programas de actividades en temas de Asia-Pacífico, cambiar este estado de cosas debiera ser un objetivo del desarrollo académico de nuestras principales universidades, no solo respecto de China, también de Japón, Corea, el Sudeste Asiático y la India.

Pero esa es otra discusión. Vamos ahora a la caracterización de “Ni Hao Mr. Pérez, Buenos Días Mr. Li”.

Esta obra es el producto de un trabajo académico acucioso y logrado, todavía menos frecuente de lo quisiéramos en nuestro medio de estudios asiáticos. Merece entonces un aplauso porque se sitúa en la vanguardia de una literatura que sigue siendo novedosa.

Claudia Labarca se ha esforzado por combinar una perspectiva intercultural, fundada en la literatura pertinente, con una aplicación a lo que es el estudio de caso, los negocios entre empresarios de Chile y de China.

Este tipo de temática suele abordarse en textos acerca de cómo hacer negocios en China, que son publicaciones más modestas, netamente prácticas, enfocadas en los consejos útiles: tenga siempre tarjeta de visita, ojalá bilingüe; sea puntual; en el ritual de intercambio de tarjetas, al recibir la de su contraparte, no la guarde simplemente, léala cuidadosamente;

no vaya “al grano” en la conversación, trate de conocer a su interlocutor y espere de éste que lo trate de conocer a Ud. Esté consciente que tendrá que invertir tiempo y dinero en atenciones sociales Y no trate de esperar resultados inmediatos, lo que importa es el mediano y aún el largo plazo. No se trata de criticar este género de textos, pero es obvio que no pasan de lo que es el “almanaque”, útil en su género, pero que no significa un progreso en el conocimiento.

Aquí estamos en presencia de un estudio mucho más profundo de los factores socio-culturales que inciden en las aproximaciones recíprocas, que a su vez influyen en las perspectivas de éxito de iniciativas de negocios.

Cuáles son los principales aspectos que aborda la autora:

En el *Capítulo 1*, se presenta un panorama de las relaciones bilaterales.

Este contexto es útil e informativo, especialmente para lectores menos familiarizados con su evolución y características. El diagnóstico central es que ambas partes miran las vinculaciones con perspectivas pragmáticas. La mayor demostración de esta aproximación fue la decisión de mantener las relaciones diplomáticas luego del golpe militar de septiembre de 1973, cuando todavía no se cumplían 3 años del reconocimiento de la República Popular China como único gobierno legítimo de China por el gobierno del Presidente Allende. Obviamente, la explicación de esta singular situación es de carácter geopolítico.

De hecho, como señala la autora, sucesivos gobiernos chilenos han apelado a este carácter pragmático de las relaciones para enfocarse en los temas en que hay mayor espacio para el diálogo, dejando en un segundo plano o evitando asuntos potencialmente complejos. En su lugar, se acepta el principio de no intervención en su versión más tradicional. En cuanto al tema de Taiwan, está claro que Chile observa de manera consecuente el principio de “una sola China”, por lo que no reconoce al gobierno de Taipei, limitándose a mantener relaciones económicas con la isla, sin perjuicio de participar junto a la entidad red denominada Taipei Chino en APEC y otros foros del Pacífico. Pero ahora que Taiwan, en calidad de territorio aduanero separado de China bajo el régimen de la OMC, está celebrando tratados de libre comercio, los que ya incluyen un país cuyas exportaciones compiten con las de Chile —me refiero a Nueva Zelandia— enfrentamos la necesidad de poder tener un acuerdo semejante de manera de resguardar nuestros intereses económicos. Para ello es esencial partir por una diplomacia activa frente a la República Popular China, de manera que el gobierno chino entienda que se trata de un tema netamente económico, sin otras connotaciones, y que un eventual tratado con la parte taiwanesa no implicará cambio alguno en nuestro respeto del principio aludido de una sola China.

En este plano ocurre algo semejante a lo que observamos en el mundo de los negocios: la reiteración de la profesión de amistad es importante para el cultivo de las vinculaciones en el tiempo. Es la función que corresponde al llamado “discurso de los primeros”: el discurso

repetitivo de que Chile fue el primer país sudamericano en reconocer a la República Popular China, el primer latinoamericano en apoyar su ingreso a la OMC y el primero en celebrar un tratado de libre comercio con ese país, es un recurso retórico y una “liturgia” destinada a recrear, una y otra vez, un clima propicio para el entendimiento y el tratamiento de los temas que están en la agenda bilateral sobre una sólida base de amistad. Por eso no nos cansamos de utilizar este recurso, aunque esté archi-sabido lo que dice el “discurso de los primeros”.

En el *Capítulo 2*, la autora muestra un acabado conocimiento de las bases teóricas del conocimiento sobre relaciones interculturales que subyacen a su estudio de caso.

Se trata esencialmente de los roles que pueden jugar los individuos de dos ámbitos socioculturales específicos en las esfera de las relaciones económicas recíprocas. Cita a un autor, Darryl Crawford, en el sentido que “la actividad económica está inserta en una vida social, entretrejida por una amplia variedad de normas, reglas, obligaciones morales y otros hábitos que moldean la sociedad... En este sentido, la vida económica no puede estar divorciada de la cultura en la cual se inserta.” (p. 98) O sea, se trata en China de una economía mixta, esencialmente un capitalismo, a la vez autóctono y multinacional, combinado con un fuerte componente de empresas estatales, inserto en una sociedad de cultura asiática de raíz confuciana, como veremos en seguida; y, en Chile, de una economía de mercado, esencialmente aunque no exclusivamente privada, en una sociedad de cultura básicamente occidental, propia de un país latinoamericano cuya apertura hacia contrapartes asiáticas es todavía relativamente reciente.

Claudia Labarca nos advierte, con toda razón, que el terreno en que se plantean las interrelaciones entre cultura y comportamiento económico puede ser muy incierto: no es posible afirmar ningún “determinismo”. Como dice un importante autor, Lucian Pye, citado en la obra, “tenemos que, de alguna forma, ser humildes en adscribir pesos específicos a las variables culturales. Nosotros sabemos que son importantes, pero exactamente cuán importantes en un momento específico, es difícil de juzgar. Estamos enfrentándonos a nubes, no a relojes, con aproximaciones generales, no relaciones de causa-efecto” (p. 101)

El análisis de las influencias culturales se vuelve más complejo debido a la combinación e interacción entre diferentes tradiciones. A la cultura confuciana, que en la era post-Mao ha tenido un dramático renacimiento, destacando los valores de la armonía y la deferencia, que por cierto contrastan con los postulados marxistas acerca de contradicciones, correlaciones de fuerzas y lucha de clases, se suman las influencias taoístas, que sitúan al hombre en el contexto de la naturaleza, en la corriente secular de la vida; y del budismo, que se refiere básicamente a la relación del hombre con el mundo inmortal, pero sin sostener, a la manera cristiana, un destino trascendente. Cabe entonces hablar, como señala la autora, de un sincretismo filosófico-cultural, que a la vez enriquece las aproximaciones de los chinos a los asuntos de la vida cotidiana y hace más compleja la tarea de comprender sus actitudes y comportamientos.

En el ámbito de los negocios, las virtudes de la justicia y la prudencia se sitúan en el nivel de relaciones simétricas y de reciprocidad en que se propicia la fe entre los amigos, mientras que cada uno de ellos no es simplemente un individuo a la manera del “homo oeconomicus”, sino un integrante de diferentes jerarquías sociales (familias, clanes, etnias), bajo un orden político común. Históricamente, el orden era imperial; actuaba a través de conjuntos de funcionarios mandarines. Sobre su efectividad hay visiones encontradas: por una parte, como señalaba el historiador John King Fairbank, el orden centralizado era tal que nunca tan pocos han gobernado a tantos en un sistema político que es el más antiguo de la historia en actual funcionamiento. Pero, por otra parte, la vastedad del Imperio era tal que muchas veces se podía relativizar la autoridad imperial sobre la base del refrán que recordaba que las montañas son tan altas, y el Emperador se encuentra tan lejos Desde 1949 en cambio, el país ha sido un sistema de relaciones gobernado por el siempre omnisciente y sabio Partido Comunista, conducido bajo el principio del centralismo democrático. Al igual que en la familia, base de todo el sistema, en este ámbito el hombre se sitúa en un orden de relaciones asimétricas, debiendo reconocer su subordinación. En cuanto a la autoridad, se debe ejercer con magnanimidad, virtud que tempera la severidad, necesaria especialmente cuando las circunstancias exigen vencer obstáculos de importancia. En la era post-Mao, este tipo de consideraciones recobran importancia.

Idealmente, los negocios deberían respetar las normas de reciprocidad, no hacer mal a otro en la misma medida que no queremos sufrir el mal por causa de éste (“jen”), mirar más allá de la ganancia individual inmediata (“i”), y conducirse de acuerdo a buenas normas sociales (“li”). Obviamente, se trata de criterios socio-culturales y éticos de evaluación, ya que los chinos, buenos pragmáticos, bien saben que las conductas concretas en los mejores casos solamente pueden aproximarse en diferentes grados, sin llegar a satisfacer plenamente estas elevadas exigencias.

Pero la influencia de estos valores permite comprender la insistencia china en las relaciones de negocios de largo plazo, la fraseología del “win-win” tan común tanto en los negocios como en la diplomacia, y la tendencia a tender puentes entre las relaciones de negocios y la interacción social, muchas veces mirada como requisito indispensable, con encendidas profesiones de amistad previas a la concreción de acuerdos, incluso anteriores a las negociaciones mismas, que posteriormente contribuye a mantener las vinculaciones en el tiempo.

Dicho esto, agreguemos elementos de contexto que de alguna manera podrían complementar lo anterior.

Primero, dado que China tiene una economía mixta más que un sistema de mercado a la manera de los principales países de Occidente, las empresas del Estado juegan papeles muy significativos. Tanto en el sector primario (por ejemplo, el sector energía), como en el sector manufacturero y de servicios (por ejemplo, la banca) las empresas del estado se sitúan en posiciones preeminentes, sea que se trate de empresas nacionales, provinciales o

municipales. Varias de estas empresas, en el marco de políticas industriales, han sido designadas “campeones nacionales” en sus respectivas áreas, de manera que tienen que funcionar como “puntas de lanza” de la competencia global frente a las compañías establecidas, tanto occidentales como de otros países asiáticos. La reciente designación del China Construction Bank, ya instalado en Santiago, como banco encargado de promover los negocios en moneda renminbi en Chile y otros países sudamericanos, me parece que ilustra lo señalado.

Esto introduce elementos que interactúan con el funcionamiento del “guanxi” y el “xinyong”: actitudes mucho más competitivas en el extranjero; reglamentaciones burocráticas y una dimensión política. En el sector público, el desarrollo y cultivo de redes no es tanto con dueños y gerentes, sino con administradores que son funcionarios políticamente vinculados, siempre atentos a las últimas directrices partidistas, manifestadas en lemas, órdenes y consignas que originariamente constituían elementos esenciales de una economía de comando, pero que a nivel de orientaciones y exhortaciones siguen teniendo importancia. Estos elementos políticos y organizacionales son reconocidos, aunque no han sido desarrollados, por Claudia Labarca, por ejemplo cuando menciona la importancia de los “avales oficiales” que de alguna manera certifican la autenticidad y seriedad de las iniciativas comerciales. Elimina esto el “guanxi”? La respuesta es un categórico no: como dice el sinólogo Augusto Soto las empresas estatales morigeran el rigor de las regulaciones con “toneladas de guanxi”.

Obviamente, esto significa que, al mezclarse la racionalidad burocrática, de acuerdo al tipo ideal de Max Weber, con las redes de relaciones interpersonales, hay riesgos importantes de corrupción. Es un riesgo que las autoridades chinas están tratando de conjurar, porque saben que la corrupción genera ineficiencias y por tanto reduce la competitividad. Además da lugar a resentimientos, ya que agranda las ya crecientes brechas entre ricos y pobres, ganadores y perdedores en el marco de la inserción de China en la economía global.

Por otra parte, en China hay un nuevo énfasis en la importancia de las reglas, en el imperio del derecho, que no debe confundirse con un proceso de democratización a la usanza occidental, rotundamente rechazado por el Partido Comunista. Más bien se trata que, para el bienestar del pueblo y el buen funcionamiento de las instituciones, se logre que tengan vigencia efectiva normas racionales, claras y prácticas dispuestas por las autoridades competentes, de acuerdo a las directrices del Partido.

Todo esto aconseja al empresario moverse con gran cautela en medios en gran medida desconocidos, donde las condiciones suelen no ser precisamente las más transparentes para los no iniciados. En estas circunstancias, invertir en consultorías de negocios, algo que las empresas chilenas por lo general no tienen mucha inclinación de hacer, puede ser una decisión muy buena y rentable, si se formulan precisamente las interrogantes a las contrapartes adecuadas.

Otro elemento que sitúa los elementos socio-culturales en una nueva dimensión es el estilo más moderno de las nuevas generaciones de gerentes y administradores. El cambio ha sido rápido, tal vez hasta vertiginoso. En pocas décadas, empresas privadas y públicas que eran administradas por gerentes con calificaciones más bien rudimentarias, han pasado a ser gestionadas por directivos súper competentes que ostentan postgrados como MBAs occidentales de las mejores escuelas de Estados Unidos, Europa, Canadá, Australia, Singapur, Hong Kong o sus filiales e instituciones académicas asociadas en China. Elimina esto los elementos socioculturales chinos ¿Evidentemente que no, pero esta dimensión nueva facilita las comunicaciones, negociaciones y eventuales acuerdos desde que existe un nuevo estilo, que incluye un lenguaje común, marcos analíticos y visiones compartidas de cómo operan los sistemas de gestión.

Al respecto, la autora ha tenido muy presente que el mundo de los negocios varía sustancialmente de acuerdo al nivel de desarrollo económico de determinadas provincias y localidades de China. Si nos proponemos hacer negocios en Shanghai, probablemente nuestras contrapartes serán bastante modernas, desempeñándose en compañías que tienen un grado de inserción global importante. En general, es lo que cabe esperar en la China avanzada de las regiones prósperas de la zona costera. Hacia el interior, las condiciones cambian. La antigua China subdesarrollada está todavía a la vista, aunque en plena evolución, ya que el imperativo de “Go West” ha sido reconocido por los empresarios que buscan aprovechar las ventajas de bajos costos laborales, menores regulaciones ambientales, etc., generando un “boom” del interior. Como dice Claudia Labarca, en la China desarrollada es probable que el idioma inglés ayude bastante al empresario, aunque nunca reemplazará al idioma chino y sus distintos dialectos; mientras que en la “China profunda” del interior, el inglés probablemente no servirá mucho.

En nuestro medio, por lo general hacemos pocas distinciones al interior de China, y por eso todavía suelen encontrarse especulaciones sobre ese gigantesco mercado sin diferenciarlo en sus distintos segmentos, del tipo “si cada chino se come una manzana...” Para la realización de un plan de negocios, se necesita hacer distinciones mucho más finas de diferentes localizaciones. Sobre esta materia hay una interesante literatura, publicada en Singapur, que es todavía una novedad en Chile y que está disponible en nuestra Fundación para consulta de usuarios institucionales. Obviamente, eso no significa que no aconsejemos, para proyectos de cierta envergadura, la asesoría de consultores bien calificados, de preferencia localizados en el Este de Asia, dentro o fuera de la República Popular China.

Por último, una referencia a Internet. De lo que aprendimos en el libro de Claudia Labarca se concluye claramente que las relaciones interpersonales “cara a cara” son indispensables para cimentar una relación de negocios fructífera. Una vez establecida, habrá también que mantenerla, renovarla periódicamente mediante visitas, observación de aniversarios, festividades, todo ello con los saludos y regalos apropiados, etc. Pero en los últimos años se

ha visto que los chinos se han vuelto asiduos usuarios de la web. Por tanto, en un plan de negocios no debiera haber ninguna incompatibilidad entre las interacciones presenciales y las virtuales, entre las comunicaciones por vías tradicionales y el amplio uso de las tecnologías de la información. En las fuentes de información sobre negocios en China constatamos la creciente importancia del e-commerce, algo que necesariamente incide en los negocios chinos con todo el mundo. Aunque hay algunos temas complejos en el uso de Internet en China, este país es parte protagónica de los grandes cambios que trae Internet en todo orden de cosas, incluyendo los negocios como los que se realizan entre chilenos y chinos.

Termino reiterando mi opinión altamente favorable acerca del libro que hoy se presenta, y felicitando con entusiasmo a Claudia Labarca por su notable logro, y a la Facultad de Comunicaciones por darle su valioso apoyo.