

ESTUDIOS
MEXICO - CHINA

INTRODUCCION

CARTAS DESDE CHINA 2007-2008

Artículos de la sección “Cartas desde China”, publicadas
en el periódico *Ecos de la Costa*, de Colima, Col.
Salvador Suárez Záizar

CHINA OLIMPICA

Artículos publicados an Agosto 2008
en el periódico *Noroeste* de Mazatlán, Sin.
Alfonso Araujo

Programa de Formación de Negocios México-China
2005-2011

Junio 2009, Enero 2014

© Programa de Formación de Negocios México-China y los autores.

Editor y director de la colección: Alfonso Araujo

INDICE DE CONTENIDOS

PARTE I. CARTAS DESDE CHINA

Carta 1.	La llegada.	6
Carta 2.	La ‘cara’ en el intercambio social.....	8
Carta 3.	Tortillas en Beijing.	10
Carta 4.	Atraer turistas chinos	12
Carta 5.	Extranjeros en China y tolerancia	14
Carta 6.	La pronunciación del chino y los números.	16
Carta 7.	Una cita de negocios imaginaria.	19
Carta 8.	La logística en China.	21
Carta 9.	Es momento de ofrecer productos mexicanos	23
Carta 10.	China vista con ojos chinos, parte 1.....	25
Carta 11.	China vista con ojos chinos, parte 2.....	27
Carta 12.	Abrir una empresa en China	30
Carta 13.	Integración y personas discapacitadas	32
Carta 14.	Las inversiones y la oportunidad que representan.....	34
Carta 15.	Ferias y exposiciones comerciales	36
Carta 16.	La desigualdad social.....	38
Carta 17.	La política de un solo hijo.....	40
Carta 18.	Proyectos de infraestructura.....	42
Carta 19.	Los problemas de imagen ante el mundo	44
Carta 20.	Las empresas con mayores ingresos en China	46
Carta 21.	Fricciones en la arena internacional.	48
Carta 22.	El Delta del Río Yangtze y los clusters industriales.....	51
Carta 23.	El Delta del Río Perla y sus estrategias.	53
Carta 24.	Una ojeada a la sociedad china.	55
Carta 25.	Celebración de la Independencia en Shanghai	57
Carta 26.	La importancia de negociar con China	59
Carta 27.	Retos internos y externos para China.....	62
Carta 28.	El rol de la mujer	64

Carta 29.	Un vistazo a las oportunidades en China	66
Carta 30.	La Feria de Cantón y sus oportunidades	68
Carta 31.	Una estrategia para atraer turismo chino.....	70
Carta 32.	Tres voces chinas	72
Carta 33.	Las empresas privadas.	75
Carta 34.	Un bar mexicano en Shanghai	77
Carta 35.	Negociaciones y la importancia de los traductores	79
Carta 36.	Extranjero: conoce la cultura de negocios china.	81
Carta 37.	El concepto de Emprendedor.....	83
Carta 38.	China e India en el panorama mundial.....	85
Carta 39.	Hong Kong, fusión de culturas.	87
Carta 40.	Acerca de ser emprendedor	89
Carta 41.	Shanghai, la grande.	92
Carta 42.	Franquicias.....	94
Carta 43.	ProMéxico en Shanghai: consejos a empresarios.....	96
Carta 44.	Vender mexicano en China: opiniones de un chino.	98
Carta 45.	Porque los chinos aman a China.	100
Carta 46.	El Año Nuevo Chino. Leyendas y celebraciones.....	103
Carta 47.	Consejos del cónsul de Hong Kong, Mario Leal	105
Carta 48.	La distribución de alimentos importados.....	107
Carta 49.	Avances en migración, turismo e inversiones	109
Carta 50.	México a los ojos de una joven asiática.....	111
Carta 51.	Atreverse.....	114
Carta 52.	Las artes marciales.....	116
Carta 53.	Educación.....	118
Carta 54.	Hábitos de consumo de alimentos	120
Carta 55.	Crecimiento en la arena mundial.	123
Carta 56.	Finanzas y mercados de valores.....	125
Carta 57.	Visiones más amplias para México	127
Carta 58.	Futuro a corto plazo de China	129
Carta 59.	Prioridades del gobierno mexicano.....	131

PARTE II. CHINA OLIMPICA

China en su fiesta.....	135
China en su fiesta –acto primero.....	136
La persistencia del pasado.....	138
¿Quién entiende a los chinos? I	139
¿Quién entiende a los chinos? II	141
China es perfecta, o terrible.	143
Hablando en ideogramas - I.	144
Hablando en ideogramas - II.	146
Polinización cultural.....	148
China: imágenes en competencia.....	149
Pensamiento político, aquí y en China.....	151
Gloria nacional.....	153
Los comunistas tienen la culpa.....	155
Horizontes de tiempo.....	156
China misteriosa.....	158
Confucio y la realpolitik	159
La fiesta ha terminado	161

CARTA 1

4 de abril, 2007

Todavía no puedo creer que esté en China, el país que tanto estudié durante mi carrera de Comercio Internacional por representar un milagro económico al tener un promedio de crecimiento anual mayor al 9% por más de dos décadas; por su enorme población de 1,300 millones de habitantes y por su entrada en la Organización Mundial de Comercio en diciembre del 2001, además de las tantas noticias que a diario escuchamos en México relacionadas con este país.

Hoy inicia la aventura. Cada miércoles les contaré mis experiencias en China, nación en la que estoy desde hace siete meses, gracias al Programa Formación de Negocios México-China y al apoyo de la Secretaría de Economía, delegación Colima, y del Gobierno del Estado de Colima, a través de la Secretaría de Fomento Económico, quienes financian a profesionistas colimenses para el aprendizaje del chino mandarín; estudio de la cultura, negocios y economía; y el desarrollo de proyectos de investigación que beneficien a los empresarios y sociedad colimenses.

Estoy entusiasmado porque cada día conozco más una cultura que antes me parecía tan lejana e inalcanzable, el territorio que culpamos por cerrar empresas, por quitarle trabajo a los mexicanos, que ha desplazado a nuestro México como segundo socio comercial de Estados Unidos de América; el país donde se llevarán a cabo las Olimpiadas en el 2008 y que está desarrollando impresionantes proyectos de infraestructura...en fin, estoy viviendo la oportunidad de explicarme las tantas interrogantes que aún tengo.

Mis experiencias en China iniciaron en septiembre. Después de un vuelo de 22 horas, llegué al moderno aeropuerto de Pudong; en

realidad ni sentí el largo trayecto, ya que lo recorrí platicando con mi amigo de preparatoria Osvaldo Cisneros, a quien me vine a encontrar en esta nueva experiencia y reto que nos pone la vida. Bajé emocionado, era de noche y hacía un calor húmedo insoportable, característico de Shanghai en esa temporada. Saliendo del aeropuerto nos dirigimos a la hermosa ciudad de Hangzhou; aunque de noche, en la travesía pude constatar el impresionante desarrollo que han alcanzado muchas de las ciudades del este de China.

Fue en Hangzhou donde, siguiendo el buen consejo de mi amigo Pablo Medina, (¿y cómo no hacerle caso cuando tuvo una novia japonesa que despertó su interés por las culturas asiáticas en las que hoy es casi un experto?), que me dediqué a hacer muchos amigos chinos. Aparte de ser excelentes personas, los chinos me han compartido sus vivencias, me ayudan a entender sus tradiciones y cultura, su forma de pensar, de ver la vida y a darme cuenta de sus problemas sociales, de esta manera comparo lo que me dicen con la teoría y obtengo mis propias conclusiones.

Son estas experiencias, vivencias y conclusiones las que estaré compartiendo cada miércoles en este espacio, “Cartas desde China”, donde plasmaré la realidad que percibo después de estar viviendo algunos meses en este país, una imagen muy diferente a la que tenía en mi querido México. Los temas serán muy diversos, desde el “*mianzi*” o reputación, el desarrollo del este de China, la dificultad que tengo para encontrar productos mexicanos, mi día de campo con mis amigos chinos, la enorme población y sus repercusiones sociales y la historia de algunos mexicanos que están haciendo negocios en este país, entre ellos una persona en Beijing que puso su tortillería. Los espero cada semana y descubriremos que China es un mercado de retos y oportunidades para hacer negocios y un lugar con una enorme riqueza cultural.

CARTA 2

11 de abril, 2007

Tengo muchísimas anécdotas que contarte y me da gusto que sea miércoles. Hace un año en México escuché a un conferencista decir que los productos de lujo tenían mercado en China, aunque me pareció extraño en su momento, hoy pienso que tenía razón. Acompáñame en esta segunda carta donde te hablaré sobre uno de los temas culturales más interesantes de esta sociedad, el concepto de “*mianzi*”, que traducido al español significa “cara” y que repercute de manera directa, entre otros aspectos, en los negocios.

El primer día en Hangzhou me desperté a las 5:00 a.m., había dormido cinco horas pero me sentía con energía de caminar y de conocer los lugares cercanos a mi apartamento. Con el horario cambiado y con un enorme entusiasmo me puse mis tenis, tomé mi cámara y salí a recorrer la ciudad y a practicar mi “*ni hao*” (hola) con los chinos.

Me sorprendió ver ancianos ejercitándose y muchas personas caminando o en bicicleta. A medida que fue amaneciendo, más y más automóviles recorrían las calles... ¡no lo podía creer! eran autos seminuevos o nuevos y una cantidad considerable eran de lujo, contrastando con mi idea de que no hay mercado para este tipo de bienes. De pronto me surgieron varias preguntas ¿Los chinos tienen dinero para adquirir estos productos? ¿Quiénes pueden adquirirlos y qué los motiva a hacerlo? ¿En qué ciudades se concentra la población que tiene un poder adquisitivo que le permite comprarlos?

Me sentí inquieto por conocer esta verdad y poco a poco fui encontrando una explicación más convincente. Contribuyó Dídi, mi amiga y maestra de chino mandarín en la Universidad de Zhejiang,

una persona muy inteligente e informada. Ella me explicó el concepto de “*mianzi*” o “cara”, que se refiere a la reputación, prestigio o imagen que tiene una persona ante la sociedad. Los chinos son muy sensibles a la opinión de otras personas sobre su imagen pública y evitan al máximo una humillación que los haga perder la “cara”.

Tiempo después leí que a raíz de las efectivas reformas económicas introducidas en 1978 por Deng Xiaoping, los chinos están incrementando su ingreso disponible y algunos tienen la capacidad de adquirir servicios o bienes de lujo. La “China Association of Branding Strategy” estima que el mercado de bienes de lujo en China se aproxima a 170 millones de clientes potenciales que representan el 13.5% de la población total y de esos, de 10 a 13 millones son compradores activos. Otro reporte decía que la mayoría de esas personas viven en las zonas urbanas del Este de China como Beijing, Shanghai, Hangzhou, Guangzhou y Shenzhen.

Con información de mi maestra de negocios, Graciela, pude concluir que entre otros factores es la capacidad económica motivada por el “*mianzi*” lo que lleva a los chinos a adquirir bienes de lujo. Al mostrarlos en público la sociedad lo percibe como un símbolo de elevado estatus social. Esto explica en parte la gran cantidad de automóviles de lujo que veo en Hangzhou, el que China sea el mercado mundial más grande en teléfonos celulares, el que deseen viajar al extranjero, adquieran ropa de marca, compren productos de cuidado personal o el que se vendan frutas de lujo, como aquella manzana que costaba lo equivalente a 150 pesos y que mientras analizaba el precio, llegó una señora china y la compró. Espero no enfermarme, pero si ocurriera, me daría mucho gusto recibir de mis amigos chinos que cuidan su “*mianzi*”, una canasta repleta de frutas de lujo importadas de mi hermoso estado de Colima.

Un consejo de mi maestra Graciela: “en China es vital conocer la cultura del segmento al cual pretendes dirigirte y nunca olvidar que aquí todo es posible, pero nada es fácil”.

CARTA 3

18 de abril, 2007

Hoy te contaré la historia de Carlos, un amigo que está en Beijing y que tiene su tortillería. Cuando escuché sobre él, vinieron a mi mente las palabras de mi profesor de Desarrollo Emprendedor, Alfonso Sánchez Lozano, quien siempre nos motivaba a arriesgarnos y a pensar en ideas de negocio innovadoras.

Todo comenzó hace unos meses cuando un amigo me habló sobre Carlos Vera, un joven del Distrito Federal que es conocido en Beijing como “Chack Taco Man” o “Tortillas Man” y que traería un cargamento de 50 kilos de tortillas frescas.

Inmediatamente me puse en contacto con él y me agregó en su lista de clientes. El esperado día llegó y con un correo electrónico invitaba a la casa de la Srita. Roxana, lugar donde vendería las auténticas tortillas mexicanas de 12:30 a 14:45 horas.

Mis amigos mexicanos y yo nos apresuramos a alcanzarlo, tomamos un taxi y todo el camino nos fuimos saboreando los tacos que nos prepararíamos. Sin embargo, nuestra sorpresa fue llegar y ver a Carlos con una caja vacía... las había vendido en la primera hora. Ese sábado no encontré tortillas, pero sí a un emprendedor y conocedor empírico de los negocios en China.

Él me contó que hace muchos años se puso como meta conocer la Muralla China. Mientras investigaba sobre este país, le despertó el interés por conocer su cultura e idiosincrasia y cambió sus planes de aventura por un proyecto de vida. Llegó como estudiante y en sus ratos libres, aprovechando sus conocimientos en alta cocina, empezó a hacer banquetes de comida mexicana para extranjeros. Tiempo después junto con otros amigos arrancaron la primera tortillería en Beijing.

Seguro de sus palabras, nos dijo que su objetivo es vender tortillas a los chinos y crear un hábito de consumo. Actualmente sus principales clientes son extranjeros que ya están familiarizados con este producto, aunque cada día dedica parte de su tiempo para ofrecer degustaciones y enseñar el uso de la tortilla a los chinos. Carlos nos comentó que todo negocio en China requiere paciencia y perseverancia, sobre todo cuando se trata de introducir un nuevo producto en este mercado. Al final de la conversación nos habló de las tantas empresas que han venido a China y que han tenido que cerrar o cambiar su estrategia de entrada, o de algunas de las grandes multinacionales que todavía siguen reportando pérdidas. Carlos ve muy positivo el que los mexicanos nos arriesguemos a entrar a nuevos mercados como el chino, pero siempre pisando fuerte y conociendo lo mejor posible el segmento al que buscamos dirigirnos.

Él comenta que China es muy distinta a México y que requiere de adaptar el producto a comercializar; cuando se busca entrar a un mercado diferente al que conocemos la carrera deja de ser de velocidad y se convierte de resistencia. Concluyó diciendo que en este país es vital tener los pies firmemente plantados sobre la tierra..

Desde que sostuvimos esta plática me he sentido muy motivado y mi plan de vida lo he adaptado. Si tengo la oportunidad de vivir más

años, haré que mis padres se sientan muy orgullosos de mí, apoyaré al desarrollo de mi sociedad y crearé una empresa de “Clase Mundial” como dicen los nuevos empresarios chinos que es su objetivo. De esta manera aportaré mi granito de arena de las inolvidables playas de Manzanillo para que México sea una de las primeras cinco economías del mundo en el año 2040.

Con jóvenes emprendedores como Carlos, nos damos cuenta que los sueños con esfuerzo y trabajo constante llegan a ser realidad, sin importar las murallas que encontremos en el camino.

No olvides leer mis cartas, la próxima semana te hablaré sobre los turistas chinos. ¡Este tema también me fascina!

CARTA 4

25 de abril, 2007

Una nueva carta para ti con un tema que me apasiona y que es muy importante para la economía de nuestro país, el turismo. En octubre del año pasado tuve la oportunidad de viajar a Beijing y dirigirme a Mutianyu para conocer la Gran Muralla China. Mientras admiraba su majestuosidad, cerré mis ojos, sentí el aire fresco y escuché el sonido del viento... de pronto, recordé que mi deseo de visitar ese lugar se había cumplido. Hoy mis deseos han cambiado, quiero que los chinos sientan lo mismo que sentí ese día, pero en lo alto de la pirámide “El Castillo” en Chichén Itzá, en mi país: México.

Después de platicar con los chinos me he dado cuenta que conocen muy poco de nuestra cultura, tradiciones y atractivos turísticos. La mayoría de ellos han escuchado de jugadores de futbol mexicanos o

visto por televisión a nuestra selección en el Mundial, otros han probado nuestro tequila o la cerveza, leído un poco sobre los Mayas o visto alguna novela mexicana. Sin embargo, muchos de ellos desean visitar algunos países de Asia, Europa o conocer Estados Unidos cuando hablamos de América, en gran parte por la influencia de la televisión, películas, cantantes, libros de aprendizaje de un idioma extranjero, agencias de viaje, promoción turística, Internet, noticias, para visitar amigos y familiares o por negocios.

México actualmente no es uno de sus destinos preferidos siendo necesario plantear una estrategia para no olvidar a nuestros amigos asiáticos. Los chinos están incrementando rápidamente su ingreso disponible, tienen más destinos aprobados para visitar en el extranjero evitando la usual restricción a negocios o a personas con visas de estudio, continúa el incremento en relaciones comerciales, tienen más días festivos, se ha relajado la conversión de yuanes por dólares y existe una mayor promoción de destinos turísticos. De acuerdo con la Organización Mundial de Turismo, China será el destino preferido en el mundo y el cuarto exportador de turistas para el año 2020 y pronostican que 100 millones de personas podrían viajar al extranjero anualmente a partir de esa fecha. Los chinos que están viajando lo hacen principalmente durante las tres “Semanas de Oro” que son el Festival de Primavera, el Día del Trabajo y el Día Nacional. Excepto por el Día del Trabajo que se ha reducido a tres días festivos, los demás son de una semana de vacaciones. Viajan entre cuatro y siete días, principalmente en mayo y octubre, con itinerarios planeados por agencias de viaje a lugares históricos de gran contenido cultural o a bellezas naturales. Hong Kong, Macau y Tailandia son los destinos preferidos y Estados Unidos es el único país en América que está entre los diez más visitados por los chinos. Otros destinos importantes son Singapur, Australia y Francia.

En días pasados leí un artículo sobre las estrategias de distintos países para atraer turistas. El Reino Unido se promociona en Shanghai para la gente con mayor poder adquisitivo, algunos hoteles franceses están ofreciendo arroz en el desayuno y poniendo agua caliente en los dormitorios para preparar té, los hoteles suizos evitan alojar a los huéspedes chinos en el cuarto piso, Singapur promociona sus servicios de salud, Malasia ofrece ecoturismo y otros países de Asia promocionan el turismo educativo.

Este tema es muy extenso, así que por ahora te permitiré reflexionar sobre lo que te escribí, ya que me encantaría ver a mis amigos chinos arribar al aeropuerto de Manzanillo, pasar unos días en la ciudad de Colima porque cuidan mucho que su piel permanezca blanca y después viajar a las ruinas Mayas.

CARTA 5

2 de mayo, 2007

Ocho meses de estar en China, y sigo tan contento como el primer día que arribé al aeropuerto de Pudong en Shanghai. El día de hoy te relataré algunas experiencias de lo que vive un extranjero occidental. Mi maestra de Negocios, Graciela, que además de ser psicóloga tiene siete años viviendo en este país, lo resume de esta forma: “China, por sus características culturales, saca lo mejor o lo peor de una persona”.

Tanto se habla de China en el mundo, que cada vez más extranjeros venimos en busca de aventura, de encontrar el producto “mágico” que nos hará millonarios, a estudiar chino mandarín, a trabajar para una empresa multinacional o como la mayoría mencionamos en los

bares más “fashion” de Shanghai, a hacer negocios de “impoexpo” (importación-exportación).

En las grandes ciudades, es común ver extranjeros occidentales, sin embargo, todavía a algunos chinos les resultamos curiosos y se nos quedan viendo, quieren alguna fotografía o muchos buscan practicar su inglés por algunos minutos. En las ciudades más alejadas esto es más evidente y si vamos acompañados de nuestros amigos chinos, todavía causamos más admiración. De repente alguno de ellos nos encuentra parecido a un artista de Hollywood o si somos altos a un jugador de la NBA.

Así pasan las primeras semanas, todo es felicidad, queremos practicar nuestro chino mandarín a pesar de que nos dicen “*ting bu dong*” que su traducción al español es “no te entiendo”, haciéndonos expertos de la mímica, comprando un diccionario o estudiando varias horas al día para superar esta situación. Como van pasando las semanas, resulta más común escuchar a algún compañero que extraña demasiado a su familia o amigos, que desearía probar un platillo de la exquisita comida de su país y que ya no puede ver la comida china, que está harto de que no entiendan su pronunciación o incluso aquel que dice estar fastidiado de los chinos.

Ahora que estoy en Shanghai, después de haber vivido los primeros cinco meses en Hangzhou, es más común encontrarme con extranjeros. Muchos de ellos me critican que tenga amigos chinos, tratan de olvidar que están en China cerrando su círculo a personas de otros países y algunos hablan en su idioma malas palabras cuando desesperados no entienden el comportamiento de un chino. A todos ellos en ese instante les recuerdo el último consejo que acertadamente me dio mi madre antes de partir de Colima: “recuerda que en China tú serás el visitante, no quieras cambiar a los chinos a tu

modo de ser, sé tolerante y trata de entender su cultura”.

En mi experiencia, las personas que están aprovechando al máximo el vivir en China y que están sacando lo mejor de sí, son aquellos que en su plan de vida tienen proyectos a realizar en este país, los que se interesan por conocer la cultura y entenderla, los que establecen relaciones de verdadera amistad con los chinos y que entienden que a ellos les es todavía más difícil ver a tantas personas de culturas diferentes, los que son tolerantes, los que se han dado cuenta que no podrán cambiar a mil 300 millones de persona y que es más fácil que se adapte a ellos.

No es fácil vivir en China por las diferencias culturales o por la falta de ciertas comodidades a las que estábamos acostumbrados en nuestro país, sin embargo cuando se conoce lo amable que son con los extranjeros y se logra una mayor empatía, se verá que una posible situación de estrés se puede cambiar a una divertida anécdota que bien vale una Carta desde China.

CARTA 6

9 de mayo, 2007

Me siento muy contento de enviarte esta sexta carta; el tiempo pasa volando y cada día pongo más atención a lo que sucede a mi alrededor para tener nuevos temas o experiencias que contarte. Mis amigos chinos saben que te escribo y me buscan para ayudarme a entender su cultura; están felices de que un mexicano escriba sobre su país. Además, estas cartas me están acercando más a ti, a mi familia y amigos, a mi querido Colima.

El vivir en China es tener la oportunidad de aprender su cultura en las calles, platicando mientras se viaja en tren o en autobús, haciendo amigos, leyendo libros que difícilmente encontraríamos en México u observando situaciones que se presentan en nuestra vida cotidiana. Así me fue interesando el tema de los números, hasta que encontré una explicación del porqué el cuatro es malo y el seis, ocho y nueve son buenos.

Para entenderlo, es importante conocer sobre la pronunciación en el chino mandarín. Este idioma tiene cuatro tonos: el primer tono que es de nivel alto, un segundo tono que se va elevando, un tercer tono que baja y sube, y un cuarto tono que baja. Adicional a estos tonos hay uno neutro.

Desde que estaba en México había leído que a los chinos no les gustaba el cuatro, sin embargo, nunca conocí la razón hasta que llegué a este país. Fue el Sr. Guo, mi maestro de cultura China, quien me platicó que la pronunciación del cuatro, “*si*” (en cuarto tono) es similar a la pronunciación de la palabra muerte en chino mandarín “*si*” (en tercer tono).

Para las personas que no somos supersticiosas tenemos algunas ventajas; por ejemplo, si seleccionamos un celular que contenga varios cuatros, en la mayoría de las ocasiones será gratuito; o algunas veces la renta de una oficina en el cuarto piso es más barata. Sin embargo, al dar un regalo a un chino se debe evitar cualquier elemento que sume cuatro y como te lo mencioné anteriormente, los hoteles suizos evitan alojar a los huéspedes chinos en el cuarto piso.

Un buen número es el seis - “*liu*” (en cuarto tono) - debido a un modismo chino que en mandarín se pronuncia “*liu liu da shun*” que significa que todo va en calma. Al adquirir un número telefónico para

nuestro celular, si contiene varios números '6' el precio es mayor. Además, cuando un chino cumple sesenta años, se prepara una fiesta muy grande donde toda la familia se reúne.

El ocho - "*ba*" (en primer tono) - es un número excelente ya que su pronunciación es similar a "*fa*" (en primer tono) que en chino significa gran fortuna; siendo el preferido de los hombres de negocio. Aquellos números celulares con varios ochos son muy costosos e incluso algunos chinos pagan dinero extra por obtener una placa de automóvil con varios ochos.

El nueve - "*jiu*" (en tercer tono) - cuya pronunciación es igual a la palabra 'largo' - "*jiu*" (también en tercer tono) - es un buen número; ya que se asocia con una larga vida o una larga relación. Hace cuatro meses pregunté a mis amigos qué regalar a una guapa china para quedar bien en una cita, su respuesta fue entregar nueve flores, o si realmente quería impresionarla, noventa y nueve flores. Como realmente la estimo y considerando que las flores son muy baratas en China (esto último no lo comentas a nadie) compré noventa y nueve flores.

Como ves, la pronunciación de ciertas palabras en chino mandarín pueden ser similares a otras. Esto puede influir desde mantener una buena relación de amistad o noviazgo hasta la selección de una buena marca para entrar en este mercado. La siguiente semana te hablaré sobre la cultura de negocios en este país y más adelante te platicaré sobre las expectativas de una china de 21 años y cómo ha vivido los cambios en su país... ¡*zaijian!* (¡adiós!).

CARTA 7

16 de mayo, 2007

Esta carta será diferente ya que mi imaginación se está desarrollando como resultado de estudiar caracteres chinos.

Es el año 2010, me despiertan los rayos del sol que entran por una ventana a mi cuarto en la casa de mis padres en Colima (si ven esta carta coméntales que sigo viviendo con ellos porque invertí todos mis ahorros en un negocio). Enciendo mi computadora y veo un nuevo correo electrónico de Mr. Wang, un cliente potencial para un producto típico que busco comercializar en China. Me comenta que nos recibirá en una semana en su corporativo en Shanghai.

A siete días del vuelo a Shanghai llamo inmediatamente a mis tres socios que conformamos el equipo de negociación, saco la *Carta desde China* que escribí hace tres años y preparo catálogos y muestras del producto. Ese día por la tarde mando a la tintorería mis trajes de colores neutros que usaré en las reuniones. También encargo mis tarjetas de presentación con una de las caras en inglés y la otra en chino. Recuerdo que la entregaré a mi contraparte con las dos manos y haciendo una pequeña inclinación de mi cuerpo, procurando que los datos se puedan leer al recibirla. Tomaré su tarjeta de presentación también con las dos manos y veré parte de su información para mostrar interés en su contenido.

A seis días del vuelo a Shanghai nos reunimos los cuatro socios en un restaurante en Comala y comienzo a leer la *Carta desde China* para repasar la siguiente información: la puntualidad es muy importante en todas las reuniones y al presentarnos con el equipo de negociación chino estrecharemos la mano respetando la jerarquía (en ocasiones el saludo es una leve inclinación de la cabeza). En conversaciones

informales, por ejemplo antes de iniciar el proceso de negociación; hablaremos del clima en Shanghai, de los gratos recuerdos de vivir en China y evitaremos asuntos políticos controvertidos. Los regalos consistirán en una artesanía, una bebida y dulces típicos de Colima. Contrataremos a un traductor profesional y transmitiremos nuestras ideas en forma sencilla y concisa. Finalmente leo que en caso de un banquete devolveremos la atención con otro banquete para nuestra contraparte.

A cinco días del vuelo a Shanghai nos reunimos en una cenaduría en Villa de Álvarez y tratamos de explicarnos la cultura de negocios en China. Mi amigo Osvaldo habla de la jerarquía, donde a partir de la lealtad y obediencia se busca lograr la armonía social; se ve reflejada en los negocios cuando en una reunión se presenta primero a la persona con mayor rango o cuando ésta toma las decisiones finales.

Mi amigo Jordán habla del “*guanxi*” (relaciones), las cuales se basan en una red de contactos que intercambian favores; menciona a Mr. Shen como el intermediario que nos presentó con nuestro cliente potencial Mr. Wang y que ayudó a que accediera a una reunión de negocios y a que sienta una mayor confianza hacia nosotros. Además, Mr. Shen mantiene muy buenas relaciones con el gobierno chino. Mi amigo Nacho habla del “*mianzi*” (cara), la cual se refiere a la reputación que tiene un chino y de la importancia de siempre evitar dañar su imagen pública. Finalmente yo hablo de la paciencia, ya que el estilo de negociación de los chinos se centra “en la forma”; para lograr un acuerdo es necesario entablar una relación de confianza y armonía a largo plazo.

Los restantes cuatro días los dedicamos al estudio de la contraparte China y a preparar una estrategia que nos permita lograr una negociación satisfactoria para ambas partes.

CARTA 8

24 de mayo, 2007

Qué bueno que estás observando a China, tú puedes hacer negocios en este país. Estoy viviendo los cambios que suceden aquí; tan acelerados que es necesario leer diariamente artículos, consultar periódicos, platicar con empresarios y viajar por las distintas regiones para entender lo que sucede.

El día de hoy te hablaré sobre la logística en China, un tema que he investigado con profundidad.

Este país presenta distintos niveles de desarrollo, sin embargo, el gobierno está invirtiendo en proyectos de gran magnitud y permitiendo que el sector logístico sea más competitivo. Es en las zonas costeras del sureste y este de China donde la infraestructura de las principales ciudades es de gran calidad; mientras que en las zonas del norte, centro y oeste existe una carencia de la misma que impide la eficiente distribución de mercancías.

El gobierno chino está remediando esta situación y como se menciona en el libro “China Business Guide 2006”, se está viviendo un período de inversión intensiva para edificar, expandir y renovar la infraestructura del país; con el fin de apoyar a una economía que destina recursos de acuerdo a planes de desarrollo. Son estos planes los que a través de políticas nacionales se marca el rumbo de China y tienen implicaciones en el gobierno, industrias paraestatales y en el sector privado.

En los últimos años la inversión en infraestructura logística se ha incrementado. Por ejemplo, ya he tenido la experiencia de subirme al Maglev, un tren magnético de tecnología alemana que alcanza una

velocidad de 430 km. por hora. Cuando me visites en Shanghai lo tomaremos, ya que conecta el aeropuerto de Pudong con el área suburbana de la ciudad.

El ferrocarril sigue expandiéndose por China y renovando sus trenes. De acuerdo al “China Economic Review” de mayo cerca de 17,000 Km. de nuevas vías se instalarán para el 2010, de las cuales 7,000 km. serán exclusivas para el transporte de pasajeros.

Además, en abril del 2007 se introdujeron los nuevos trenes bala capaces de alcanzar una velocidad mayor a los 250 km. por hora. Se busca dar servicio a una creciente demanda, por ejemplo el primer día de la semana festiva de mayo el ferrocarril chino transportó a 5.2 millones de pasajeros y aún así fui de los que no alcanzó “ticket”.

Otro importante ejemplo es el caso del puerto de Shanghai, que de acuerdo al “China Economic Review” de este mes, ya es el segundo puerto con mayor manejo de contenedores estándar en el mundo. Singapur está en primer lugar, sin embargo, siete de los primeros veinte puertos de la lista están en China. Los resultados en materia logística son importantes, pero sigue habiendo muchos retos.

Hace un mes platicué con Jasper Wang, el gerente de operaciones de América Latina en Shanghai para una de las más grandes empresas logísticas en el mundo. Al igual que otros expertos en el ramo, confirma que uno de los grandes retos es el integrar los diferentes medios de transporte, sobre todo cuando se busca llegar a las regiones menos desarrolladas.

Otras empresas han optado por subcontratar servicios logísticos en aquellas ciudades distantes y de difícil acceso, con el fin de brindar a sus clientes un servicio integrado de mayor calidad. Otros retos

actuales son el poco uso de tecnología de información entre los proveedores de servicios logísticos y aunque cada vez en menor medida, el rol que tiene el gobierno.

El sector sin duda es de interés para las empresas logísticas mexicanas que buscan incursionar en China y las alianzas estratégicas son una importante opción.

Siguiente tema: los productos y servicios en China que dicen ser mexicanos y que lamentablemente no lo son.

CARTA 9

30 de mayo, 2007

Esta carta te la envío con urgencia porque ya no podemos esperar, es momento de ofrecer nuestros servicios y productos mexicanos en el extranjero.

Aunque todo es un proceso, puedes iniciar redactando tu plan de negocios (la planeación como les ha funcionado a los chinos); la idea que te quiero transmitir es pensar en grande y hacer crecer tu empresa. Si es pequeña puedes comenzar con el estado de Colima, expandirla a otros estados de la República Mexicana y después cruzar el otro charco y llegar a China.

Cuando escucho que el segundo hombre más rico en el mundo es mexicano o que algunas empresas de nuestro país están convirtiéndose en verdaderas multinacionales, la frase que viene a mi mente es “¡sí se puede!”.

Ahora que estoy en China veo que la imagen de México en el

extranjero está siendo explotada por personas que no somos mexicanas. Esta situación es lamentable porque a parte de que las ganancias quedan en otras manos; la esencia de México que se adquiere por nacer, vivir varios años en nuestro país o de entender y sentir con profundidad nuestra cultura, no la tienen en su mayoría estos productos o servicios y por consiguiente está siendo distorsionada.

Cuando voy al supermercado y veo una lata que dice “Salsa mexicana” inmediatamente me acerco, la tomo y la giro deseando encontrar en inglés o en chino: “Hecho en México”; pero en la mayoría de las ocasiones me encuentro que son elaboradas en otros países como Bélgica y Australia. Tantas veces me ha ocurrido lo mismo que he optado por encargar provisiones de productos mexicanos a algunos amigos que han venido a China.

Pero esto no queda ahí, en Hangzhou está el Maya Bar que es propiedad de un estadounidense o aquí en Shanghai el Zapata’s Mexican Cantina que me comentan es una franquicia alemana. En restaurantes es lo mismo; en algunos donde ofrecen algún platillo mexicano lo mejor que nos puede suceder es que engañemos a nuestros ojos al leer el menú, pero el sabor no es el auténtico de nuestra exquisita comida. Sin embargo, ya se de algunos jóvenes mexicanos que se están atreviendo y acaban de abrir un restaurante en Hangzhou.

Platicando con Alfonso Araujo, mi coordinador en China, salió al tema la importancia de que los empresarios mexicanos comiencen a penetrar otros mercados. Él comenta que algunas frutas y verduras en las que México es el principal o de los principales productores en el mundo ya están siendo cultivadas en otros países.

Esta tendencia seguirá, ya que en otras zonas de nuestro planeta existen climas similares a los de México o incluso cuentan con novedosa tecnología que se los permite. Cuando estas frutas y verduras lleguen a nuevos mercados se percibirán como originarias del país exportador y todo mundo olvidará la imagen que tenían de México como principal productor. Sin embargo el problema podría ser aún mayor, ya que otros países irán ganando una mayor participación en los mercados mundiales e iniciar exportaciones a Estados Unidos o incluso a México, compitiendo directamente con nuestros productores. En ese momento nos lamentaremos de no haber previsto esta situación.

Lo positivo es que nuestro país está cambiando y los mexicanos estamos asumiendo la responsabilidad de impulsar nuestros productos y servicios en el mundo, además de luchar por mantener el liderazgo que México tiene en América Latina.

CARTA 10

6 de junio, 2007

Hoy es un hermoso día, así que toma mi carta y siéntate a leerla, relájate y transpórtate hasta China. En frente de nosotros con su piel blanca, ojos misteriosos y cabello oscuro está Wu Yue; una joven china de 21 años, hija única, estudiante de la carrera de Periodismo Internacional que habla un perfecto inglés y que tiene un futuro impresionante.

Inicia hablando de su familia; nos comenta que algunas veces se siente sola y quisiera tener un hermano o una hermana, sobre todo cuando tiene conflictos con sus padres y necesita a alguien que

comparta su punto de vista. Otras veces prefiere ser hija única, ya que sus papás centran todo su cariño en ella.

Wu Yue divide su vida en dos momentos. El primero de ellos va desde la primaria hasta el segundo semestre de preparatoria donde “caminó por la oscuridad”: tenía muy pocos amigos, su bajo desempeño académico ocasionaba frecuentes conflictos con sus maestros y no la querían porque no podían controlarla, se sentía muy inferior a otros niños y aunque sufría, era muy fuerte y no lo externaba.

Todos los días cuando regresaba de su escuela se detenía en un establecimiento a observar a otras personas tocar un piano. Las horas volaban en ese lugar y cuando su mamá se dio cuenta de esa situación pidió prestado dinero para comprarle uno. Al principio era un pasatiempo; pero después su madre se enteró que podía obtener certificados que van del 1 al 10 según la destreza y que suman puntos para el examen de admisión a la universidad y comenzó a poner mucha presión en ella. Así, regresando de la escuela tenía que practicar 2 horas y en vacaciones de verano hasta cinco horas sin poder descansar un momento para salir a jugar con sus amigos.

Finalmente llegó hasta el certificado 8, ya que entró a la difícil etapa de preparatoria que requiere ser estudiante de tiempo completo y su mamá le pidió que dejara sus estudios de piano.

Wu Yue comenta que los padres chinos quieren que sus hijos sean extraordinarios, que vivan mucho mejor y que logren las metas que ellos no pudieron alcanzar. Piensan que estudiar idiomas, practicar deportes o tocar instrumentos musicales ayuda a las personas en su desarrollo mental y las vuelve más competitivas; exigen a sus hijos que se esfuercen tanto como otros niños y en las reuniones con

familiares o amigos siempre se habla de ellos y de los logros que han obtenido.

Yue dice que esta situación es resultado de la enorme población en China que ocasiona una gran competencia y el que muchas veces se sienta con presión y estrés. Comenta que aunque seas muy bueno en lo que haces, siempre que te comparas te das cuenta que hay muchísimas personas más preparadas luchando por las oportunidades que se presentan.

Así transcurrió su vida hasta que un suceso cambió su persona y la llevó a superar la “etapa de oscuridad”; en donde sentía que siempre sería insignificante, que nadie la apreciaría o estaría orgullosa de ella. Con lágrimas de felicidad en sus ojos habla de ese momento especial que ocurrió antes de salir de vacaciones de verano en el 2001; cuando participó en entrevistas para elegir a 20 estudiantes que harían un intercambio académico por un mes en Estados Unidos. Como Wu Yue tenía un excelente nivel de inglés fue una de las seleccionadas en su preparatoria.

... Es momento de dar un respiro y levantarse a tomar un poco de agua. Esto que te estoy contando jamás pensé que fuera posible; los chinos no externalan tan fácil sus sentimientos, sin embargo ella me tiene mucha confianza y está de acuerdo en que lo comparta contigo.

CARTA 11

13 de junio, 2007

Toma mi carta y regresa a China, Wu Yue nos está esperando para contarnos la parte más hermosa de su vida. Esta etapa de luz inicia con su viaje a Estados Unidos en el verano del 2001, tiempo que

dedicó a estudiar y a conocer la cultura de ese país.

Rápidamente hizo amigos extranjeros que le decían cosas positivas relacionadas con su personalidad y con su habilidad para el inglés; esto la llevó a ser muy optimista y a reforzar su autoestima. Cuando volvió a China estaba llena de energía y se sentía muy fuerte. En el aspecto académico pasó del lugar treinta y cinco de cincuenta estudiantes a ser una de las primeras cinco. Si tomamos en cuenta el altísimo nivel de exigencia en las preparatorias chinas, es sin duda un gran logro.

Al entrar a la universidad continuó estudiando muy duro y hoy en día es la primera en su clase. Por su alto desempeño académico recibe un apoyo económico. Además, ha participado en competencias nacionales de inglés obteniendo muy buenos resultados; incluida la que organiza CCTV, la cadena de televisión en China.

Sus padres están muy orgullosos de ella. Yue está feliz de que ellos han pasado de decirle qué hacer a darle recomendaciones; en especial su padre que frecuentemente le recuerda que lo primordial es que tenga una vida plena y que en un futuro no sólo sea una excelente profesionalista, sino que continúe siendo una buena persona.

La comunicación en su familia ha mejorado a través del tiempo; aunque en general los padres chinos no externan sus sentimientos a sus hijos y muchas veces la relación es muy intensa.

Ella recuerda con gran felicidad su cumpleaños pasado; cuando su mamá le envió un mensaje por celular que decía: “querida hija, muchas felicidades por tu cumpleaños y espero que puedas ser feliz cada día de tu vida; recuerda que tu padre y tu madre te aman mucho”; por lo que ella comenzó a llorar porque jamás habían

utilizado la palabra amar para externar lo que sienten por ella. Actualmente está feliz de ser china, de tener una familia, de ayudar a otras personas porque eso permite lograr una sociedad con armonía, de alcanzar sus metas, de sentir cariño y de pasar el tiempo con las personas que ella ama.

Si en su casa se toca el tema de la importancia de estudiar siempre se menciona a su primo, también hijo único, Tang Lindan. A cambio de trabajar en investigaciones fue becado para realizar su maestría en la Universidad Johns Hopkins y tiempo después por la Universidad de Harvard para su doctorado. Yue también desea estudiar una maestría en Estados Unidos porque ahí están las mejores instituciones educativas en Periodismo y Comunicación; después regresaría a China para apoyar en el desarrollo de su querido país. Ella quiere que el mundo conozca todavía más sobre China.

Al hablar sobre la rapidez con que ocurren los cambios en su sociedad; nos dice que la mayoría de las personas en el pasado, entre ellas sus padres, tuvieron que vivir momentos difíciles y de grandes carencias. Sin embargo su familia a partir del éxito de las reformas económicas y por el trabajo duro y constante; ha alcanzado un nivel de vida muy estable. Comenta que los chinos han logrado adaptarse a estos cambios tan acelerados porque han sufrido enormes carencias en el pasado y saben que todo lo que se está logrando es muy bueno. Todavía hay regiones con mucha pobreza pero ahora se está buscando su desarrollo.

Cada palabra que pronuncia Yue lleva consigo la felicidad y optimismo de la juventud en China; que sabe que el pasado fue muy difícil, el presente de grandes retos y esfuerzo, y el futuro que ya visualizan de grandes oportunidades y desarrollo.

CARTA 12

20 de junio, 2007

Desde que era niño pensé en constituir una empresa, y ahora que estoy en China no desaprovecharé la oportunidad para iniciarla. Ahora me siento más fuerte, he aprendido de los errores y formaré un excelente equipo de profesionales que complementen mis habilidades. Así, al integrar sus ideas y ganas de trabajar, el resultado de cada servicio brindado se resumirá en la palabra: calidad.

Cada vez más colimenses debemos de pensar en abrir empresas o fortalecer las que tenemos, visualizar un futuro exitoso y lazarnos a alcanzarlo. Esta mentalidad la tienen los empresarios chinos; tal vez por la enorme competencia que se traduce en buscar oportunidades para sobrevivir, pero los resultados que están obteniendo son sorprendentes. En los próximos años veremos más empresas chinas invirtiendo en el exterior y sus marcas serán reconocidas en todo el mundo.

Hace un mes aproximadamente tuve la oportunidad de escuchar a la licenciada Graciela Ampuero, sin duda una emprendedora exitosa en China. Con su motivación, facilidad de palabra y experiencia en los negocios; transmite energía positiva a los jóvenes que deseamos un mejor futuro para nuestra sociedad y el sentir la satisfacción de fundar una empresa que llegue a ser exitosa.

Hablé sobre el tema del emprendedor global en China. Inicié comentando que el proceso de emprendimiento de una idea lleva consigo el uso de una gran energía. Así, el día que te animes a hacer realidad tu negocio, tendrás que dormir menos horas por las tantas responsabilidades que se presentan, pero el enorme esfuerzo tendrá sus recompensas.

Para Graciela, el emprendedor es una persona que ve oportunidades y que una vez que identifica una idea potencial, es capaz de venderla. En sus siete años de vivir en China muchas personas le han preguntado sobre el producto o servicio que los hará millonarios; a lo que siempre contesta: “no existe ese producto o servicio. Existe el producto o servicio que eres capaz de vender u ofrecer. Las ideas de negocio que tienen más éxito son las más simples y aunque no todo está inventado, tampoco necesitas inventar algo”. Ella expresa que difícilmente una persona puede ser experta en todo. Lo que recomienda es que se decida si se compra o vende o se sitúa en un tercer negocio que es el ser puente; dando servicios de ayuda para el que quiere comprar o vender y no puede hacerlo. Cuando se tiene la idea concreta, se puede pensar en profundizar para identificar qué otros productos o servicios pueden ofrecerse. La clave, comenta, es tener una idea simple y claramente definida para buscar el mercado potencial que también debe de ser simple y claramente definido.

Al hablar sobre cómo crear lealtad en el cliente, Graciela dice que se logra ofreciendo más servicios de los que se han contratado. Con este tipo de prácticas hay mayor probabilidad de que el negocio vaya creciendo y llegará el momento de crear una red de alianzas estratégicas; evitando hacer más grande la estructura de la empresa.

Sus varios años en China y sus estudios en Psicología le permiten percibir una realidad que pocas personas captan de este país. Con esta enorme experiencia habla de China como un mercado de muchas oportunidades de negocio y una fuerte competencia; donde el éxito no está en la brillantez de una idea sino en ser capaz de ponerla en práctica mejor que cualquier otra persona. ¡Anímate! ¡Ya es tiempo de iniciar con tu plan de negocios!

CARTA 13

27 de junio, 2007

Si me pides decir en una palabra lo que sucede en China, utilizo la palabra “cambios”. Esto se percibe principalmente en las leyes, la infraestructura de las ciudades y en el comportamiento de las personas. Para lograrlo en un corto tiempo se emplean diversas estrategias como son el endurecimiento de las sanciones, el incluir algún tema en los planes de desarrollo, el llevar a cabo una acción conjunta en coordinación con el gobierno y la sociedad, o por el uso de medios de difusión masiva para transmitir el mensaje deseado. Como China albergará los próximos Juegos Paralímpicos a desarrollarse del 6 al 17 de septiembre del 2008, el tema de la cultura de integración a favor de las personas con discapacidad ha tomado una mayor fuerza.

Las autoridades del gobierno chino han planteado que los Juegos Paralímpicos serán tan espléndidos como los Juegos Olímpicos y están en total coordinación con el comité organizador, distintas asociaciones y la sociedad en general. En conjunto están haciendo de Beijing una ciudad libre de barreras que proveerá de alas para volar a las personas con alguna discapacidad, que en China suman 80 millones; como lo comentó Lu Shiming, director de la Federación China de Personas Discapacitadas.

Sin embargo, China no siempre ha puesto especial atención a esta cultura de integración. Como lo dijo Tang Xiaoquan, presidente del Consejo Ejecutivo de esta misma federación y vicepresidente Ejecutivo del Comité Organizador de los Juegos Olímpicos; durante el octavo y el noveno “plan a cinco años” de desarrollo, no se dio suficiente importancia a promover la construcción de infraestructura libre de barreras.

Pero en los últimos años el gobierno se ha enfocado en crear un ambiente más accesible para las personas con discapacidades; para lograrlo se han elaborado y modificado leyes nacionales y estatutos. Tang dijo que este es el primer paso, sin embargo, el siguiente consiste en hacer que todo el país los ponga en práctica.

La situación está cambiando en forma positiva. Diversos eventos se están llevando a cabo con el fin de incrementar la atención y el entendimiento de la sociedad hacia esta cultura de integración. Además - comenta Lu Shiming - en China por la investigación y desarrollo, se han logrado bajar muchísimo los costos de algunos aparatos que mejoran la calidad de vida de estas personas, como son las sillas de ruedas eléctricas.

También dice que este esfuerzo busca que la sociedad trate a las personas discapacitadas sin distinción alguna; como si fuera tu propio hermano o hermana, con mente abierta, entendimiento, receptivo y con cuidado cuando se trate de necesidades fisiológicas y psicológicas. Cuando se haya aprendido a tratar estas diferencias con respeto, el resultado será un cambio positivo y muy significativo. Aquí en Shanghai las nuevas obras públicas, instalaciones y medios de transporte contemplan accesos y espacios para estas personas; pero todavía se requiere un enorme esfuerzo para hacerla libre de barreras y el lograr el entendimiento de la sociedad. Con la renovación de la infraestructura en la ciudad y con los próximos Juegos Paralímpicos esta situación mejorará.

México puede aprender de estrategias exitosas que se están desarrollando en Beijing a favor de las personas discapacitadas. Esta forma de aprendizaje es utilizada por los chinos en distintos ámbitos con gran éxito, quienes adaptan y muchas veces hasta mejoran los procesos para ponerlos en práctica.

CARTA 14
4 de julio, 2007

Después de diez meses de vivir en China, y más de tres meses de haber iniciado con estas cartas, puedo observar con mayor claridad las oportunidades para nuestro Estado y país. Un tema de interés para México es la inversión; esto con el fin de aprender de estrategias exitosas y atraer a los potenciales inversionistas chinos que cada día aumentan en número.

A partir de las exitosas reformas económicas iniciadas en 1978 por Deng Xiaoping, China fue incrementando el volumen de la inversión extranjera en su territorio; misma que dio paso a la creciente exportación de productos y a que hoy se conozca como la manufactura del mundo. De acuerdo al reporte de febrero del 2007 "China Trade Quarterly-Domestic and Foreign" del LI & FUNG Research Center; en el 2006 China recibió 63,000 millones de dólares de inversión extranjera directa. Sin embargo, el incremento en los costos laborales, una creciente competencia de la India y Rusia, un mayor sentimiento proteccionista en el comercio internacional, y la implementación de políticas gubernamentales; prevén la reducción en el establecimiento de nuevas empresas.

Los incentivos que utiliza el gobierno chino para atraer inversión extranjera se relacionan principalmente con la reducción de impuestos y precios bajos en los terrenos. Además, existen ciertas áreas como las Zonas Económicas Especiales, Zonas de Libre Comercio y Zonas de Desarrollo de Alta Tecnología, donde los beneficios son aún mayores. En la actualidad, el gobierno está interesado en modernizar su industria utilizando capital extranjero que aporte calidad; por lo tanto, se están implementando políticas encaminadas a favorecer la instalación de empresas de Investigación

y Desarrollo, de alta tecnología o que brinden servicios de diseño o de alto valor agregado.

Por otra parte, existe un enorme interés del gobierno por motivar a las empresas chinas a invertir en el extranjero. Esto se ha puesto de manifiesto en la estrategia del “*Go Out*” y en el “Onceavo Programa Quinquenal de Desarrollo” (2006-2010), donde China busca integrar aún más su economía al mundo. Para lograrlo, se está incrementando la cooperación entre países y simplificando los procedimientos y acceso a información sobre inversiones en el exterior.

En el documento de noviembre del 2006 “International Tax and Business Guide” de la empresa de consultoría Deloitte, se menciona que existen tres incentivos que alientan a China a invertir fuera de sus fronteras: el acceso a recursos naturales, principalmente de energía y de minerales en África, Latinoamérica y en Centro y Sudeste de Asia; diversificación hacia otros mercados, sobre todo de las empresas manufactureras chinas que están viviendo una saturación y alta competencia en costos dentro del país; y por la influencia del gobierno que está promoviendo que las empresas chinas salgan a invertir a otros mercados.

De continuar la tendencia, China se convertirá en una importante fuente de inversiones en el mundo; y México por sus ventajas comparativas con otros países - como lo son su posición geográfica privilegiada, sus acuerdos y tratados comerciales, un entorno macroeconómico estable y su enorme riqueza en recursos naturales, entre muchas otras - tiene la posibilidad de captarlas. Dependerá de nosotros los mexicanos el saber aprovechar las oportunidades que se presenten.

CARTA 15

11 de julio, 2007

En las principales ciudades de China encuentras personas de todo el mundo; desde expatriados y empresarios hasta estudiantes y aventureros con sus mochilas al hombro.

Muchas de ellas asisten a las importantes ferias y exposiciones que cada año se llevan a cabo en este país y que se convierten en aparadores de compañías locales y extranjeras interesadas en este mercado. Siempre es interesante asistir a estos eventos, ya sea como expositor o como visitante.

Hace un mes, aquí en Shanghai se llevó a cabo una exposición de alimentos donde se dieron cita distintas empresas mexicanas. A diferencia de otros espacios, el de México resaltaba por jóvenes motivados por mostrar nuestros productos. Algunos colimenses como Karla Aguayo, Jorge Reyes y Juan Pablo Díaz, preparaban exquisitos antojitos, atrayendo la atención de los asistentes.

Caminé un poco más y me encontré a mi amigo Agustín García Rechy, quien estaba atendiendo a unas personas de origen asiático que se veían interesadas por uno de los productos expuestos. Ofreciendo información, degustación y contactos, fue atrayendo aún más la atención de estos clientes potenciales.

Orgulloso de ver productos mexicanos que por su calidad y sabor pueden penetrar otros mercados, continué mi recorrido. Muy pronto me di cuenta que algunos stands de otros países no tenían el mismo flujo de personas; pero cuando veías que los expositores estaban sentados y platicando, preferías no interrumpirlos y seguir el paso. Así se demuestra la importancia del personal que atiende el stand;

que a mi juicio tienen que ser empleados de la empresa o personas que realmente se identifiquen y conozcan sobre el producto. El estar activo, entregando información, atendiendo al cliente potencial y obteniendo sus datos; ayuda a justificar la inversión y al éxito del evento.

Aunque muchas veces no tengo un interés específico sobre alguna feria o exposición, siempre que tengo tiempo asisto como visitante para conocer qué está ocurriendo en el mercado. Cuando alguna empresa mexicana me avisa que requiere de mi apoyo - por ejemplo en la búsqueda de un proveedor - siempre me visto formal, llevo tarjetas de presentación y el hablar algunas frases en chino mandarín, sobre todo cuando se trata de empresas chinas, ayuda a lograr una mayor empatía con el expositor y a obtener información de gran calidad.

Tengo amigos que han venido a las ferias o exposiciones con el fin de explorar este mercado y que ven a China en sus planes de expansión, de modo que revisan qué empresas locales y extranjeras están ofreciendo servicios o productos similares o sustitutos. Otras personas aprovechan que varias empresas están reunidas en un mismo lugar para buscar proveedores o conseguir contactos para futuros negocios.

Finalmente, hay quien revisa la tendencia en el sector en el que se mueve su empresa, ven servicios o productos novedosos y regresan a su país con ideas de nuevas prácticas, usos o presentaciones de los mismos.

Es la atracción que genera China: en parte porque todo el mundo escucha en los medios sobre este país, por el incremento en el poder adquisitivo de los chinos, por la mayor apertura y por el interés de su

gobierno de estimular un mayor consumo interno que se convierta en el motor de su economía, lo que hace que estas ferias y exposiciones reúnan cada año a más empresas locales y extranjeras.

Estos eventos demuestran el nuevo rol que está adquiriendo China en el contexto internacional, y en la medida en que su gobierno sea capaz de resolver rápidamente sus problemas internos como la desigualdad social, vivirá un futuro muy prometedor.

CARTA 16
18 de julio, 2007

Son las 7:30 de la mañana, es momento de irme a mi clase de chino en la Universidad de Fudan en Shanghai.

Al salir de mi departamento, saludo al señor Fang Hong Zhi, guardia del complejo habitacional que tiene un sueldo mensual equivalente a \$1,300 pesos. Rápidamente llego a la tienda a comprar mi desayuno, me atiende la Sra. Zhou Li, que gana lo equivalente a \$1,100 pesos mensuales. Continúo mi recorrido y por la calle veo pasar el auto de mis sueños manejado por un chino.

Después de caminar por veinte minutos llego a la universidad, donde me recibe un cartel que dice: “pon en completa práctica la teoría del desarrollo científico”. Por la tarde escucho en las noticias que es prioridad del gobierno chino el construir una “nueva zona rural socialista” y el crear una “sociedad armoniosa”.

Con dos-tercios de las aproximadamente 1,300 millones de personas en China viviendo en la zona rural y deseando los beneficios que el

crecimiento ha traído a la parte Este de China, además de un aumento en las protestas masivas en los últimos años, no es de extrañar que el gobierno se centre en evitar que las diferencias sean más severas, ya que en un futuro se podría poner en riesgo la confianza hacia el Partido Comunista o generar una gran inestabilidad en el país.

Por muchos años el gobierno se enfocó en el crecimiento económico del Este de China, trayendo consigo una enorme disparidad en la distribución de la riqueza entre la zona urbana y la rural. Para contrarrestar esta situación, la nueva política se basa en alcanzar una prosperidad común a partir de buscar que las regiones Este, Centro y Oeste se complementen.

En el “Onceavo Programa Quinquenal” (2006-2010) se habla de buscar un mayor desarrollo económico de la zona rural y de construir una sociedad armoniosa basándose en el concepto de “desarrollo científico”, el cual se centra en la gente y en alcanzar el progreso y bienestar de la sociedad. Conceptos como calidad por arriba de cantidad, innovación, conservación y repartición de la riqueza son algunos temas primordiales abordados en este programa.

Algunas de las iniciativas que se están llevando a cabo en la zona rural incluyen el modernizar los canales de distribución, el dotar de información sobre el mercado y conocimiento a los granjeros, el abolir el impuesto agrícola, entre otros. Además, el gobierno está buscando construir una “nueva zona rural socialista” a partir de proyectos que permitan el incremento del ingreso disponible, el desarrollo agrícola y el mejoramiento de la infraestructura.

De resultar efectivas las medidas tomadas por el gobierno, China

habrá solucionado uno de los problemas sociales más fuertes que se están presentando y evitaría muchos otros, como es el caso de la migración de personas del campo a las ciudades.

Además, un mayor ingreso disponible de la gente que vive en las zonas rurales estimularía el consumo y se lograría que éste fuera el nuevo motor de la economía, así como un factor que promovería el crecimiento económico sustentable a largo plazo, tal como desea el gobierno que suceda.

Por ahora los retos que enfrenta China son muy grandes, sin embargo existe un compromiso serio de su gobierno por solucionarlos y de esta forma dar respuesta a la gente que alguna vez apoyó a su llegada al poder y que ahora exige que exista una mayor equidad.

CARTA 17
25 de julio, 2007

La enorme población en China es un tema que llama la atención del mundo entero y es de gran interés para su gobierno. Con el fin de aliviar este problema que por muchos años restringió el desarrollo social de este país, se determinó en 1977 la aplicación de la política de un solo hijo.

Antes de venir a China pensaba que esta política era completamente rígida, sin embargo, me he dado cuenta que no es así. De acuerdo con información de la Comisión Estatal de Población y Planificación Familiar de China, solamente limita al 35.9% de la población a tener un hijo. En 19 provincias, las personas de las zonas rurales pueden tener un segundo hijo si el primero es mujer. Los granjeros de cinco provincias y regiones autónomas: Hainan, Yunnan, Qinghai, Ningxia y

Xinjiang tienen permitido el tener dos hijos. La política no aplica para las personas pertenecientes a minorías étnicas. En la actualidad, las parejas en donde ambos son hijos únicos en sus familias, pueden tener dos. Conforme a estadísticas de esta misma Comisión, la medida de planificación familiar ha ayudado a contener la población de este país en aproximadamente 400 millones de habitantes.

Para aquellas personas que no obedecen la regla, el gobierno las castiga con una multa y el hijo no puede tener una residencia permanente legalmente registrada. Por el alto costo que implica el mantenerlo, las personas generalmente la cumplen. No obstante, cada vez es más común que los ricos y famosos que tengan suficientes recursos económicos como para tener más de un hijo, causando enojo en la sociedad. Para solucionar esta situación, la Comisión Estatal de Población y Planificación Familiar en China está desarrollando una regulación con medidas más severas para castigar a estas personas; incluyendo multas más altas y un posible registro de “historial negativo”.

Por otra parte, algunos de los mayores efectos de la política de un solo hijo ya se están viviendo. Este es el caso de la estructura poblacional donde la tasa de crecimiento está declinando; aunque la población todavía seguirá incrementándose por varios años debido a su enorme base. Asimismo en el año 2000, China se convirtió en una sociedad senil y con ello se presenta un enorme reto para el gobierno y las generaciones más jóvenes, ya que tendrán que ofrecer sustento a estas personas y por otro lado, se prevé que algunas ciudades comenzarán a sufrir escasez de mano de obra. Además, la política de un solo hijo es en parte responsable de que en China no exista un balance en la proporción de hombres y mujeres, ya que todavía hay personas que prefieren tener un hijo a una hija (situación que se ha venido reduciendo en tiempos recientes).

El gobierno ha mencionado que continuará con el control del crecimiento de la población, mas no obstante ya se están viendo algunos ajustes en la política de planificación familiar. Por ejemplo, en Guangzhou (Cantón), capital de la provincia de Guangdong, se está promoviendo el que las parejas tengan un segundo hijo. El objetivo es buscar hacer frente a su población de la tercera edad, ya que actualmente 945 mil personas tienen 60 años o más, representando el 13 % de la población total de la ciudad.

Con los años, China tendrá que hacer más flexible su política de un solo hijo, con el fin de confrontar los nuevos retos que se le presenten. Por ahora, el gobierno y su sociedad trabajan arduamente para ofrecer un mejor futuro a las nuevas generaciones y aminorar la enorme carga que una sociedad senil les representará.

CARTA 18
1 de agosto, 2007

Un país enorme en extensión y en población como China, está forjando su presente y futuro con proyectos de infraestructura de igual magnitud. En esta carta te describo algunas de las más impresionantes obras que se están desarrollando.

Para maravillarnos, hay que iniciar por el compromiso del gobierno chino por mejorar y extender las vías de comunicación en las regiones menos desarrolladas. En el Onceavo Programa Quinquenal de Desarrollo(2006-2010), se ha establecido que más de 1.2 millones de kilómetros de carreteras se construirán o renovarán en las zonas rurales; y se enlazarán 7,530 pueblos y cerca de 90,000 villas utilizando carreteras de asfalto o cemento.

Otro fascinante proyecto es el puente de la Bahía de Hangzhou, que será el más largo del mundo que cruce por el mar y que estará en servicio antes de los Juegos Olímpicos de Beijing en el 2008. Con sus 36 kilómetros de largo, se unirán las ciudades de Jianxing (cerca de Shanghai) y Cixi (en la provincia de Zhejiang). De esta manera, se reducirá a solamente 120 kilómetros la distancia entre Ningbo y Shanghai.

Es precisamente en Shanghai donde se encuentra el segundo puerto en el mundo con mayor movimiento de contenedores de 20 pies. Sin embargo, no faltará mucho para que desplace al primero, el puerto de Singapur; ya que está en construcción el "Yangshan Deepwater Port". Lo que hace diferente a este proyecto es su localización sobre dos islas en la provincia de Zhejiang; la razón para hacerlo de esta forma es solucionar dos graves problemas. El primero es la falta de profundidad que tiene el puerto de Shanghai para recibir en el muelle a los grandes buques de contenedores; y el segundo es su localización en la boca del Río Yangtze, lugar propenso a la existencia de sedimento pesado. Así, el puerto Yangshan que formará parte del puerto de Shanghai, solucionará ambos inconvenientes.

Pero sin duda el proyecto más espectacular es la Presa de las Tres Gargantas en el Río Yangtze: es la obra hidroeléctrica más grande del mundo, con una presa principal de 2,309 metros de largo y 185 metros de alto. Oficialmente inició el 14 de diciembre de 1994 con el fin de controlar las inundaciones ocasionadas por el río, facilitar la navegación y ser una fuente de energía limpia; y estará en completa operación en el año 2009. La electricidad generada abastece al Centro y Este de China. Este proyecto ha sido muy controvertido porque inundará varias regiones, llevándose consigo un vasto contenido cultural y obligando al desplazamiento de un millón de personas.

Con estos impresionantes proyectos de infraestructura, el gobierno chino busca crear una red de vías de comunicación que enlazarán el Este próspero con el Centro y Oeste que requieren de su integración. Con puentes como el de la Bahía de Hangzhou se avanza en la eficiencia al reducir distancias entre dos regiones estratégicas. Con puertos como el de Yangshan, se demuestra que la innovación resuelve problemas y finalmente, con proyectos como el de la Presa de las Tres Gargantas, se da un paso más hacia el deseo de asegurar el abastecimiento de energía a un país que no desea frenar su desarrollo y crecimiento económico. Así, la magnitud de estos proyectos es un reflejo de la grandeza que China vivió en el pasado y que hoy va por el camino de recuperarla.

CARTA 19
8 de agosto, 2007

Imagina cómo es China por treinta segundos antes de continuar con esta carta. Tal vez la idea que tienes es muy diferente a la realidad que vive este país, y de aquí la importancia que han adquirido las Olimpiadas de Beijing 2008 para su gobierno.

Estamos a un año de que el mundo entero dirija sus miradas a esta región en Asia y de concretar el enorme esfuerzo de la sociedad china por causar nuestra admiración. Se están cuidando todos los detalles para que sea un evento exitoso. Liu, presidente del Comité Organizador de los Juegos Olímpicos de Beijing, dijo que cada ciudadano debe comportarse en una forma civilizada y dejar los malos hábitos. Esto es un ejemplo de una serie de mensajes que se han estado dirigiendo a la población.

Pero todavía es más sorprendente conocer que el clima durante la inauguración tiene que ser soleado. Varios años de preparación no pueden ser arruinados por el mal tiempo y se ha encargado a Zhang Qiang, oficial de hacer llover artificialmente a la capital y del programa de prevención, para que utilice un catalizador que permite disipar las nubes en caso de que horas antes de la ceremonia de inauguración exista amenaza de lluvia. Este método continúa en etapa de experimentación.

Por otra parte, se está mejorando la infraestructura en la ciudad para dar la bienvenida a los visitantes, tratando las aguas y limpiando los ríos, buscando solución a la enorme contaminación del aire, capacitando a los voluntarios y construyendo impresionantes instalaciones deportivas que vibrarán con el latir de cada espectador.

Sin embargo, China está aprendiendo que el generar una mayor atención mundial tiene sus consecuencias. Mientras este país se enfoca en que todo salga a la perfección, su opinión pública se inclina a que Estados Unidos de América ha iniciado una serie de acusaciones en medios masivos que buscan desprestigiar la imagen del evento y la oportunidad de China de mostrarse al mundo en una forma positiva. La respuesta ha sido una rápida acción del gobierno chino encaminada a solucionar los problemas. Ejemplos de lo anterior, han sido distintos casos relacionados con comida y medicamentos chinos contaminados o que no cumplen con estándares de calidad que fueron detectados por Estados Unidos.

En un comunicado reciente que rompe con el tono diplomático que venía manejando China ante las acusaciones, avisa a Estados Unidos que está actuando responsablemente y adoptando medidas para resolver los problemas y que el complicar o politizar la situación es una acción irresponsable que no ayuda a solucionarlos.

Hablando de la parte deportiva, se pronostica un ambiente muy competitivo tanto en medallas de oro como en el total. No hay que olvidar que en los pasados Juegos Olímpicos de Atenas, Estados Unidos obtuvo el primer lugar con 35 medallas de oro, China segundo lugar con 32 medallas y Rusia tercer lugar con 27 medallas.

De esta manera estamos a un año de presenciar un evento que va más allá del deporte; es el momento que China ha esperado para mostrar al mundo el enorme desarrollo alcanzado en tan sólo treinta años, de marcar una nueva posición en el contexto internacional y de lograr un triunfo - aunque sea por ahora deportivo - sobre Estados Unidos. Cada atleta chino llevará consigo la esperanza de un país que anhela un momento de gloria, que dé un mayor empuje y motivación a la gente que ha trabajado arduamente por construir un sueño.

CARTA 20
15 de agosto, 2007

Me gusta leer artículos sobre empresas exitosas y me motiva saber que existen compañías mexicanas que ofrecen sus productos o servicios en varios mercados, o inclusive que han adquirido a otras en el exterior. Lo mismo está ocurriendo en China: hace un par de semanas visité una de sus empresas más grandes e importantes y esta visita me motivó a investigar un poco más sobre lo que ha sucedido en este país.

Por muchos años el crecimiento económico de China se debió a la inversión de compañías extranjeras, las cuales se instalaron con el fin de aprovechar sus recursos naturales, la energía o la mano de obra

barata para fabricar y exportar productos a todo el mundo. En su mayoría eran de bajo valor agregado.

Sin embargo, en los últimos años el gobierno ha promovido que su industria pase a una de alto valor agregado a partir de la innovación, la investigación y desarrollo, la inversión extranjera en sectores específicos, la aplicación de la manufactura avanzada, el impulso al sector de servicios y el constante desarrollo de infraestructura por todo el país. Además, se prevén mayores reformas con el fin de hacer más competitivo el mercado y una mayor aplicación de las leyes para proteger la propiedad intelectual.

Los resultados ya se están viendo y en la actualidad existen muchas empresas en China que están ofreciendo productos y servicios de gran calidad. Este ambiente está ayudando al desarrollo de las empresas chinas, las cuales están siendo cada vez más competitivas y están pasando de ser líderes en el mercado doméstico, a firmas que desean o que ya están incursionando en el mercado global. Una forma de identificarlas es a través de la clasificación mundial con base a sus ingresos que publica la revista Fortune.

En este año 2007, un total de 22 empresas de la parte continental de China estuvieron entre las 500 de la lista. Además, hubo dos de Hong Kong y seis de Taiwán. Hace cuatro años, únicamente 11 compañías de la parte continental de China aparecieron en la clasificación.

En el 2007 la empresa china que obtuvo una mejor posición fue la petrolera Sinopec, la cual es propiedad del gobierno. Al colocarse en el lugar 17, seis arriba del año pasado, se convirtió en la segunda compañía más grande en Asia. En la revista se menciona que fue el incremento en los precios del petróleo, lo que permitió su colocación en la parte alta de la lista anual.

Las demás compañías chinas que aparecen en la clasificación de este año son en su mayoría propiedad del gobierno y ofrecen productos o servicios en industrias o sectores como la petroquímica, electricidad, banca, tecnología de información, metalurgia, automotriz y construcción. Por otra parte, de las 500 de la lista de Fortune, Estados Unidos de América contribuyó con 162 empresas y México con cinco.

Las compañías en China cada día se fortalecen más y con la política de *“Going Global”* veremos que muchas de ellas comienzan a penetrar nuevos mercados. Una de sus estrategias seguirá siendo la adquisición de firmas de marcas reconocidas, obteniendo un renombre y participación en el mercado de manera rápida. Recuerda que no debemos de perder de vista lo que sucede en este país, porque hay grandes oportunidades para México.

Pienso que podemos analizar, aprender y aplicar muchas de las estrategias que desarrolla el gobierno en China con el fin de pasar de una industria de bajo valor agregado a una de alto. Además de algunas políticas que motivan a sus empresas a ofrecer sus productos y servicios en el exterior.

CARTA 21

22 de agosto, 2007

El día de hoy te escribo sobre las noticias que ponen en duda la calidad de los productos hechos en China y sobre algunos de los puntos de vista que se están manejando. Las fricciones comerciales se presentan por una serie de productos exportados por China y que Estados Unidos de América detectó como contaminados; entre ellos

alimentos, pasta de dientes y de manera reciente, juguetes que contienen pintura con exceso de plomo.

El gobierno chino ha reaccionado rápidamente según se presentan los casos. Entre los esfuerzos que se están realizando se encuentran la inspección de empresas exportadoras, la publicación de un documento sobre seguridad en los alimentos, la próxima visita de funcionarios chinos a Estados Unidos y la designación de Wu Yi, viceprimera ministra china, para liderar un grupo de alto nivel que supervisará la calidad en los productos y la seguridad en los alimentos.

También se está diciendo que los medios extranjeros y particularmente los de Estados Unidos, están exagerando y generalizando el problema, el cual realmente atañe a un pequeño de productos o compañías chinas. Gao Hucheng, viceministro de comercio, señaló que el fin de estos escándalos es el de bloquear las importaciones de bienes fabricados en China.

Estos hechos se unen a la serie de señalamientos que Estados Unidos ha intensificado en contra de China en los últimos años, llevando a mayores fricciones comerciales y disputas entre ambos países en temas como la valuación de la moneda china (*Renminbi*), las acusaciones de *dumping* y subsidios desleales, calidad en productos y seguridad en alimentos. Para este país asiático, Estados Unidos representa el principal destino de sus exportaciones, teniendo con esta nación un enorme superávit comercial.

A China se le conoce como la 'fábrica del mundo' e importa materia prima, componentes y productos semiprocesados - principalmente de países asiáticos - y exporta productos finales al resto del mundo.

Como lo mencionó Yu Guangzhou, otro de los viceministros de comercio, de continuar con la tasa actual de crecimiento en su comercio exterior, tendrá este año el superávit comercial más grande en el mundo y el volumen total de sus exportaciones superará al de Estados Unidos.

Cada día China adquiere un mayor rol en el contexto internacional, lo que está llevando a este país a tener frecuentes fricciones con la primera potencia en el mundo. Por su parte, los chinos tienen muchos problemas internos que resolver, la mayoría de los cuales comparten otros países subdesarrollados o incluso se presentan en los desarrollados; y que se ven acrecentados por el tamaño de su territorio, de su población y por la rapidez de su crecimiento económico.

Es importante mencionar que muchos de los retos actuales que encuentra China en su camino y que son fuertemente criticados a nivel mundial, alguna vez fueron vividos y superados por los actuales países desarrollados. Seguramente seguirán una serie de acusaciones y de desprestigios en contra de China porque los problemas que se tienen son grandes y numerosos. A pesar de ello, cada día que camino por las avenidas de Shanghai me encuentro cientos de personas que sin importar lo que se hable en los medios, se arriesgan, aprovechan las oportunidades que se presentan y trabajan constantemente no sólo por sobrevivir, sino por construir un mejor presente para su familia y un futuro prometedor para las nuevas generaciones.

Al igual que los chinos, yo también quiero un mejor país, un mejor México.

CARTA 22

29 de agosto, 2007

Un viaje a China siempre debe de incluir la estancia en algunas de las dieciséis hermosas o prósperas ciudades que conforman el Delta del Río Yangtze. El pasear por la municipalidad de Shanghai y por las provincias de Zhejiang y Jiangsu, permiten al turista admirar la historia, adentrarse en las tradiciones, conocer la cultura y escuchar interesantes leyendas de un país sumergido en el encanto.

El Delta del Río Yangtze es una de las tres regiones más desarrolladas en China, junto con el Delta del Río Perla en el sur y el Golfo de Bohai en el norte. Lo impresionante, aparte de los maravillosos paisajes, es conocer que en un área de 100,201 kilómetros cuadrados - que representa alrededor del 1% del territorio de este país - se haya generado el 18.6% del PIB y el 19.4% de las exportaciones totales de China en el año 2005.

Shanghai se ha convertido por el rápido crecimiento y por contar con un puerto de clase mundial, en el centro financiero y logístico de la China continental. En términos económicos es la ciudad más poderosa en la región, y las principales industrias que se desarrollan son la automotriz, la electrónica y de información, la petroquímica, la industria del acero y la biomédica. En Shanghai, el *cluster* automotriz ha recibido un fuerte impulso en los últimos años.

Tomando el tren o por autobús se puede continuar el recorrido y así llegar a una de las siete ciudades en la provincia de Zhejiang que forman parte de esta región. Una de las características es la existencia de una gran cantidad de *clusters* industriales, principalmente de textiles, fibras químicas, productos metálicos, muebles y materiales para la construcción.

En Hangzhou, la bella capital de esta provincia y famosa en todo el país por su romántico “Lago del Oeste”, se muestra la importancia que tiene el sector privado para la economía de Zhejiang. El vivir mis primeros cinco meses en este lugar me permitió conocer a exitosos empresarios chinos que fabrican artículos que encontramos en nuestro país. Después de esta travesía nos va quedando muy claro el origen de tantos productos “*Made in China*” que invaden el mundo; además de darnos cuenta que hay de todas las calidades y a diferentes precios.

Pero todavía no terminamos, es necesario dirigirnos a la provincia de Jiangsu y adentrarnos en alguna de las ocho ciudades que forman parte de esta región del Delta del Río Yangtze. Las principales industrias que encontramos en esta provincia son la electrónica y de telecomunicaciones, textil, química, maquinaria y metalúrgica. De manera reciente, se ha enfocado en el desarrollo de nuevos materiales y de tecnologías de información.

Una visita que siempre recomiendo a mis amigos es el “Suzhou Industrial Park”, un parque industrial resultado de la cooperación entre los gobiernos de China y Singapur, que describen como “una importante ventana a las reformas y apertura de China”. El llegar a este lugar - que se está convirtiendo prácticamente en una ciudad de un país desarrollado y en la que muchas de las multinacionales están instaladas - me llena de admiración y es para mí la ventana de lo que podría llegar a ser China de superar sus enormes retos y de continuar su desarrollo.

Es importante incrementar la cooperación entre México y China; además de aprender y adaptar modelos exitosos como los *clusters* industriales que hacen más competitiva a una región, o el entender qué hace tan atractivo a los parques industriales en este país.

CARTA 23

5 de septiembre, 2007

Un bonito y despejado día en Shanghai, desde la ventana puedo ver a a los niños felices regresando de la escuela, muchos de ellos de la mano de alguno de sus padres o de sus abuelos. Tres generaciones que están viviendo una completa transformación de China y que asumen con mucha responsabilidad su rol en la sociedad.

Yo, en mi apartamento, escribiendo esta carta sobre el Delta del Río Perla y recordando que hace un año llegué a este país. Al paso del tiempo voy teniendo sentimientos encontrados, extraño mucho a mi familia y el simple hecho de caminar con mis padres por el centro de Colima; pero al mismo tiempo, estoy feliz de tener la oportunidad de escuchar todas las tardes a mi vecino tocar el piano, ver a los obreros edificar un nuevo complejo de apartamentos, notar lo orgulloso que se siente un taxista cuando le dices que admiras lo que está logrando China, o conversar con mis amigos chinos y darme cuenta del profundo amor que le tienen a su país.

La evaluación que llevo de esta experiencia: un panorama más real y una mayor inquietud por aprender de un país que tiene un plan, con resultados positivos que se perciben.

Otra muestra de los cambios tan rápidos de China es el Delta del Río Perla, que en casi treinta años se ha convertido en uno de los centros más dinámicos en China. Su desarrollo se debió en gran medida por la creación de las Zonas Económicas Especiales de Shenzhen y Zhuhai, a comienzos de la década de 1980, las cuales atrajeron una importante inversión extranjera por los beneficios que otorgaban.

Con el paso de los años se fueron desarrollando poderosos *clusters*

industriales en las inmediaciones. En la actualidad, se le conoce como la Zona Económica del Delta del Río Perla a nueve municipalidades de la provincia de Guangdong: Dongguan, Foshan, Guangzhou, Huizhou, Jiangmen, Shenzhen, Zhaoqing, Zhongshan y Zhuhai.

De acuerdo con información publicada en el Guangdong Statistical Yearbook 2004, en ese territorio que conforma el 0.4% de la China continental, se generó el 9.8% del PIB, el 30.6% de las exportaciones totales y el 24.4% de la Inversión Extranjera Directa de este país en el año 2004.

Entre los principales clusters industriales que encontramos en esta región se encuentran el textil, electrónica, electrónica de información, materiales para la construcción, calzado, artículos eléctricos, juguetes y de servicios logísticos. Además, una característica que se presenta en el Delta del Río Perla es la existencia de las llamadas “ciudades especializadas”, las cuales se centran en la producción de uno o algunos productos.

La búsqueda de un desarrollo más equitativo en China ha llevado a nuevos planteamientos y estrategias, con el fin de complementar y coordinar las economías regionales, aprovechando las ventajas comparativas de cada una de ellas. Así, a partir del 2004, se está promoviendo una zona económica más amplia que incluya a parte de la provincia de Guangdong, las de Fujian, Hunan, Jiangxi, Guanxi, Hainan, Sichuan, Guizhou y Yunnan, además de las Regiones Administrativas Especiales de Hong Kong y de Macao.

Son estas estrategias que se ponen en marcha las que hacen tan interesante a este país, que a parte de estar sorprendiendo al mundo con su apertura y rápido crecimiento económico, tomando en cuenta los enormes retos que esto conlleva; su gobierno está decidido a dar

una respuesta pronta a una sociedad que trabaja constantemente y que reclama una mayor equidad.

CARTA 24

12 de septiembre, 2007

Hace dos semanas visité de nuevo Suzhou, ya no recuerdo si es la cuarta o quinta ocasión que lo hago, pero siempre disfruto el trayecto. Para muchas personas el viajar por tren en China es muy agotador; sin embargo, para mí es una fascinante experiencia que en esta carta te voy a relatar.

Ese día llegué media hora antes de la partida a la Estación de Shanghai, ya que el tren en China siempre es muy puntual. Después de esperar veinte minutos se nos permitió el acceso a los vagones y dejé que ingresaran aquellas personas que tienen prisa y van empujando. Al llegar a mi asiento encontré que estaba ocupado, pero después de enseñar mi boleto todo se resolvió. De esta manera, evitando cualquier situación de estrés o confrontación, voy preparando el ambiente idóneo para escribir esta carta.

De fondo, una canción tradicional de este país y el sonido que producen las ruedas del tren al pasar por las vías. Con la libreta en una de mis manos y la pluma en la otra, comienzo a mirar de izquierda a derecha y a redactar todo aquello que percibo y me resulta interesante. Escribo por cinco minutos, el tiempo suficiente para analizar algunos aspectos que me han contado sobre China y su sociedad.

A mi lado, una niña estudiando inglés. Con la apertura de este país y por la influencia de las culturas extranjeras, cada vez es más común

encontrar personas aprendiendo algún idioma, siendo el inglés el más popular de ellos. Además, la enorme competencia y la dificultad para encontrar trabajo hace que los chinos cada día se preparen más.

Por el pasillo camina una empleada del tren empujando un carrito y gritando los nombres de los productos que ofrece. En ese instante pongo mayor atención y trato de entender lo que dice. Vende té, agua, refrescos, sopas instantáneas y una gran variedad de alimentos de empresas locales y extranjeras.

De pronto veo a una abuelita dormida. Su rostro muestra el cansancio acumulado por años de trabajo arduo y constante. Ella forma parte de las personas mayores de 65 años que ya sobrepasaron el 7% de la población total de este país, convirtiendo a China en una 'sociedad senil' desde el año 2000.

A su lado, veo un anciano que seguramente es su esposo y que en ese instante está recibiendo una llamada por su celular. El aumento en el ingreso disponible permite a más personas en China el adquirir este tipo de tecnología y de servicios. De acuerdo con el Ministerio de la Industria de Información, la cantidad de suscriptores de telefonía celular en este país alcanzó los 501.64 millones en junio del 2007.

Finalmente, a mi lado derecho va a una señora, su esposo y un bebé. Muy probablemente será el único hijo de esa pareja, debido a la política de un solo hijo que fue puesta en marcha en 1977. Como resultado, lo más común en China es encontrar familias de tres o cuatro miembros.

Así, en un instante he visto las distintas generaciones que conforman la sociedad en China. Una niña que se prepara arduamente para contribuir con el desarrollo de su sociedad y superar los retos que se

presenten. Un adulto que asume con responsabilidad y empeño su trabajo. Una anciana que descansa con mayor tranquilidad al imaginar un futuro próspero. Un anciano que ya disfruta de los beneficios que ha traído la apertura de China y las reformas económicas.

Por último, una pareja con la mayor responsabilidad de todas, educar a la futura generación que tendrá en sus manos el consolidar el desarrollo de su país e insertarlo aún más en el ámbito internacional.

Te escribo la siguiente semana sobre la experiencia de sentir y vivir la celebración de nuestra Independencia en China. ¡Viva México!

CARTA 25
19 de septiembre, 2007

Me enorgullece el haber nacido en México. Mi hermosa tierra de enorme riqueza cultural y tradiciones, de una amplia historia llena de gloriosos momentos, de colorido y bellezas naturales; pero sobre todo, de gente cálida y trabajadora.

Desde que llegué a China me he encontrado a muchos mexicanos viviendo o viajando por este país. Siempre compartiendo sus experiencias, conociendo otras culturas, haciendo nuevas amistades o transmitiendo la alegría que tienen nuestros corazones.

Con esa misma energía que nos caracteriza, el pasado 15 de septiembre celebramos el Día de nuestra Independencia. El evento fue organizado por el Consulado General de México en Shanghai y reunió a una parte de la cada vez más numerosa comunidad mexicana en China.

Inició con una fiesta donde se ofrecieron exquisitos antojitos mexicanos, para el deleite de todos los asistentes que siempre extrañamos el sabor de nuestra comida. De las conversaciones, fui conociendo la vida de otras personas que al igual que yo, se han aventurado al venir a China en busca de nuevas oportunidades. Fueron momentos muy amenos y por instantes olvidé que estaba lejos de mis seres queridos.

De pronto, el cónsul general Andrés Peña inició con la celebración y comenzó a cantar con todas sus fuerzas el Himno Nacional Mexicano. Fue un momento grandioso, ya que inmediatamente todos los mexicanos reunidos hicimos lo mismo. En ese instante mi corazón latió más rápido y sentí en mi piel el inmenso amor que tengo hacia mi país. Mientras observaba con respeto a mi bandera, imaginé aquellos días cuando mi familia asistía al jardín Libertad en Colima a dar El Grito, cuando mi padre me protegía de las varillas de los impresionantes fuegos artificiales, o de la emoción que se expande por tu cuerpo al sonido de las campanadas anunciando la lucha por nuestra libertad.

Inmediatamente después, dimos el Grito de Independencia y todos exclamamos ¡Viva México! con una fuerza extraordinaria. En ese instante deseábamos que nuestras voces llegasen hasta México y así motivar a la sociedad a continuar trabajando por construir un mejor futuro. El mensaje fue de compromiso, unidad y paz, de la alegría que se siente al ver por primera vez a un compatriota en el extranjero y sentir que es tu gran amigo.

Sin previo aviso, llegó tocando un Mariachi y todos nos pusimos felices a cantar. Nunca había disfrutado tanto el escuchar las canciones mexicanas como 'México lindo y querido', la cual tiene un enorme significado cuando estás lejos de tu país. Muchos de los

asistentes comenzaron a tomarse fotos con el Mariachi, cuyos integrantes se veían sorprendidos por la euforia que causaban.

Después de un rato el evento llegó a su fin y continuó la fiesta en un club de música latina. En ese lugar bailamos al ritmo de salsa y escuchamos canciones mexicanas que teníamos mucho tiempo sin oír.

Fue increíble lo que sucedió en ese día, de pronto México vino hacia nosotros, vino a China. Eso me recordó que cada vez las distancias son menores y que la alegría de un festejo, como el de nuestra Independencia, puede unir a los mexicanos.

Es ese sentimiento de unidad y colaboración el que siempre debe de persistir y que nos hará mucho más fuerte como nación.

Los tiempos están cambiando y México tiene que ajustarse a las nuevas condiciones y realidades, el negociar con China y establecer una mayor cooperación, es tema que no podemos perder de vista.

CARTA 26

26 de septiembre, 2007

En su artículo de la revista Forbes de abril del 2007, "*Is trade too free?*", William Baldwin me hizo reflexionar sobre la importancia de negociar con China.

Baldwin apoya sus comentarios con ideas expuestas en el libro *The Elephant and the Dragon* de la periodista Robyn Meredith, y con teorías como las del economista y catedrático de la Universidad de Columbia, Jagdish Bhagwati.

Robyn Meredith habla sobre China e India como países que están cambiando su destino y con ello, el futuro del mundo. Están pasando del rango de países subdesarrollados hacia un estatus de súper potencia. Asimismo, expone la importancia de entender lo que sucede o se corre el riesgo de quedar muy rezagado.

Todos ellos coinciden en algo, la forma de responder a este crecimiento de China e India, no es con proteccionismo. Así, el economista Jagdish Bhagwati en sus teorías lo define como reciprocidad, que se refiere a negociar para reducir las barreras al comercio entre ambos países. De esta forma, a través de concesiones mutuas, se logra un comercio más justo.

Por ejemplo, si se negociara con China, se podrían reducir las barreras a la entrada de productos mexicanos a su mercado y ganar una mayor liberalización. En el proceso, se podría analizar la situación que viven algunos de nuestros sectores o industrias. El propósito sería buscar ajustes al comercio o soluciones más efectivas que las altas cuotas compensatorias, las cuales no han impedido que sectores como el textil y el juguetero en México sigan siendo afectados.

Este argumento adquiere mayor sentido cuando en un vuelo internacional de México a China conoces a compatriotas que vienen a hacer sus compras al mayoreo. Ellos comentan que a su regreso, no pagarán las altas cuotas compensatorias y que optarán por el contrabando. Por lo tanto México no capta esos impuestos y las industrias siguen sufriendo. Pero el panorama se complica aún más, ya que está llegando el plazo para quitar muchas de esas cuotas compensatorias. Nuevamente se resalta la importancia de negociar con China.

También es urgente cambiar la percepción de que este país asiático sólo representa una amenaza. Esta imagen nubla la visión del mexicano y le impide percibir las oportunidades que se presentan. Además, se puede estar proyectando una imagen negativa que puede filtrarse en la sociedad china y afectar nuestras relaciones diplomáticas o inhibir al inversionista o al turista chino.

Es real la existencia de comercio desleal en algunos casos específicos en China. Por lo tanto, México tiene todo el derecho de quejarse ante la Organización Mundial de Comercio (OMC). Pero siempre sustentando los hechos, siguiendo las reglas y evitando hacer prejuicios de que todos los chinos son deshonestos.

Robyn Meredith explica que para cambiar la percepción de amenaza hacia una de oportunidad, primero se tiene que reconocer que la pérdida de más trabajos es inevitable en nuestros países. El gobierno y empresas se deben centrar en crearlos y junto con las personas, redoblar esfuerzos para fomentar la capacitación, mejorar la educación y ponerla al alcance de todos, económicamente hablando.

Robyn Meredith y Jagdish Bhagwati coinciden en que todavía existen muchas ventajas comparativas en nuestras naciones. En realidad, India y China tienen que ser el catalizador que se requiere para restablecer la competitividad. No podemos estar cruzados de brazos y esperar a que China no sea capaz de superar sus retos. Aunque es posible este panorama, yo prefiero guardar silencio y observar, que todavía hay mucho que aprender de la civilización viva más antigua del mundo.

CARTA 27

3 de octubre, 2007

Todas las personas hablan de China como un país de extremos. Son estas características las que plantean los enormes retos que el gobierno chino y su sociedad están confrontando. Al mismo tiempo, el mundo está pendiente de lo que sucede y en los medios a nivel internacional se habla de amenazas y oportunidades.

En el artículo *Made in China*, del economista Jagdish Bhagwati, se cuestiona si el siglo XXI será el siglo de este gigante asiático. Bhagwati hace referencia a Will Hutton, autor del libro *The Writing on the Wall*; ambos mencionan que, aparte de los problemas en la política de tipo de cambio y del sector financiero, el mayor reto que enfrenta este país es la limitante en ciertos sectores de sus políticas públicas. Entre los ejemplos que se nombran está la contaminación, ya que la falta de instituciones que se opongan a la destrucción del medio ambiente ha puesto en riesgo el desarrollo sustentable. Además, se dice que China no puede obtener un completo beneficio de la revolución de la información, en gran medida por el control que se ejerce sobre la misma, lo que inhibe la innovación y la expansión de tecnologías.

También se habla sobre políticas proteccionistas que países como Estados Unidos pueden implementar justificándose en temas como la violación en los derechos humanos. De esta forma se puede buscar reducir el flujo de productos chinos y tratar de evitar una mayor pérdida de empleos en esas naciones. El resultado sería un bloqueo a la estrategia comercial de China.

Otras personas hablan de los retos en la estabilidad social. Las reformas económicas iniciadas en 1978 llevaron al enorme

desarrollo del este de China; sin embargo, el centro y oeste todavía esperan los grandes beneficios que se prometieron. En la actualidad se puede apreciar fácilmente la gran disparidad entre ricos y pobres, lo que está creando un gran descontento social que podría poner en riesgo la estabilidad del país.

Otro reto es su enorme población y los efectos de la política de un solo hijo que ya se están viviendo. Las generaciones más jóvenes tendrán que ofrecer sustento a su sociedad de la tercera edad, además algunas ciudades están comenzando a prever la falta de mano de obra en los próximos años.

En cartas anteriores he hablado sobre el rápido crecimiento económico de China, el cual asombra a todo el mundo. El venir a este país y observar lo que se ha logrado en tan poco tiempo, también nos habla de la magnitud de los desafíos que esto conlleva. Su mayor inserción en el ámbito internacional está modificando las relaciones entre los países. Estados Unidos está previendo una amenaza a su hegemonía y hay personas que opinan que estamos viviendo los cambios hacia un mundo multipolar. Esta situación sin duda traerá enormes retos para China.

Por su parte, el gobierno y sociedad están conscientes de su realidad y tratan de reaccionar rápidamente. Así, se crean programas y planes de desarrollo, se implementan leyes y se ponen en marcha políticas constantemente. Por otro lado, previendo una mayor competencia por la obtención de recursos naturales que soporte su crecimiento económico, están creando lazos con regiones estratégicas en el mundo.

Es importante conocer lo que sucede en este gigante asiático, ya que sus pasos cada día se escucharán más en nuestro mundo. El esperar a

conocer los resultados del crecimiento y desarrollo de China no es la solución, porque perderíamos las oportunidades que se están presentando.

CARTA 28

10 de octubre, 2007

Lo que hace fuerte a un país es la mentalidad y la energía de su gente. En China, son sus mujeres y hombres los que cada día luchan por hacer realidad su sueño, el vivir en un territorio que brinde oportunidades para todos. Es este espíritu positivo y trabajo conjunto el que permitirá a China superar cada uno de sus desafíos.

Por tradición, muchas familias preferían tener un niño a una niña. Esto explica el que haya más hombres que mujeres en este país; sin embargo esta situación ya no es tan común, por lo menos en las cada vez mayores concentraciones urbanas.

Las mujeres van ganando espacios por su propio esfuerzo y el rol que tienen en la sociedad es importantísimo. El mismo ambiente tan competitivo las motiva a salir adelante, siendo más común que logren su realización personal. Las niñas asisten a la escuela y a diversos cursos que les permitirán desarrollar sus habilidades. Las jóvenes se esfuerzan por obtener excelentes calificaciones e ingresar a las mejores universidades. Muchas de ellas desean estudiar en el extranjero y regresar a su país para poner en práctica lo aprendido. Un mayor número de mujeres opta por trabajar y capacitarse continuamente. Son las abuelas y abuelos quienes cuidan de los hijos cuando sus padres están ocupados.

El valor y coraje de la mujer china se percibe en la energía del ambiente. Desde una niña estudiando en su salón de clases en horas de descanso, hasta una anciana impartiendo cursos de baile al aire libre. Así es China, así es el lugar que me ha demostrado que si queremos salir adelante en México, se requiere de hombres y mujeres trabajadoras compitiendo en igualdad de oportunidades.

Leyendo la revista Forbes me encontré varios casos de mujeres exitosas en el ámbito profesional y dos de ellos me llamaron la atención. El primero aparece en la lista de *Las 100 mujeres más poderosas* y el segundo en el reporte especial de *Los 40 más ricos de China*.

De las 100 mujeres más poderosas del mundo publicadas en este año, la viceprimera ministra china, Wu Yi, ocupó la segunda posición. Este reconocimiento se debe a su creciente labor para confrontar los retos que enfrenta su país. Sus habilidades diplomáticas se ponen a prueba debido al mayor protagonismo de China en el ámbito internacional. Los principales temas de su agenda son productos contaminados, violaciones a la propiedad intelectual, costos laborales bajos y la contaminación.

Del reporte 2007 de *Los 40 más ricos de China*, la joven Yang Huiyan ocupó la primera posición. Tiene un patrimonio de 16,200 millones de dólares basados en acciones de la empresa inmobiliaria Country Gardens, la cual opera en la bolsa de Hong Kong.

Ellas son una muestra del importante rol que tiene la mujer china en este país. Siempre trabajando sin complejos y luchando por espacios donde antes no los había. Cuando lo hacen unidas, no hay quien las pueda detener.

CARTA 29

17 de octubre, 2007

Esta semana he decidido cambiar de última hora el tema de mi carta. Recibí un correo electrónico de Claudia Georgina, preguntándome sobre las oportunidades que percibo, unido a que mis estimados hermanos también me lo habían solicitado. A continuación hago una recopilación de algunas de ellas. Recomiendo una detallada investigación antes de llevarlas a cabo.

Primero hablaré sobre el **turismo**. Cada vez más chinos tienen la capacidad económica e interés por viajar al extranjero; sin embargo, México actualmente no está entre sus destinos preferidos. Es necesario plantear una estrategia integral para ver resultados positivos en algunos años.

También nuestro país puede **captar inversiones chinas** en el exterior. México es interesante para los chinos por el tamaño del mercado y por sus recursos naturales, principalmente de energía y minerales. Asimismo, es atractivo por ser vecino de Estados Unidos y contar con el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN); además de otros tratados y acuerdos comerciales con diversos países. Esta oportunidad se ve potenciada debido al enorme interés del gobierno chino por motivar a las empresas a invertir en el extranjero. Se pone de manifiesto en la estrategia "Go Out" y en el Onceavo Programa Quinquenal de Desarrollo. China busca integrar su economía al mundo y sus empresas desean diversificarse y penetrar otros mercados.

Es necesario venir a China, firmar **convenios de cooperación** con su gobierno y aprender de este país. Se pueden analizar y adaptar estrategias exitosas de sus planes y programas de desarrollo,

estudiar sus *clusters*, conocer sus parques industriales y proyectos de infraestructura.

Los empresarios mexicanos pueden asistir a las **exhibiciones** para buscar proveedores o contactos para futuros negocios, para darse cuenta de las tendencias en productos y servicios, o adquirir maquinaria que no se fabrica en nuestro país a precios más bajos, ayudando a incrementar nuestra competitividad.

El aumento en el ingreso disponible está permitiendo a los chinos adquirir **nuevos productos**. Percibo con gran potencial los cosméticos, principalmente cuando se tratan del cuidado de la piel. También los productos saludables como alimentos orgánicos y cada vez más los jugos de frutas. Los productos de lujo tienen un importante mercado en China y las personas con mayor poder adquisitivo, cuidan su reputación y adquieren productos originales de marca. Desde automóviles, hasta ropa de moda, zapatos, accesorios y frutas de lujo.

El café está teniendo una gran aceptación, incluido el café orgánico. Bebidas alcohólicas entre ellas el vino, cerveza y bebidas típicas. Restaurantes de comida rápida y franquicias extranjeras están expandiéndose rápidamente.

Por la enorme competencia en la sociedad existe una importante demanda de cursos de idiomas, deportivos y culturales para desarrollar las habilidades de los niños. Así como cursos de capacitación, actualización y maestrías para los jóvenes. Además, en las grandes ciudades se puede ofrecer **servicios** que demandan los extranjeros.

Enfatizo la importancia de entender el mercado, considerar las

diferencias culturales y económicas de cada región, los riesgos en propiedad intelectual y las regulaciones. Al final, tal vez nos demos cuenta que el mejor mercado para nuestro producto no sea China.

No todos tenemos que ser empresarios en México. Cada uno cumpliendo su trabajo con pasión, entrega y honestidad, contribuye en el desarrollo de nuestra sociedad. Desde el presidente de México, la ama de casa, el estudiante y el funcionario público, todos somos igual de importantes en la construcción de un mejor futuro.

CARTA 30
24 de octubre, 2007

Acabo de llegar de Guangzhou (Cantón). En esa ciudad se lleva a cabo la Feria de Importación y Exportación de China, también conocida como la Feria de Cantón.

Es la exhibición comercial más grande de este país y fue fundada en 1957. Se lleva a cabo dos veces al año, la Feria Primavera y la Feria Otoñal, con dos periodos para cada sesión. En el primer periodo se exponen productos industriales, textiles, medicamentos y para el cuidado de la salud. También se monta un Pabellón Internacional para las empresas extranjeras. En el segundo periodo se muestran artículos de consumo y regalos.

En este evento cientos de empresas chinas desean vender y exportar sus productos. Atrae a compradores y viajeros de todo el mundo. A continuación te hablaré sobre algunos de los beneficios de asistir a esta feria.

Los empresarios mexicanos pueden analizar la adquisición de maquinaria de origen chino. Generalmente es más barata que la fabricada en otros lugares, poniendo al alcance de las PYMEs el uso de tecnología. Es muy importante que un experto revise la calidad de la misma y lleve a cabo el proceso de negociación y compra.

También es interesante ver la gran variedad de productos que se están fabricando en China y exportando al mundo. Ayuda a conocer nuestra competencia, ya que muchos de esos artículos ya entraron a México o están por hacerlo. Encontramos desde herramientas hasta automóviles y maquinaria pesada.

Es un buen momento para buscar productos novedosos y revisar las tendencias en distintos sectores. Las ideas que captemos las podemos implementar en nuestras empresas. Por ejemplo, alguna presentación o proceso productivo para algún insumo que estemos comercializando. También se puede hacer contactos de negocio con los asistentes. Generalmente ocurre al visitar un stand o al platicar con otras personas mientras se come en las cafeterías. Es una excelente oportunidad que brinda un evento de esta magnitud.

El Pabellón Internacional es muy interesante. Las empresas extranjeras que ofrecían artesanía y bisutería tradicional tenían un mayor número de personas observando y comprando. Una rápida explicación es la facilidad para vender inmediatamente este tipo de productos. Sin embargo, siempre nos llama la atención lo único, aquello que refleja el sentimiento y creatividad de un pueblo expresado en una obra de arte. Esto jamás lo dará la producción en serie. México tiene mucho que compartir con el mundo en este sentido y no debemos desaprovecharlo.

El stand que destacó fue el de Costa Rica. En su espacio se exhibían

diversos productos elaborados por empresas costarricenses bajo el slogan "*Quality beyond borders*". Nuestro país tiene que hacer lo mismo, se necesita trabajar para posicionar la marca México y un slogan que nos distinga. La Feria de Cantón es un lugar ideal para realizar este tipo de actividades de promoción, ya que hay personas de todo el mundo en ella. Otros beneficios es el interés que despierta el país y la posibilidad de hacer negocios.

El sector privado y el gobierno deben de continuar realizando esfuerzos conjuntos. La Feria de Cantón es un aparador mundial y las empresas mexicanas por su calidad merecen estar presentes.

CARTA 31

31 de octubre, 2007

Teniendo como objetivo el convencer al turista chino de que México es su mejor opción entre tantas que existen, la estrategia de turismo integral tiene que iniciarse hoy para ver resultados en algunos años. Para lograrlo, es necesaria la participación conjunta de la sociedad, el sector privado y el gobierno. A continuación hablaré de algunas ideas que podrían incluirse.

Es importante que México sea reconocido en el exterior por ciertas características que posee y que deseamos promocionar. Esto se le conoce como factores de diferenciación. Por ejemplo, Singapur promociona sus servicios de salud, Malasia su ecoturismo y otros países de Asia el turismo educativo. Para ofrecer un excelente servicio que se traduzca en una experiencia única al visitar México, es necesario entender las necesidades del turista chino. Debemos profundizar en el estudio de su historia, la cultura, tradiciones, idioma y estilo de vida.

Si tienes un hotel en Colima, crea un manual donde detalles el trato especial que le darás a tu huésped dependiendo su lugar de origen. También puedes implementar ideas de otros países. México puede promocionar en China sus sitios históricos, culturales, parques nacionales, museos y bellezas naturales. Es importante crear paquetes turísticos que se manejen bajo un mismo concepto que sea de interés para los chinos. Por ejemplo, un recorrido por distintas ruinas arqueológicas o por ciudades coloniales. Se necesita negociar con las agencias de viaje en este país para que se muestren como opción.

Podemos aprender de China el éxito que está teniendo la organización y difusión de eventos deportivos, culturales y exhibiciones comerciales de renombre internacional. Este es el caso del Abierto de Tenis de Shanghai, la Fórmula Uno de Shanghai, la Feria de Cantón, las próximas Olimpiadas de Beijing 2008 y la Expo Mundial Shanghai 2010. Además, en algunas provincias se están creando festivales especiales para atraer turistas.

Las nuevas estrategias que se lleven a cabo tendrán un gran impacto. El embajador de México en China, Jorge Guajardo, habla de la posibilidad de un vuelo directo entre China y México, que atraería a turistas interesados en nuestro país y en viajar a terceros países de América Latina. También comenta sobre la importancia del intercambio académico y de que los chinos aprendan español en México, lo que fomentaría el conocimiento de la cultura y el futuro desarrollo de negocios.

Una de las ideas más creativas me la dijo mi amigo Jordán Rodríguez. Él habla sobre fichar en México a un famoso jugador de fútbol chino. Su argumento se basa en el interés que existe por el deporte y por la euforia que causan sus atletas destacados, como es el caso de Yao

Ming que juega en la NBA. Refuerzo su idea y profundizo en esta excelente estrategia. Necesitamos cambiar la perspectiva. Si China es tan grande que cualquier promoción exitosa requiere de emplear enormes recursos, también podemos dirigir esfuerzos en México y así, llamar la atención de su gente y de sus medios de difusión masiva.

Estas ideas innovadoras ya se están realizando. Por ejemplo, este año el invitado de honor en el Festival Cervantino fue China, una de las televisoras mexicanas firmó un acuerdo con la cadena de televisión CCTV, y el Club Deportivo Guadalajara mostró interés de tener un equipo Chivas China.

Pero ningún esfuerzo será fructífero si la sociedad no pone de su parte y trata con respeto y calidez al turista: mi amiga Lu Yilan, que acaba de regresar de México de un viaje de negocios, me cuenta que fue agredida verbalmente en el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México.

CARTA 32

7 de noviembre, 2007

Esta semana me ha enseñado tres cosas. La primera, que tengo que arriesgar más y concretar mis proyectos. La segunda, la importancia de ser constantes. La tercera, la motivación que se siente al rodearse de personas positivas que aportan ideas y que buscan el bien común. A veces somos tan egoístas que se nos olvida que si nos apoyamos nos irá mucho mejor.

El sábado platicué con tres de mis mejores amigas sobre sus planes

de vida y el futuro de su país. Sus nombres son Lin Hongmei, Lu Yilan y Zheng Ludan. Con esta carta seguiremos acercándonos a su sociedad y cada vez que leas un artículo sobre los chinos podrás imaginar a una persona como tú, con sueños que concretar.

Lin Hongmei quiere disfrutar su vida. Siempre ha deseado estudiar y trabajar en distintos países y el próximo año está planeando ir a Estados Unidos a realizar su maestría. Le encanta hacer amigos extranjeros con el fin de conocer otras culturas.

Está muy orgullosa de sus logros y ama a su familia y amigos. Piensa que China alcanzará una mayor prosperidad en muy poco tiempo gracias a las telecomunicaciones y al comercio exterior, llegando a ser uno de los países más poderosos en el mundo.

Lu Yilan quiere servir a su sociedad. Desea ser una profesional exitosa y ofrecerles a sus padres una vida mejor. Está trabajando para tener la posibilidad de viajar por todo el mundo para expandir su visión y vivir nuevas experiencias. Se siente muy orgullosa de su papá por su esfuerzo y constancia, ya que a los 51 años compró unos libros y *cassetes* y comenzó sus estudios de inglés. Todos los días dedicó treinta minutos al estudio y después de dos años ya puede escribir correos electrónicos en ese idioma. Al tocar el tema de su país, me dice que China llegará a ser la primera potencia económica del mundo.

Zheng Ludan está orgullosa de su sentido de superación y siempre planea su vida. En el pasado tuvo excelentes logros académicos que le permitieron encontrar un buen trabajo. Desea ser la mejor en su empresa y en dos años más quiere trabajar en un hermoso y menos poblado país. En ese lugar piensa casarse y formar una familia. Comenta que gasta la mayor parte de su dinero en ropa y accesorios.

Cuando estaba en la escuela no ponía atención en su aspecto personal, pero ahora le toca interactuar con muchas personas importantes y cuida hasta el último detalle para lucir bien. Está muy agradecida con sus padres, especialmente con su mamá que la guía en cada momento. Quiere comprarles una casa en la costa de Australia, ya que es el país favorito de su madre. Está segura del enorme potencial de China, aunque duda si es estable su desarrollo desde un punto de vista económico. Confía en que su país se moverá hacia una dirección más democrática y jugará un rol muy importante en el mundo.

El convivir con mis amigas chinas me está ayudando mucho en mis proyectos. De ellas aprendo que una vez que fijan sus metas son constantes hasta alcanzarlas. En el proceso van aterrizando sus ideas y cumpliendo cada requisito. Al final, el esfuerzo tiene un resultado.

Cuando esta persona convive en su sociedad se da cuenta que puede apoyarse en otras para lograr el éxito. Comparte sus ideas y pone a disposición aquellos recursos que facilitarán el trabajo de alguien más. En un futuro sabe que le será retribuido su favor y que logrará un beneficio mutuo. Desde niños, a los chinos se les inculca el trabajo arduo, la constancia, la disciplina, la ayuda y el guiar sus actos pensando en mantener una sociedad de armonía.

Comencemos con esta forma de pensar, ofrece tu ayuda a otras personas y verás que a todos nos va mejor. La siguiente semana te escribiré sobre las empresas privadas en China.

CARTA 33

14 de noviembre , 2007

Cada semana dedico parte de mi tiempo para que recibas esta carta. Me encanta redactarla porque en el proceso aprendo sobre China y su desarrollo. Al ver el mar de gente que camina por las transitadas calles de Shanghai me lleno de la energía del ambiente. Ese impulso lo transformo en acciones y me siento muy tranquilo, ya que estoy siendo responsable con el futuro de México. El trabajo arduo y constante es el único camino para lograr un mejor nivel de vida.

Hoy te hablaré sobre las empresas privadas chinas. Para profundizar en el tema platiqué con la profesora Tong Jun, quien imparte el seminario de Economía y Negocios en la Universidad de Fudan.

Antes de las reformas económicas, las compañías que eran propiedad del Estado dominaban la producción. A partir de 1978, el gobierno chino propició la creación de empresas privadas y en muchos casos fomentó su agrupación, eran los inicios de los poderosos *clusters* industriales. Así se fueron creando pueblos enteros especializados en uno o varios productos, y a la par se desarrolló la infraestructura que detonó un enorme crecimiento. En ese nuevo ambiente de negocios, la inversión extranjera fue llegando a este país y la derrama generada benefició en gran parte a las empresas chinas.

La competencia en el mercado local se fue acrecentando y fue necesario que las compañías se fortalecieran en sus costos y se enfocaran en la diferenciación de sus productos. Las empresas extranjeras no representaron una gran amenaza para las chinas, ya que exportaban la mayor parte de su producción. Sin embargo, en los últimos años la competencia local se ha intensificado, ya que están llegando las grandes multinacionales atraídas por las oportunidades

de crecimiento. Ahora, el conocimiento del mercado es una ventaja comparativa.

El gobierno en este proceso ha tomado el rol de guía, creando las condiciones propicias para el crecimiento de las compañías chinas, invirtiendo en infraestructura, otorgando préstamos a través de los bancos estatales, creando parques industriales para propiciar la formación de *clusters* y preparándolas para que compitan en el exterior. Se está haciendo una minuciosa selección, aquellas que sobrevivan estarán preparadas para competir tanto en el mercado local como en el extranjero. Sin embargo, es necesario que apuesten a la innovación y a la diferenciación en sus productos. Las empresas más eficientes generalmente gozan de una considerable participación en el mercado chino y se preocupan por el desarrollo de nuevos productos. Las desventajas que enfrentan son el proteccionismo de otros países y la percepción de que lo hecho en China es de baja calidad. Por otra parte, algunas empresas ya están sufriendo de la guerra de precios, principalmente aquellas que se localizan en los *clusters* industriales y que compiten con muchas otras en una misma región. Otro grave problema es la escasa inversión en investigación y desarrollo y la falta de habilidades administrativas modernas.

Es importante que el gobierno en México apoye y guíe a las pequeñas y medianas empresas. El otorgar créditos de forma honesta e imparcial a proyectos viables, el fomentar la exportación o entrada a nuevos mercados, el invertir en proyectos de infraestructura, parques industriales y desarrollo de clusters, son algunas de sus tareas. El empresario tiene entre sus obligaciones el capacitarse, administrar de forma eficiente los créditos que se le otorguen, forjarse una visión estratégica, cumplir con su compromiso social y trabajar pensando en el beneficio que traerá al país.

CARTA 34

22 de noviembre, 2007

La vida es tan corta y el tiempo pasa tan rápido, que la oportunidad de mejorar nuestro entorno es tan sólo un instante. Nuestras acciones nadie las borrará, quedarán en el recuerdo de nuestros seres queridos y se verán reflejadas en el bienestar de la sociedad. Cuando entendemos que moriremos y que dejaremos lo material, adquieren una importancia inigualable la honestidad, la reputación que a lo largo de los años forjemos, la tranquilidad que sienta nuestra familia, el trabajo, la felicidad, la amistad, la sencillez y la responsabilidad.

En esta carta conoceremos la historia de Edgar Silva Bejarano, un joven de 28 años nacido en Uruapan, Michoacán, que cada día aprende que la constancia y las decisiones importantes lo están llevando a concretar sus proyectos emprendedores.

Sin prestar atención a las personas que le ofrecen comentarios pesimistas, se ha lanzado a explorar el mercado de bares en Shanghai. Sabe que es difícil, sobre todo cuando hay una fuerte competencia local y extranjera, pero eso no lo frenará en su objetivo de consolidar su negocio. Inició con un puesto al aire libre de hamburguesas. Sin embargo, pronto se dio cuenta que el clima afectaba las ventas y pensó en cambiar el giro de su negocio e instalarse en un espacio cerrado. Un día fue a un restaurante que le llamó la atención por el acabado interior semejante al mexicano. En ese lugar conoció a la dueña, que días después le ofrecería el local de lunes a sábado por las noches y domingo todo el día, convirtiéndose en su socia en el Tequilaz Bar, la casa mexicana en Shanghai que abrió sus puertas el pasado 12 de octubre del 2007.

Edgar, una persona de hechos, ha dado el primer paso y ha decidido arriesgarse, entrando al emocionante camino que lo llevará a enfrentar nuevos desafíos que conllevan éxitos y enseñanzas. Así es la vida, cuando se es optimista las oportunidades se visualizan con mayor facilidad y siempre, hasta de los momentos más difíciles, se aprende.

El Tequilaz es el primer bar en Shanghai que tiene el auténtico ambiente, decoración, botanas y comida mexicana como el exquisito pozole. Esto llena de orgullo a Edgar, quien al igual que yo, deseamos que nuestra gente sea la que ofrezca la gastronomía y productos en el extranjero; así como el dar a conocer las tradiciones, cultura y alegría única de México. Él invita a más empresas a que se animen y exploren el mercado en China, incluso habla de hacer de su restaurante un primer aparador para productos como el tequila, salsas y botanas.

En su arranque, Edgar ya ha tenido que enfrentar algunas situaciones complicadas. Una de sus anécdotas que le demostraron la unidad de los chinos, es cuando despidió a dos de sus tres meseros por no ofrecer a los clientes un servicio de calidad. Al poco tiempo, el único que quedó pidió su renuncia porque ya no estaban sus amigos. Así, en la práctica, el administrador extranjero en China va conociendo las características culturales de este país.

El Tequilaz Bar es el único lugar en Shanghai que me hace sentir en casa. Deseo un gran éxito para que se consolide y expanda a otras ciudades en China, cruce las fronteras y haga escala en distintos países para que llegue triunfante a nuestra tierra, la que entregaremos muy fértil a nuestros hijos, con la responsabilidad de trabajarla para hacerla más productiva.

CARTA 35

28 de noviembre, 2007

En esta carta describo la importancia de contratar a un traductor profesional durante un proceso de negociación en China. Acompáñame en esta interesante y única experiencia.

Después de un amable recibimiento se nos invita a pasar a la sala de juntas. Imagina que tú ocupas la silla de mi lado izquierdo y a mi lado derecho están dos directivos de nuestra empresa y el traductor profesional. En frente de nosotros están los ejecutivos y expertos de la compañía china. La sesión inicia con la entrega de las tarjetas de presentación, se agradece el recibimiento y se habla brevemente de la ciudad, el clima u otro tema que vaya creando un mayor acercamiento. Después, el tiempo transcurre entre exposiciones, diálogos, preguntas y respuestas, breves recesos, la comida, el regreso a la mesa de negociación, dibujos, esquemas y un sinfín de actividades por el estilo. Al final del día nos damos cuenta que este proceso no concluirá en un par de semanas como lo habíamos pensado, sino que se repetirá varias veces en los próximos meses. En China se requiere paciencia antes de llegar a un acuerdo que satisfaga a ambas partes. Se da un paso sin apresurar el siguiente y en el camino se van analizando los puntos de acuerdo y fortaleciendo la confianza.

Nuestro equipo tomó la decisión correcta. Contrató a un traductor con experiencia en el sector en el que opera la empresa. Además es muy preparado, inteligente, analítico, persuasivo, simpático y conoce las características particulares de su cultura y lenguaje. Sin duda es un profesional y el costo por sus servicios está justificado.

Al término de la sesión, pensamos que el traductor nos ha guiado

exitosamente a través de la misma. Cuando explicábamos algo muy directo, suavizaba nuestras palabras y apoyándose en varias frases daba a entender el mensaje. Si lo requerido por nuestra contraparte ya se había explicado, repetía la respuesta inmediatamente. Si nuestro equipo dialogaba por algunos minutos antes de contestar, mencionaba a los chinos que era tan interesante la pregunta que era necesario analizarla desde diversos ángulos, evitando de esta forma su molestia. Cuando era necesario relajar el ambiente, contaba alguna historia que hacía reír a la contraparte china. Para los temas confusos, los explicaba con otras palabras o utilizaba ejemplos para un mayor entendimiento. Así, logró un proceso de negociación cordial y muy productivo.

Las habilidades de un traductor profesional como el que describo difícilmente se encuentran en una persona de poca experiencia. Aunque el costo es mayor por esa diferenciación, las empresas extranjeras que estén en una mesa de negociación en este país lo requerirán. Muchas veces las compañías buscan disminuir al máximo sus costos en estos viajes, sin embargo, es necesario mencionar que esa reducción no debe de afectar lo destinado a la búsqueda de un excelente traductor.

De esta manera, nos damos cuenta de la importancia de entender las características culturales y la forma de hacer negocios en China. Muchas empresas extranjeras han venido a este país a decirles cómo operar; sin embargo, los chinos insisten sobre la necesidad de que esas compañías adapten sus procesos, productos o servicios de acuerdo al mercado y a los recursos existentes. Al hacerlo, encontrarán mayores oportunidades de colaboración y negociación.

CARTA 36

5 de diciembre, 2007

La semana pasada fui invitado a dos empresas chinas líderes en el mercado. Tuve la magnífica oportunidad de escuchar a los altos directivos de estas enormes compañías, de recorrer algunas de sus instalaciones y de adentrarme en la cultura de negocios. Todos compartían una visión de mejora continua, de sustituir tecnología extranjera por local, de aprovechar al máximo los recursos abundantes en este país y de seguir compitiendo internamente para fortalecerse y penetrar otros mercados.

En el recorrido conocí a Mr. Cheng, un chino experto en la cultura de negocios de su país. Al segundo día del viaje le pedí una entrevista pero no me la concedió. Fue hasta el quinto día, después de haber platicado varias veces y de mostrarle mi real interés por la cultura china, que me compartió su punto de vista y me permitió enviarte esta carta. Los temas que abordamos fueron diversos. Inicé con preguntas generales sobre los negocios y terminé con preguntas más específicas sobre el presente y futuro de su país. A continuación te comparto algunos de sus más interesantes comentarios.

Mr. Cheng me habló de la responsabilidad que tiene el empresario extranjero que viene a China de conocer la cultura de negocios. Esto facilitará su adaptación y permitirá la empatía con la contraparte china, logrando un mejor acercamiento y una mayor probabilidad de éxito en las negociaciones que se realicen.

Un aspecto cultural que Mr. Cheng me explicó fue el relacionado con la manera de desarrollar los proyectos. En China inician con el concepto general y posteriormente se definen y llevan a cabo los detalles. Esto contrasta con la cultura mexicana, donde vamos

construyendo los detalles para llegar al concepto general. Es importante analizar este tema, ya que en proyectos de colaboración, puede crear conflicto entre las partes al momento de decidir la forma de trabajar.

En China, como en todos los lugares, las relaciones y contactos (*guanxi* en chino) es uno de los aspectos más importantes que se tienen que considerar al hacer negocios. La enorme competencia hace que este tema adquiera un especial interés en este país, aunque depende mucho del sector o industria en el que opere la empresa.

Mr. Cheng también habló sobre su sociedad. Piensa que los chinos son muy trabajadores y que esa es la razón por la que China está creciendo y desarrollándose tan rápidamente. Considera que la enorme y agresiva competencia local irá creando un efecto que se propagará por todo el mundo. Dice que los monopolios, una vez que dejen de serlo, se verán muy afectados, ya que las empresas han vivido protegidas y por lo tanto no han aprendido a competir. Además, los ve como negativos porque lastiman al total de la gente al no dejarla elegir entre varias opciones de productos y servicios.

Por último, le hice la pregunta sobre qué piensa que sucederá con China. Después de una pausa, me contesta que Occidente no está viendo lo que acontece a nivel global y que se ignora lo que está ocurriendo en su país. Como no fue preciso, le dije que si entonces pensaba que China superaría todos sus desafíos y le iría muy bien.

Me respondió que sí.

El tiempo nos dará la respuesta. Pero los mexicanos no debemos esperarla, ya que vivimos una situación muy complicada donde es vital para nuestras empresas el fomentar la competitividad y

enfrentar la competencia. Si no es China, serán otros países los que seguirán impulsando a sus empresas a conquistar otros mercados. Si es China, estamos comenzando a vivir el efecto del que hablaba Mr. Cheng y que se propagará por todo el mundo.

CARTA 37

12 de diciembre, 2007

En esta carta te presento al ingeniero Alfonso Sánchez Lozano, promotor de la cultura emprendedora en instituciones educativas y asesor de estudiantes y jóvenes profesionistas. Tiene una maestría en Administración por la EGADE del Tecnológico de Monterrey, es miembro del Consejo Consultivo Empresarial (CCE) de la Incubadora de Empresas del ITESM desde agosto del 2003, pertenece al consejo de Jóvenes Empresarios por México (JEMAC) y es autor de la serie en cuatro tomos *El potencial emprendedor: conceptos y práctica para su desarrollo*.

Tuve la oportunidad de ser su alumno en la materia de Desarrollo emprendedor durante mi carrera. Por su energía, entrega y pasión por fomentar el potencial emprendedor en la sociedad mexicana, es una de las personas que más admiro porque difunde las mejores estrategias para afrontar el presente y futuro de nuestro país.

Ya no podemos perder el tiempo, las empresas de China, India, Brasil y de otras regiones continúan su fortalecimiento y expansión. Están llegando a México o a otros mercados donde tenemos presencia, buscando obtener una mayor participación en ellos. El comercio internacional tiene muchos aspectos positivos; sin embargo exige que la sociedad, su gobierno y empresas, estén preparadas.

Alfonso Sánchez Lozano piensa que es fundamental tener muy claro el concepto de emprendedor. El desconocimiento de esta definición y de los factores que integran su potencial ha dificultado la formación de los emprendedores, así como la formulación de políticas y programas para sus empresas.

Comenta que se confunde a éste con el empresario, con el inventor, con el ejecutivo o con el administrador. Aunque hay talentos, actitudes y rasgos de personalidad que se traslapan; lo que define al emprendedor es el conjunto. Menciona que todos tenemos brazos, piernas y ojos como los atletas; sin embargo, un campeón hace un uso más eficiente de ellos.

Nos explica que en 1803, J. B. Say, economista político francés, fue el primero que definió al emprendedor como “aquel que cambia los recursos de una zona de bajo rendimiento por otra de alta productividad y rendimiento mayor”. Pongamos la misma computadora personal en manos de un especialista y de uno que no lo es; el primero de ellos obtendrá mayor aprovechamiento del mismo recurso.

Concluye que lo que mueve al emprendedor es su necesidad de logro, que se puede visualizar como realizar imperativamente lo que se propone, siendo una fuerza superior al temor que paraliza a muchos y en lugar de metas o proyectos, se quedan en propósitos o sueños que no logran convertirse en realidades. Tiene muy claro qué es lo que quiere y es difícil “sacarlo del surco”. En cambio, a alguien que lo impulse su necesidad de poder - que es mucho más frecuente que se presente que la de logro - puede cambiar de proyecto si continúa teniendo influencia con el grupo que le interesa.

Espera las siguientes cartas sobre las ideas que nos comparta Alfonso

Sánchez Lozano. En cada una de ellas conoceremos cómo impulsar el potencial emprendedor, el cual está integrado por factores que se pueden diagnosticar y desarrollar.

La apertura de nuestra economía nos obliga a estar más capacitados, informados, tener una visión global y a largo plazo, apoyarnos, estar muy unidos y pensar en el bien común. Se espera la llegada de compañías que después de una feroz competencia en sus mercados locales, han adquirido la experiencia y el aprendizaje necesario para penetrar exitosamente otros mercados.

Esta semana asistí al foro “Oportunidades de Inversión en Infraestructura en India”. En mi siguiente carta hablaré sobre este país y su relación con China. Comenzaremos a dibujar el panorama que vive Asia.

CARTA 38

19 de diciembre, 2007

Para entender lo que está ocurriendo en Asia y que está afectando a todo el mundo, es necesario que al momento de leer mis cartas veas imágenes en lugar de palabras. Cuando hayas terminado de leerla, se requiere de un momento de reflexión. Siempre que investigo sobre los *clusters* industriales en China o visito alguna de las empresas líderes de este país, me pregunto si en México estamos conscientes del futuro que nos espera.

Mientras las empresas mexicanas están pensando si exploran o no otros mercados, las compañías asiáticas están analizando las mejores estrategias de entrada. Podemos sentarnos y creer que no ocurre nada, o en cambio levantarnos y tener una visión amplia y a largo

plazo de los distintos escenarios que podrían presentarse. Hoy conoceremos sobre China e India, dos países que representan aproximadamente el 40% de la población mundial y que están redefiniendo el panorama internacional.

En las 38 cartas que te he enviado, incluida esta, plasmo lo que percibo desde el otro lado del mundo. Cumplo parte de mi objetivo si logras imaginarte la velocidad con la que ocurren los cambios en esta región. Alcanzo la meta si despierto en ti el interés por informarte y prepararte para competir en este mercado global. El crecimiento de China e India también conlleva oportunidades, borremos la idea de que solamente amenazan nuestras industrias.

Todos escuchamos sobre China y estamos cada día más al pendiente de lo que ocurre con ella. Sin embargo, no ponemos la misma atención a la India, país democrático que silenciosamente está implementando distintas reformas para acelerar su crecimiento y desarrollo económico. De ser exitosas, veremos consolidarse a otra poderosa nación en Asia.

En la actualidad, la mayoría de las personas vemos a China como la fábrica del mundo y a la India como el lugar donde se desarrollan los servicios de Tecnología de Información. Esto complementa a ambas naciones, las cuales están teniendo un mayor acercamiento con el fin de incrementar sus relaciones diplomáticas y comerciales. Sin embargo, se espera que en un futuro compitan directamente. Esto debido a que China está promoviendo inversiones que generen mayor valor agregado y para lograrlo está ofreciendo incentivos a las empresas de alta tecnología al mismo tiempo que elimina preferencias que otorgaba a la inversión de manufactura de poco valor agregado. Esto ofrece oportunidades a la India, la cual se podría convertir en la receptora de tales inversiones. Pero en un futuro sus

economías no serán tan complementarias y competirán más directamente entre sus industrias.

Sin embargo, el ambiente que se visualiza, más que uno competitivo, es de colaboración. La India sabe que puede aprender mucho de China y que el apoyarse les traerá beneficios mutuos. El crecimiento de la India está ofreciendo muchas oportunidades en el desarrollo de infraestructura, principalmente en la construcción de carreteras, puertos, aeropuertos y redes de telecomunicaciones. En un futuro los lazos de negocios entre ambos países serán mucho mayores. Un crecimiento más acelerado de la India traerá consecuencias ecológicas mayores. Por lo tanto, aquellas empresas que lo tomen en cuenta obtendrán grandes beneficios económicos. En la India están comenzando a existir importantes oportunidades de negocio para las empresas que ofrezcan tecnologías ecológicas.

Las empresas mexicanas pueden ir planeando su expansión en Asia. China e India seguirán demandando recursos para soportar su rápido crecimiento económico.

CARTA 39

26 de diciembre, 2007

Acompáñame en esta carta, juntos descubriremos Hong Kong, la metrópoli china que fusiona con perfecta armonía la cultura oriental y occidental. Durante cinco fascinantes días, viajando en metro y caminando, capté con mis sentidos la belleza de un lugar que combina lo tradicional con lo moderno, que aprende de su pasado para forjar un mejor presente y que abre una hermosa puerta que deja entrever el futuro por el que trabaja este país.

La isla de Hong Kong fue cedida a Gran Bretaña después de la derrota de China en la Primera Guerra del Opio (1842). Lo mismo ocurrió con las regiones de Kowloon en la Segunda Guerra del Opio y con los Nuevos Territorios en 1898. El primero de julio de 1997 regresaron a China, formando la Región Administrativa Especial de Hong Kong, misma que goza un alto grado de autonomía. El estilo de vida capitalista se mantiene, aplicándose el lema “un país, dos sistemas”. En la actualidad, Hong Kong es uno de los principales centros financieros y comerciales en Asia. Cuenta con uno de los más hermosos aeropuertos del mundo y con un impresionante puerto. Su gente, infraestructura, la excelente calidad de sus servicios y la facilidad para establecer empresas, lo vuelve un punto estratégico para las compañías que desean dirigir sus esfuerzos al resto de China.

La calidad de vida es muy alta. La limpieza del medio ambiente, la naturaleza que embellece los paisajes y los atractivos turísticos hacen de Hong Kong uno de los principales destinos en Asia. Es un lugar multicultural que se disfruta con los sentidos. La gente es muy diversa, con rasgos físicos y vestimenta distinta, hablando idiomas o dialectos que captan nuestros oídos y que nuestra mente busca identificar, con la variedad de sabores de la comida china y extranjera, con el olor de agua de mar característico de las ciudades costeras y con la sensación de seguridad que ofrecen las metrópolis organizadas y muy bien planeadas.

Por las noches, la energía se enciende con la sinfonía de luces sobre 44 edificios a los lados del Victoria Harbour (Puerto Victoria). La música penetra y una vez terminado el espectáculo, las opciones para continuar con la alegría son inmensas. En los bares las hermosas mujeres asiáticas, americanas, europeas y de todo el mundo, escuchan música de distintos estilos - incluida la Salsa. Cuando suena un ritmo latino, nuestros amigos de otros países esperan que los

mexicanos demos una muestra de baile digna de recordar y de ser posible, buscarán aprender algunos pasos.

Para conocer sobre el estilo de vida de la sociedad y sus hábitos de consumo, recorrí las plazas y supermercados. El espíritu navideño está por todas partes, con música decembrina, eventos y promociones. En Times Square, cientos de personas abarrotan las tiendas comprando regalos o comida para la cena de Navidad. Las mujeres caminan felices con sus bolsas en ambas manos, disfrutan el ir de “*shopping*”.

Mientras tanto, la mayoría de la gente en la China continental pasó desapercibida esta fecha, trabajando para tener una vida digna. Hong Kong tiene una gran responsabilidad en el proceso de desarrollo de este país. Es un modelo de éxito que complementa elementos de oriente y occidente y que podría adaptarse y replicarse, sobre todo en las principales ciudades de China que están en pleno desarrollo y apertura. Occidente por su parte, no debe de rechazar todo lo de oriente, debemos ser sensibles y adquirir aquello que nos haga crecer y ser más fuertes, sin perder nuestra esencia y sin olvidar jamás nuestro origen.

CARTA 40
2 de enero, 2008

Inicia un excelente año, el 2008. Es momento de poner nuestro mejor esfuerzo para concretar todos los proyectos, para llenar de alegría y fomentar la unidad en nuestros hogares, para combatir la pobreza, para competir con productos de gran calidad en el mercado nacional e internacional, para promover la honestidad y la paz, para

demostrar con trabajo que amamos a México y que deseamos un futuro exitoso para nuestro país. Este año, seremos testigos de grandes cambios, entre ellos, China se mostrará al mundo.

Para estar preparados y ser competitivos en este entorno que se está configurando, el ingeniero Alfonso Sánchez Lozano nos habla de cómo blindar nuestro potencial emprendedor. Inicia con una frase de la madre Teresa de Calcuta: “Lo que cuesta años construir, alguien lo puede destruir en una noche; pero construye de todos modos”.

Alfonso Sánchez nos dice que todas las personas tenemos algo de emprendedor. En miles de diagnósticos que ha aplicado, siempre encuentra fortalezas en algunos de los factores del Potencial Emprendedor; por consiguiente, es muy importante protegerlo de tanto depredador que hay.

En esta carta, se refiere a dos momentos muy importantes de nuestra vida: la etapa estudiantil y la del joven profesionista. Uno de los factores que sale alto en los diagnósticos, dentro de las Características de Actuación, es la responsabilidad. Con sólo esa herramienta se puede iniciar la construcción de toda una vida de realizaciones “a lo emprendedor”, o al menos comenzar a desarrollar las áreas débiles o de oportunidad.

La sociedad inhibe más que promueve el desarrollo de este tesoro. ¿Cómo puede ocurrir tal atentado contra algo que tanto necesita? Comenta que en general, la estructura y el ejercicio de las instituciones están diseñadas de tal modo que funcionan bien con personas dóciles, conformistas y con un pensamiento estructurado, lineal, inflexible. Un claro ejemplo está en las universidades. Los programas de estudios son tan rígidos, a veces sin materias opcionales o que puedan cursarse en otras instituciones, y el

volumen de conocimiento es tal - seis o más materias por período - que al estudiante no le queda de otra que ponerse a “machetear”.

Además, el proceso enseñanza-aprendizaje presupone que el profesor sabe y es, por tanto, la persona que tiene la responsabilidad en todo el proceso. ¿Qué podemos hacer para que esta situación no inhíba nuestro potencial emprendedor?

Alfonso Sánchez nos dice que tenemos que responsabilizarnos más por nuestro aprendizaje, lo que implica que debemos llegar al salón de clase con el material al menos comprendido, si no es que aprendido. Una buena práctica, es dividir el material por semanas y estudiarlo por adelantado. Otra posibilidad es que aprendamos lo que nos interesa de nuestra carrera, sobre todo los aspectos técnicos, en otra institución o por otros medios donde enfatizen su aplicación. También podemos llevar un curso por correspondencia. La idea es evitar la dependencia absoluta de la escuela en nuestro aprendizaje.

Aunque normalmente cada materia tiene sus objetivos “inobjetable”, no importa, podemos fijarnos objetivos personales. Finalmente, Alfonso Sánchez nos aconseja que tomemos a los profesores más como asesores que como la única fuente de nuestro aprendizaje. Esto implica formular por escrito las dudas, aportaciones y hasta nuestras críticas al proceso, siempre acompañadas de propuestas de solución. Como dice el ingeniero Alfonso, hoy es un buen día para fijarnos una meta o al menos un objetivo, o iniciar el desarrollo de un proyecto emprendedor.

CARTA 41

10 de enero, 2008

En esta carta conoceremos a fondo Shanghai; lugar que se ha convertido en el centro económico de China, el más importante centro logístico en el Delta del Río Yangtze y la próxima sede de la Expo Mundial 2010.

Shanghai es una de las grandes ciudades del Este de China, junto con Beijing, Shenzhen y Guangzhou. Su posición estratégica y apertura le han permitido alcanzar un gran desarrollo, ofreciendo un mejor nivel de vida a su población y atrayendo a numerosas empresas locales y extranjeras.

El contacto con la cultura occidental es mayor que en otras ciudades, abriendo oportunidades a la aceptación y venta de productos mexicanos. Además, de acuerdo a predicciones del Buró Nacional de Estadísticas de China, la proporción de la clase media en este país aumentará del actual 5 por ciento al 45 por ciento para el 2020. Esta expansión sobre todo ocurrirá en las grandes urbes como Shanghai y se pronostica que este segmento será uno de los más activos grupos de consumidores en los próximos años.

Las principales industrias que se desarrollan son la automotriz, la petroquímica, metalúrgica, electrónica de información y biomedicina. El gobierno local está promoviendo el desarrollo del *cluster* automotriz y de aquellas industrias intensivas en tecnología, lo que atrae a personas de las zonas rurales, quienes buscan alcanzar un mejor nivel de vida.

Este fenómeno de migración en China está causando una mayor competencia por los puestos laborales en Shanghai; unido a que cada

día llegamos más extranjeros a estudiar o trabajar, siendo muy común que busquemos o estemos al tanto de aquellas oportunidades que se presenten. Sin embargo, se espera que el desarrollo llegue pronto a otras regiones y frene un poco esta situación. La inversión está comenzando a diversificarse y ya no sólo se concentra en el Este de China, por los incentivos que el gobierno está ofreciendo en el Centro y Oeste del país, por la búsqueda de nuevos mercados menos competidos por parte de las empresas y por el interés de reducir sus costos operativos.

Pero el protagonismo que está alcanzando Shanghai a nivel internacional no queda aquí: la ciudad está preparándose para organizar la Expo Mundial 2010, bajo el lema “Better City, Better Life” (Mejor Ciudad, Mejor Vida). Será la primera vez que se celebre en un país subdesarrollado. Esta situación está trayendo consigo importantes inversiones en infraestructura y se espera que mejore la situación del medio ambiente, ya que muchos de los proyectos van encaminados a reducir la contaminación urbana.

Shanghai ganó la convocatoria para la Expo Mundial 2010 el 3 de diciembre del 2002. Llena de orgullo a su gente el ser anfitriones de un evento que exhibirá la diversidad de las culturas urbanas en el mundo, favoreciendo el intercambio de ideas y desarrollo de la economía mundial, cultura, ciencia y tecnología.

Se llevará a cabo del 1 de mayo al 31 de octubre del 2010. Hasta el momento se tiene confirmada la participación de 26 organizaciones internacionales, (entre ellas las Naciones Unidas y el Banco Mundial), 22 países de América - entre ellos México, por supuesto - , 39 de Europa, 48 de África, 42 de Asia y 10 de Oceanía.

De esta forma se perfila Shanghai en el 2008 y se prepara para causar

la admiración en el 2010, con la confianza de treinta años de reformas económicas y apertura y con la esperanza de mantener su crecimiento.

CARTA 42

16 de enero, 2008

Es momento de explorar y concretar proyectos de negocios. Hoy me dirijo a los colimenses que tienen franquicias y a todas las personas interesadas en los temas de China.

Una franquicia se constituye a partir de un contrato de colaboración, donde el franquiciante cede al franquiciado el derecho a explotar su marca, productos y servicios en un territorio definido, ofreciendo asesoría sobre la forma de operar. A cambio recibe un pago de entrada y/o de forma periódica.

Fue a principios de la década de 1990 cuando este modelo de negocios inició con un rápido crecimiento en China, impulsado principalmente por empresas locales. En diciembre del 2004, a las compañías extranjeras se les permitió operar franquicias de capital totalmente extranjero y se aceleró su entrada, ya que anteriormente usaban otras prácticas. En febrero del 2005, el Ministerio de Comercio dio a conocer las Medidas de la Administración de la Operación de Franquicias Comerciales. En enero 31 del 2007, el Consejo de Estado promulgó el Reglamento para la Administración de Franquicias Comerciales, el cual inició su aplicación el primero de mayo del 2007.

De esta forma, el gobierno chino está fomentando la creación y

apertura de nuevas franquicias, a partir de ofrecer un marco legal más claro que permita un crecimiento ordenado. De acuerdo con estadísticas de la “China Chain Store and Franchise Association (CCFA)”, el número de franquicias comerciales creció de 410 en el 2000, a más de 2,600 en el 2006.

Este modelo de negocios ofrece las ventajas de un rápido crecimiento a una inversión menor para el franquiciante, al mismo tiempo que estandariza su marca e imagen de las empresas. Entre los principales inconvenientes están la dificultad de encontrar un socio adecuado, dificultades en las prácticas de administración por parte de los chinos, la falta de personal capacitado y la falta de protección en la propiedad intelectual.

El sector de la comida rápida es uno de los más atractivos y consolidados en China al hablar de franquicias. El sector inmobiliario también es interesante, principalmente motivado por mejores niveles de vida y por la creciente migración de personas de las zonas rurales a las ciudades. Otras franquicias que se están expandiendo rápidamente son las cadenas hoteleras y aquellas que ofrecen productos o servicios educativos, de salud y belleza.

Las franquicias extranjeras exitosas han entrado con un modelo de inversión directa y con muy pocos franquiciados. En una fase inicial se han instalado en las principales ciudades del Este de China y después de adquirir conocimiento del mercado, han comenzando a ingresar a otras regiones del país. Estas compañías protegen su propiedad intelectual, tropicalizan sus productos o servicios al mercado local, seleccionan lugares estratégicos para sus establecimientos, hacen análisis sobre estrategias de precios, conocen su competencia, se apoyan en chinos que tienen contactos y navegan con mayor facilidad en el aspecto legal de este país, y

cuentan con un equipo de trabajo local y extranjero, capacitado y competitivo, que aportará la diferencia para lograr el éxito en China.

Finalmente, es vital recordar que en este país se requiere de paciencia y constancia. La inversión para posicionar una marca es muy probable que sea alta, pero ya hay empresas de distintos tamaños que han apostado a este mercado y que están obteniendo ganancias. Por el bienestar de México debemos diversificar nuestras exportaciones y penetrar con mayor decisión a otros mercados.

CARTA 43
23 de enero, 2008

En esta carta te presento la entrevista que realicé a Luis Arturo Vieyra Buenfil, consejero comercial de ProMéxico en Shanghai. De manera precisa, me explicó las actividades que realiza esta institución del gobierno federal con el fin de promover el comercio exterior y la atracción de inversión extranjera directa. Es necesario que las empresas mexicanas se acerquen a ProMéxico, ya que ofrece interesantes apoyos y servicios que les permitirán entrar o consolidar su presencia en el mercado internacional.

ProMéxico en su Consejería Comercial de Shanghai promueve la atracción de inversión extranjera en sectores como el automotriz, minero, eléctrico y electrónico. También desarrolla proyectos de exportación y apoya a las empresas mexicanas que deseen establecerse en China. El área de influencia de esta oficina se compone de la municipalidad de Shanghai y de las provincias de Jiangsu, Zhejiang y Anhui.

Luis Arturo Vieyra percibe como productos potenciales en China los

insumos industriales, componentes y materiales que se empleen en la construcción. Con relación a los servicios, menciona los arquitectónicos y restaurantes en las principales ciudades. Otro tema de gran interés son las inversiones; explica que los chinos venden al mundo sus productos, lo cual genera la entrada de dinero a China que ahora quieren invertir en otros países. Lo anterior se manifiesta en la estrategia “*Go Out*”.

Al hablar sobre las ferias y exhibiciones en Shanghai, dijo que México participará con pabellón de productos en la SIAL China 2008 del 14 al 16 de mayo, una de las ferias más importantes en el sector de alimentos y bebidas; en All China Leather Exhibition, organizada por la Asociación de la Industria del Cuero de China y que se llevará a cabo del 3 al 5 de septiembre; y en la Food and Hotel China del 4 al 6 de diciembre, muy atractiva para la promoción de alimentos, vinos y bebidas.

Para las empresas colimenses o de otros estados que quieran participar en alguna de estas exhibiciones, pueden acercarse a las oficinas de ProMéxico en nuestro país o aplicar a través del sitio web: www.promexico.gob.mx, donde se ofrece información detallada.

Por ejemplo, para la SIAL China 2008 el costo será de aproximadamente 1,500 dólares, ya incluyendo el apoyo. Esto cubrirá la renta, construcción del stand y el envío de muestras de hasta 150 Kg. o un metro cúbico, lo que ocurra primero, con sus gastos aduanales en México y país sede. No incluye seguros ni pago de impuestos en caso de requerirse y gastos de operación del pabellón. En ocasiones, si la empresa lo solicita y se hacen los trámites necesarios, es posible recibir apoyo para el pasaje de avión y otros viáticos de los participantes.

Luis Arturo Vieyra ve más factible la entrada a China de productos mexicanos que ya estén siendo exportados a otros mercados; ésto porque la empresa ya estará familiarizada con los procesos y requerimientos.

Menciona que los proyectos en China toman más tiempo. El idioma y la cultura vuelven necesario el apoyarse en especialistas y en un traductor que se comunique en chino mandarín. Finaliza la entrevista poniéndose a las órdenes de todos los empresarios mexicanos interesados en explorar y entrar a este mercado. Así, el gobierno de nuestro país brinda importantes apoyos para fomentar las exportaciones, atraer inversiones y mejorar la competitividad.

Empresarios mexicanos, infórmense y acérquense a pedirlos, haciendo un uso correcto de estos recursos y poniendo su mayor esfuerzo; no hay mercado que sea imposible de alcanzar por más distante que esté.

CARTA 44
30 de enero, 2008

Todos alguna vez soñamos en hacernos millonarios. Para lograrlo hay distintas estrategias; por ejemplo muchos empresarios alrededor del mundo desean vender exitosamente sus productos en China. Para asesorarlos en esta idea, te presento la opinión de Mr. Huo, un distribuidor de alimentos en las principales ciudades de este país.

Antes de iniciar haré unos comentarios al respecto. A mi parecer, existe un desconocimiento generalizado de la cultura de negocios y el mercado chino. Por varios años recibimos información en México que hablaba de 1,300 millones de habitantes deseosos de adquirir

nuestros productos. Con esta carta, mi intención es mostrarte un panorama más apegado a la realidad. Entre más preparado estés, te será más fácil lograr el éxito en China. Son muchas las empresas extranjeras que han fracasado por desconocer las características de este mercado, que dicho sea de paso, es complicado pero no imposible.

Si has recibido y leído todas mis cartas, podrás tener la imagen de que China es un país de extremos. Hablé de consumidores con un poder adquisitivo que les permite adquirir bienes de lujo y de otros que ganan salarios sumamente bajos; también conocemos que el Este es más desarrollado en comparación con el Centro y Oeste del país. De igual forma, los hábitos de consumo de las personas son muy distintos entre ciudades.

Mr. Huo tiene la experiencia de distribuir productos alimenticios extranjeros en las principales cadenas de supermercados. La más importante recomendación que ofrece al empresario mexicano es que antes de entrar a China conozca la cultura de negocios y segmente su mercado. Aquellas compañías que han creído que pueden replicar en China estrategias exitosas en otros países, han fracasado. Por lo tanto, es necesario tropicalizar el producto y adaptar toda su estrategia de mercadotecnia.

La mayoría de las empresas extranjeras de productos alimenticios, primero deciden entrar a Hong Kong o a las grandes ciudades de China. Mr. Huo piensa que es importante esta estrategia, ya que ofrece un punto de apoyo y el tiempo necesario para hacer contactos de negocios. Una vez que se entiende mejor el ambiente, que se adquiere información del segmento de interés y que se visualiza un potencial real para el producto, recomienda iniciar la etapa de expansión hacia otras ciudades.

En un primer paso, la empresa tendrá que invertir en posicionar su marca y promocionar su producto. En algunos supermercados se ofrecen degustaciones, se participa en exhibiciones comerciales o se publicita en diversos medios. En general, el extranjero conoce el producto o está dispuesto a probarlo. Sin embargo, Mr. Huo ha observado que el consumidor chino no sólo se fija en el precio, sino que compara con detalle y toma en cuenta otros factores, por ejemplo, el que la marca lo haga reflejar un status y que lo adquirido dé valor por su dinero.

La conclusión que obtenemos de esta carta es que no podemos seguir pensando en China como un país homogéneo. Para reducir el riesgo de fracaso de algún producto mexicano se requiere definir el segmento de mercado y hacer un análisis profundo de los hábitos de consumo. Hay elementos geográficos, culturales, ingreso y edad que también deben ser considerados. El hacerse millonario en este país no es sencillo, pero hay personas que están viendo el fruto de su esfuerzo. Las pequeñas y medianas empresas colimenses también pueden lograrlo.

CARTA 45
6 de febrero, 2008

Se acerca el Año Nuevo Chino y ya escucho los primeros cohetes de la celebración más importante en este país. Con un frío intenso en Shanghai y con la nostalgia que en ocasiones siento por no estar en México, te escribo esta carta donde hago una reflexión sobre las enseñanzas que me ha dejado esta experiencia.

Necesito trabajar mucho más. He visto a miles de personas dando lo mejor de sí para no volver a vivir una época de carencias y para ver una tierra que ofrece mayores oportunidades y un mejor nivel de vida para su sociedad. No es sólo supervivencia o competencia la explicación a su enorme esfuerzo, es el impulso que ofrecen millones de personas que aman incondicionalmente a su país y que entregan su ser por verlo triunfar.

Debo avivar el amor por México. En China con una historia de grandeza que enorgullece a su gente, con una educación que fomenta el patriotismo, con deportistas que son héroes nacionales, entre muchas otras expresiones; se logra la unidad que nos hace ver al gigante asiático. Así, muchos de mis amigos chinos estudian en las mejores universidades en el mundo, pero siempre tienen en su mente el retribuir a su país la oportunidad que miles de personas desearon y no tuvieron. Es la misma razón que encuentro cuando observo a las grandes empresas chinas fortaleciendo a las pequeñas y medianas, adquiriendo tecnología o comprando insumos locales en lugar de extranjeros.

Es muy importante la planeación. Con los planes y programas de desarrollo se lleva un mismo rumbo y los resultados se alcanzan porque se pone en juego la credibilidad del gobierno chino. La estabilidad de este país en mucho depende de la respuesta que se ofrezca a millones de personas que trabajan incansablemente y que están demandando una sociedad de armonía y mayor equidad. Con líderes que tienen una visión a largo plazo y que desean trascender, se siguen estrategias que permiten alcanzar las metas. En China existe corrupción, pero su gobierno actualmente tiene como prioridad el combatirla.

Para avanzar hay que apoyarnos. En una sociedad tan competitiva

como la china, el ayudarse es la diferencia entre quedar estancado o seguir adelante. Además, se fomenta el bien común por encima del personal. Imagino el momento en que los productores mexicanos unirán fuerzas para entrar a otros mercados, con una idea clara de que estamos compitiendo a nivel global y que el éxito se puede compartir.

No existen límites. Las empresas chinas están creciendo muy rápido y la competencia a la que se enfrentan en este país es enorme. Estarán preparadas para penetrar otros mercados y tarde o temprano competirán con las compañías mexicanas.

Este mismo potencial necesitamos desarrollar, donde el que tenga una tienda la convierta en franquicia, o el que venda su producto en Colima ahora lo haga a nivel nacional y tenga en su mente el ofrecerlo en otros países. Los jóvenes ya no podemos estar pensando en salir a los bares cada noche y menos cuando otras naciones vienen a un ritmo que después será imposible alcanzar.

Hay distintas formas de llegar al resultado. Me siento muy orgulloso de ser mexicano y de mi cultura. Por ese mismo amor que tengo vine a China. Ahora jamás pienso que aquello que se hace distinto es erróneo o no funcionará; por el contrario, estoy abierto a aprender del mundo.

Por último, he comprendido que tengo que borrar la idea de que China, la India o cualquier otro país está acabando nuestras industrias. En cambio, cada día analizo qué estoy haciendo como persona y como ciudadano para hacer de México un país ganador. Recuerda que también tenemos un enorme mercado en Latinoamérica al que debemos mirar, el potencial no sólo se encuentra en Asia.

CARTA 46

13 de febrero, 2008

La vida es tan noble que si está uno atento puede identificar los caminos que se deben elegir. Los consejos de otras personas nos brindan un panorama más completo de la situación. Cada instante está lleno de experiencias que siempre te demuestran la importancia de las buenas amistades.

Así, en un país con una cultura distinta como China, valoras más que nunca a tus amigos sinceros, llamas por teléfono o envías correos electrónicos a México para sentir el calor y recibir acertados consejos de tus familiares, y finalmente haces uso de la capacidad de decisión que te permitirá continuar dibujando tu ruta.

El siete de febrero fue el Año Nuevo Chino o Festival de Primavera. Es la más importante celebración en este país porque es sinónimo de alegría y convivencia familiar. Las calles y casas muestran hermosas decoraciones en color rojo y el cielo se llena de impresionantes fuegos artificiales. Hace un año disfruté el caminar alrededor del hermoso Lago del Oeste en Hangzhou y ver las luces reflejadas en el agua. Este año lo pasé en Shanghai compartiendo un agradable momento con las personas que estimo. Los siguientes días visité a mis amigos chinos que viven con sus padres en esta ciudad o que no pudieron viajar a sus provincias por motivo de las nevadas. Aparte de decirles el tradicional "*Xin Nian Kuai Le*" (Feliz Año Nuevo en chino), platicaba con ellos sobre esta festividad. Todos tuvieron una deliciosa cena de fin de año compuesta por varios platillos tradicionales. Algunos de ellos vieron la Gala del Festival de Primavera, que es un programa especial que cada año transmite la Televisión Central de China; mientras que otros prefirieron encender fuegos artificiales.

De niños les encantaban los regalos, aunque crecieron y de repente dejaron de recibirlos. Sus padres y amistades de la familia les llevaban ropa o un sobre rojo con dinero en su interior. Sin embargo, la situación ha cambiado, ahora son ellos los que entregan presentes a las generaciones más jóvenes.

En China las leyendas son emocionantes historias que disparan tu imaginación. Cada palabra va recorriendo tu mente y de repente eres uno más en la trama. Por ejemplo, la leyenda del Año Nuevo:

Hace muchísimos años existió un monstruo que se llamaba Nian. En la víspera de Año Nuevo se aparecía en las aldeas y mataba a varias personas. Para evitarlo, la gente prefería huir a las montañas para refugiarse. Un día llegó un viejo mendigo mientras todos se alistaban para su partida y sólo una viejecita ofreció comida y le aconsejó irse de ese lugar. Sin embargo, el viejo prometió que si lo dejaba estar en su casa espantaría al monstruo. En la noche, llegó Nian y vio un hogar con luces encendidas y papel rojo en la puerta. Furioso se acercó a ella y cuando estaba a pocos metros, se escuchó una fuerte explosión. El monstruo salió huyendo mientras el anciano se burlaba. Al día siguiente las personas regresaron y se dieron cuenta de lo sucedido. Rápidamente visitaron a sus familiares en otras aldeas para informar que el papel rojo, las luces y el ruido lo atemorizaban. Todos concluyeron que el viejo mendigo era un ser celestial que había ido para salvarlos.

En la actualidad, los chinos usan fuegos artificiales, ponen papel rojo en sus puertas y encienden faroles para continuar esta tradición y llamar a la buena suerte. Además, durante varios días visitan a sus familiares y amigos.

De nuevo aprendimos que una apasionante forma de aprender la cultura de un país es viajando y escuchando a su gente, como bien lo sabe mi querida abuela Tita. Siempre lo hago, al cabo México y China son países con una larga historia; para cada leyenda que me cuentan, yo tengo otra que compartir.

CARTA 47
20 de febrero, 2008

México está viviendo nuevos desafíos y tenemos que responder a ellos con unidad, trabajo y visión de largo plazo. Debemos estar orgullosos del éxito que están alcanzando algunas empresas mexicanas a nivel mundial, las cuales van a la conquista de otros mercados en lugar de esperar la competencia y reaccionar. Esta es la mentalidad que impulsará a nuestro país a alcanzar mejores niveles de vida.

En esta carta te presento la entrevista que realicé a Mario Leal Campos, Cónsul General de México en Hong Kong. Desde esa Región Administrativa Especial de China que promociona su vibrante economía, su gente dinámica y ubicación ideal; nos ofrece interesantes consejos apoyados en su amplia experiencia.

Mario Leal comenta que es importante que México extienda su mercado. De esta manera se evitarán los problemas derivados de una excesiva dependencia con Estados Unidos de América. Además, aprovecharemos los importantes mercados de la región asiática, que están creciendo de manera sostenida y están ávidos de más productos, diferentes a los que están acostumbrados. Esto fortalecerá a las empresas mexicanas y les permitirá crecer en el ámbito de la economía global.

Al hablar sobre los factores que han permitido el desarrollo de China, destaca una política gubernamental que ha impulsado la creación y crecimiento de empresas privadas, alta captación de inversión extranjera directa, desarrollo de infraestructura en puntos clave para su industrialización, mantener bajos costos en mano de obra y en otros insumos para la industria, importante inversión en desarrollo y aplicación de nuevas tecnologías, régimen laboral muy útil para las empresas, y gente muy trabajadora, dócil y obediente.

Las industrias mexicanas que observa con potencial en China son alimentos (frescos y procesados) y bebidas, construcción y materiales para construcción, química, autopartes y turismo, entre otras.

Para las empresas que optan por una estrategia de entrada a China continental a través de Hong Kong, el cónsul Mario Leal encuentra diversos beneficios. Entre ellos, una cultura de absoluto respeto a la iniciativa privada y a la propiedad intelectual, estado de derecho plenamente vigente, logística muy eficiente para importación y exportación, amplias posibilidades de obtención de créditos y una política fiscal muy favorecedora a la iniciativa privada.

Termina brindando un consejo a los empresarios mexicanos que desean incursionar en el mercado chino. Les recomienda hacer una exploración cuidadosa de las posibilidades de compra para sus productos, tomando muy en cuenta las diferencias culturales entre México y China, incluyendo Hong Kong. Esto se logra haciendo estudios de mercado que les permitirán definir un plan de negocios adecuado.

Desde China llegará a tus manos esta carta, la abrirás y leerás. Pero lo más importante es que deje algo en ti. Que te motive a emprender, a

realizar mejor que nunca tus tareas cotidianas, a escuchar la opinión de otras personas para tomar mejores decisiones, a ser más tolerante, a fomentar la competitividad y a pensar que lo que hagamos hoy se verá reflejado en el futuro. Con estas cartas también podemos visualizar lo que está sucediendo en nuestro mundo. Los países que estén preparados, podrán aprovechar las oportunidades que trae consigo la globalización.

CARTA 48
27 de febrero, 2008

En Colima, como en todo el país, existen empresas que elaboran alimentos procesados de muy alta calidad. Algunos se distribuyen a nivel local o regional, otros a nivel nacional y aquellos que se exportan, lo hacen principalmente al mercado estadounidense. Si deseas vender tu producto en China, en esta carta te explicaré sobre la distribución de alimentos importados.

Repasaremos algunos aspectos importantes. Aunque hay alrededor de 1,300 millones de habitantes, es prácticamente imposible llegar a todos ellos. Los distribuidores abarcan ciertas regiones del país y al hablar de productos importados, la mayoría se enfoca a las principales ciudades del este de China y algunas del centro y oeste. Asimismo, la carente infraestructura en los lugares más apartados impide el eficiente flujo de estos productos.

La liberalización del sector, como parte de los compromisos adoptados en la Organización Mundial de Comercio (OMC), está atrayendo inversión extranjera. La mayor competencia está consolidando el sector y abriendo nuevas alternativas a la

distribución. También el gobierno chino está invirtiendo en conectar las regiones más apartadas para incentivar su desarrollo. En la actualidad, las grandes cadenas extranjeras de supermercados que entraron en un inicio a las ciudades como Beijing y Shanghai, han iniciado su expansión a otras regiones. Esto sin duda abre nuevas posibilidades para ofrecer productos importados.

La empresa colimense o de otros estados que está interesada en China, debe iniciar con una investigación de mercado. Esto nos permitirá conocer el potencial para nuestro producto y tomar una mejor decisión sobre entrar en este momento o esperar. Además, podemos conocer los riesgos que existen, definir el segmento al que irá dirigido el producto y la estrategia de entrada. En este tipo de investigaciones se analizan las regulaciones existentes, el ingreso disponible, los hábitos de consumo, los productos similares o sustitutos, entre otros aspectos.

Si se toma la decisión de entrar a China, una gran parte del éxito dependerá de segmentar el mercado, conocer el ambiente de negocios y realizar una buena selección de los canales de distribución. La retroalimentación que se obtenga desde que sale el producto hasta que llega al consumidor final, permitirá ajustar la estrategia en aquellos puntos donde no sea efectiva.

Hay distintas formas de explorar este mercado. En la medida en que las complementemos, tendremos información que nos ayudará a reducir el riesgo de fracaso. La primera, como antes mencioné, es a partir de una investigación de mercado. Otra es asistiendo a una feria de alimentos como expositor, donde están presentes distribuidores y algunos supermercados. Recuerda que ProMéxico ofrece importantes apoyos.

Me he dado cuenta que para lograr una mejor investigación de mercado es fundamental incluir la opinión de los distribuidores de alimentos. Por su experiencia y por el contacto con otras empresas fabricantes que contratan sus servicios, así como con tiendas detallistas o restaurantes; están en una posición que les permite ofrecer información clave para una mejor toma de decisión.

Dedicaré cinco meses para visitar a distribuidores en distintas ciudades de China. Si tu empresa tiene capacidad de exportación, si ofreces tu producto en el extranjero o tienes un real interés por este mercado; envíame un correo electrónico. Seleccionaré algunos productos colimenses para conocer una primera impresión de su potencial en China, y escucharemos las opiniones del distribuidor de alimentos importados.

CARTA 49
5 de marzo, 2008

Existe el compromiso del gobierno mexicano por reforzar las relaciones con China. El diálogo y la negociación serán los mejores medios para lograr acuerdos entre ambos países. En esta carta te presento la entrevista que realicé a Miguel Barrio González, Cónsul General de México en Shanghai.

Hablamos de acciones concretas que se están llevando a cabo para atraer inversiones y potenciar el turismo. Existen interesantes noticias que nos hablan de un nuevo camino en las relaciones entre México y China. La Comisionada del Instituto Nacional de Migración (INM), Cecilia Romero Castillo, y un grupo de funcionarios, han venido a China para definir nuevos modelos y sistemas migratorios que facilitarán el ingreso de turistas e inversionistas a nuestro país.

Se busca facilitar la obtención de visas y quitar barreras para estimular el turismo.

El Consulado de México en Shanghai en conjunto con la Embajada de México en China, han apoyado en la gestión de un vuelo directo entre los dos países. Se ha puesto en contacto a la aerolínea mexicana con cámaras de comercio y apoyado en los permisos y trámites que requieren las autoridades chinas. El Cónsul Miguel Barrio nos comenta que este vuelo será tan trascendente como el construir una carretera o un puente en una comunidad aislada.

En cartas anteriores hablamos de la importancia de poner en práctica una estrategia integral para atraer al turista chino a México. Esto exige una mayor promoción de los destinos con gran historia y contenido cultural, el facilitar los trámites migratorios y la participación de hoteleros con el fin de brindar una agradable estancia a sus huéspedes. Pero sobre todo requiere de la calidez y buen trato que ofrezcamos cada uno de los mexicanos. Si un chino regresa a su país con una buena experiencia, seguramente contará a sus amistades y esto estimulará el turismo en México.

El Cónsul Miguel Barrio habla de un modelo que está aplicando Australia y que podría replicarse en nuestro país. Se conoce como turismo en grupo. A partir de una estrecha colaboración entre autoridades y agencias de viaje se logra cumplir con los requisitos que exige migración. El organizador ofrece una experiencia única en el servicio antes y durante el viaje, que se traduce en una satisfacción garantizada.

Respecto al tema de atracción de inversiones, el Consulado de México en Shanghai está trabajando en conjunto con ProMéxico. Se están ofreciendo seminarios a empresarios chinos y se tiene contacto con

cámaras de comercio. Se está posicionando a México como una nación que ofrece un puerto seguro para las inversiones, un centro logístico y el acceso a tratados y acuerdos comerciales con varios países alrededor del mundo.

El Cónsul Miguel Barrio nos dice que el esfuerzo del gobierno chino por fomentar la creación de marcas globales y el motivar a sus empresas a invertir en el exterior, complementa las actividades de promoción del gobierno mexicano. Como resultado, se conocerán de nuevas inversiones chinas principalmente en el sector automotriz, donde México es un jugador importante a nivel mundial. Una de ellas ya fue anunciada en el pasado Autoshow de Detroit.

Un nuevo camino en las relaciones entre México y China se está construyendo. El cónsul termina dibujando un mapa, donde nos muestra que no es Asia y Europa lo que nos separa, sino que compartimos el Océano Pacífico y que un vuelo directo está por reducir el tiempo y reforzar los lazos entre ambas sociedades.

CARTA 50
12 de marzo, 2008

Hoy comparto este espacio con Sufei Lin, mi querida amiga de Singapur. El propósito es conocer la experiencia de una joven asiática que hizo un intercambio académico en nuestro país. Te mostraré parte de las más bellas anécdotas y recuerdos de su estancia en México. Es momento de abrir su diario y dejar que sus palabras escapen buscando los ojos del lector:

¡Ole!, ¡Ole!, ¡Ole! Con el capote rojo el matador esquivo al toro que se abalanza con todas sus fuerzas. Durante los quince

minutos que se enfrentan, el miedo de ver a un hombre junto a un animal de 500 kilos es constante. La emoción de presenciar ese famoso deporte español que también practican los mexicanos, me hace permanecer al borde de mi asiento.

Esto es sólo la punta del iceberg de las tradiciones y festivales que me permitieron apreciar la diversidad de México. Siempre llenos de sonido, acción y color. Es ciertamente una cultura intrigante, mezcla de elementos de España y costumbres indígenas, reflejando muchos mundos del pasado y presente. Continuemos con mis vivencias.

**

¡Wow! Finalmente entiendo lo que es observar un partido de fútbol en vivo, es completamente distinto a verlo en casa por televisión. Pasión es la única palabra que lo describe. Aquí estoy en mi segundo mes como estudiante de intercambio en México y ya soy una fanática de este deporte. Usando la camiseta de mi equipo favorito, mis amigas y yo nos dirigimos al estadio para observar el juego. Aún estando bajo una lluvia torrencial, no importa nada cuando tienes un estadio lleno de fans gritando por su equipo, lo único que interesa son las acciones del encuentro y los veintidós jugadores en el campo. Incluso antes del partido los seguidores ya estaban gritando con todas sus fuerzas. Convirtiéndome en una persona entusiasta me uní, cantando cualquier frase de aquello que coreaban. Escuchar a los fans gritar “buuu” al árbitro o a los jugadores del equipo contrario fue divertidísimo. Esos arranques emocionales hicieron la

atmósfera todavía más animada. El ser testigo del orgullo de los mexicanos durante un partido de fútbol me hizo preguntarme si ese espíritu se observa en la liga de Singapur. Debo admitir que nunca he visto un solo juego en el Estadio Nacional, pero ahora estoy inspirada para hacerlo cuando regrese a mi país. A continuación lee lo que más me encanta de la sociedad mexicana.

**

La hospitalidad realmente me ayuda a superar el hecho de vivir lejos de mi familia. A cualquier lugar que voy conozco personas que me dicen: “Mi casa es tu casa” o “cuando vengas ya sabes que aquí tienes tu casa”. En un principio esto suena como una frase sin compromiso; sin embargo, cuando mi amiga japonesa se enfermó y llamó llorando a sus papás, nuestros anfitriones mexicanos escucharon y le dijeron: “¿Porqué la necesidad de llorar, querida? No estás sola, estamos aquí para cuidarte. Nos aseguraremos de que estés bien”.

**

En mi intercambio académico aprendí que ya sea con bastante comida (como testimonio está que gané en peso), llevándome a la pista de baile (a pesar de no saber ningún paso) o despertándose mis anfitriones a las tres de la mañana para llevarme al aeropuerto; he disfrutado de la calidez y sinceridad de la sociedad mexicana, un sentimiento que no he experimentado en ningún otro lugar del mundo.

Así concluye esta carta, con el último párrafo que escribió Sufei sobre

México. Recuerdos gratos de una persona que aprecia y respeta nuestra riquísima cultura. Ella, como muchísimas personas ha sentido la hospitalidad única de nuestra sociedad. Abramos las puertas de México y demos la bienvenida al turista extranjero.

CARTA 51

19 de marzo, 2008

Un viaje a China te demuestra que las distancias ya no son un obstáculo. El conectarte a Internet y platicar con tus amigos alrededor del mundo, nos habla de las ventajas que ha traído la tecnología. El caminar por la Muralla china nos dice que el ser humano puede crear lo que se proponga.

El observar cientos de personas en una sola tarde nos confirma que nuestra sociedad jamás carecerá de talento humano. Así de accesible es hacer negocios en este momento. Cuando tienes todo a tu alcance, sólo faltas tú, un estratega con visión y ganas de transformar el mundo que le rodea a partir de una idea de negocio apasionante.

Hay varias actividades que quiero hacer cuando regrese a Colima, una de ellas es pedir a mi padre que me enseñe ajedrez. Desde mi perspectiva, este juego te plantea un escenario muy parecido al que se vive como emprendedor. Inicias con el deseo de lograr tu meta. Con el movimiento de las piezas se van presentando nuevos desafíos y habrá momentos en los que visualices la victoria, y otros en los que tendrás que ajustar la estrategia. El desgaste toma un papel importante, pero se compensa con las satisfacciones. La visión para entender todo lo que sucede en el tablero y predecir los movimientos de tu oponente, es un aspecto clave para lograr el éxito. Seguramente el ajedrez es mucho más complejo que esta rápida reflexión, pero me

permite ilustrar las similitudes que existen con la forma de hacer negocios y el ambiente que le rodea.

Tenemos que arriesgar y no tener miedo de iniciar nuestra empresa, al contrario, disfrutemos de la satisfacción de intentar, aprender y llevar a cabo nuestros proyectos. Borremos los límites que nosotros mismos dibujamos. Es momento de ver el mundo de la misma forma en que se mira desde el espacio, tan pequeño que podemos cubrirlo con nuestras manos. Anímate y entra al asombroso universo de los negocios globales.

Ya no hay pretextos, cualquiera de nosotros puede encontrar una oportunidad. En un comienzo sentirás temor, pero continúa y sigue creyendo firmemente. Desarrolla tu Plan de Negocios para que tengas una guía y no pierdas el rumbo. Busca asesoría de personas con experiencia que te ayuden a aterrizar tus ideas. Define el mercado meta y entiende sus necesidades, escúchalo. Atrae a gente capaz y entusiasta para que labore contigo. Una vez que inicies tu negocio, analiza el ambiente que te rodea y desarrolla una visión a largo plazo. Prevé una fuerte competencia local y extranjera y prepárate para enfrentarla. Acércate al gobierno municipal, estatal y federal y conoce los apoyos que existen para las pequeñas y medianas empresas. En todo momento crea una red de contactos y busca alianzas estratégicas. Apuesta por ofrecer el mejor producto o servicio y logra su diferenciación. Lo más importante, recuerda tener paciencia, conducirte con valores y cumplir con tu compromiso social.

Cuando esté consolidada tu empresa o cuando lo creas pertinente, conviértete en un emprendedor global. No importa el tamaño de tu negocio, puedes adquirir insumos de varios países, enviar lo relacionado con tecnología de información a la India o China,

contratar los servicios de empresas mexicanas, en fin, todo lo que te permita ser más eficiente en tus procesos y el enfocarte en la parte central del negocio. Da el salto hacia una compañía de clase mundial. No olvides que siempre aprenderás de esta experiencia. Aunque algunas veces será costosa, sino arriesgas, jamás sentirás la adrenalina de administrar tu empresa y la satisfacción de ver que tu producto o servicio es disfrutado por alguien más.

CARTA 52

26 de marzo, 2008

China es el extenso territorio que esconde misterio y conocimiento en sus ciudades, en su campo y en su gente. Únicamente aquel extranjero que comparta la cultura, que busque incansablemente y se acerque al espacio donde no hay rasgos físicos u otras barreras que se perciban porque lo único que existe es el ser humano, podrá apreciar una pequeña parte del milenario legado de esta civilización. César Bustos Mendoza es uno de ellos y en esta carta nos hablará de su búsqueda de las artes marciales chinas, desde el lugar donde nacieron y florecieron.

César es un entusiasta del camino del autodescubrimiento y superación. Desde pequeño su mamá lo encauzó en el deporte. En la adolescencia se encontró al Wushu, una simplificación deportiva de las artes marciales chinas. Al entrar en este fascinante mundo ha encontrado la paz interna, la armonía y la belleza; que le formaron la ilusión de venir a este país.

En China ha encontrado un ambiente abundante y maravilloso, amigos entrañables y experiencias inolvidables. Comenzó con clases opcionales para extranjeros en la universidad, luego buscó grupos

chinos dentro del campus y fue conociendo varios maestros muy buenos. Casi no dormía de todo lo que hacía diariamente para entrenar, incluso buscó en gimnasios, en otras escuelas y en ciudades como Nanjing y Beijing.

Aconseja tener cuidado porque al ser extranjero te cobran más o a veces los maestros no son lo que esperas. En un principio, muchas veces sintió frustración al sólo poder imitar movimientos y no entender el idioma. Al querer aprender de la forma tradicional en China, es necesario conocer muchos conceptos que los chinos captan de inmediato, aunque el significado profundo no lo comprendan porque eso toma tiempo. Con paciencia y buenos amigos que le han apoyado, unido a su mejor manejo del chino mandarín, ahora se siente parte del grupo en el que participa, lo aceptan y está más activo.

Recomienda a los mexicanos que deseen encontrar conocimiento de artes marciales chinas, lleguen con objetivos específicos de lo que quieren aprender, qué estilo y de qué región, y sobre esa premisa enfocarse. En occidente se cree erróneamente que entre más estilos o formas se conozcan es mejor porque te hace más versátil, pero aquí es distinto. Es conveniente aprender algo de chino mandarín o al menos inglés; después se toma un avión a China, se hace un programa de actividades según el tiempo que se disponga, se contacta a los maestros y se trata de economizar al máximo para permanecer más tiempo. Para no equivocarse de maestro se necesitan referencias y ver si el estilo que enseña se acomoda a uno.

Otra opción es gastar más dinero e ir a las escuelas de educación física donde acepten extranjeros como las de Beijing, Nanjing o Shanghai, aunque el conocimiento es algo superficial y muy costoso, no es lo más óptimo.

César concluye que lo mejor es no buscar tanto y tomar una de las múltiples opciones que se ofrecen en China, no sólo las más populares como el Shaolin o el Tai Chi. Lo ideal tal vez sea el aprender con un profesor alguno de los estilos tradicionales e inscribirse a una escuela para extranjeros donde también se enseñe idiomas y convivas con diversas culturas.

Para finalizar, comenta que las artes marciales chinas le darán un encanto especial a los Juegos Olímpicos. Al ser vistas como algo menos misterioso y más real en el medio deportivo, beneficiará mucho a los practicantes del mundo. Es un reflejo de su cultura, con todo y su ritmo acelerado y sus negocios, China aún conserva lo atractivo y seductor de la tradición de las artes marciales, un legado para la humanidad.

CARTA 53
2 de abril, 2008

Cada vez más jóvenes mexicanos que estamos en China aportamos nuestra experiencia y motivación para acrecentar las relaciones entre ambos países. En la amena plática con el taxista, en la visita a una empresa o en la reunión con los compañeros, dejamos una impresión de México y de nuestra gente. Estamos logrando un verdadero intercambio cultural.

Sucede algo muy interesante. En este momento muchos de mis amigos y amigas chinos están esperando la carta de aceptación para realizar su maestría en otro país, principalmente en universidades de Estados Unidos. Su sueño es viajar, aprender y aprovechar al máximo su estancia en el extranjero para regresar y apoyar el desarrollo de

China. Así, tienen la oportunidad de convivir con personas de otras culturas, estudiar en las mejores instituciones en el mundo y aplicar lo aprendido en beneficio de su sociedad. No se detienen, cumplen con todos los requisitos y muchos de ellos buscan becas para financiar su estancia.

Al igual que en este país, el futuro exitoso de México está en la educación. Es la mayor responsabilidad que compartimos los mexicanos. Aspectos positivos de la educación impartida en China es, por ejemplo, el fomentar la disciplina dentro del salón de clase, el respeto al maestro, la competencia, el deporte y las artes; un enorme orgullo y amor por la historia y el capacitarse continuamente. También es importante el memorizar, aunque debe acompañarse con comprender el material estudiado. Muchas de estas características tienen su origen en la enorme competencia que se vive en China, aunque podemos aplicarlas en México para prepararnos mejor.

El propósito es tomar lo positivo de la forma de enseñanza de cada país. La familia tiene una gran responsabilidad en este proceso. La educación debe de acompañar la teoría con la práctica. Por ejemplo, si a nuestros niños les enseñamos a ahorrar su domingo y se les demuestra que después de un tiempo pueden adquirir lo que ellos quieren. Si se invita a un amigo extranjero para que los pequeños hablen sobre nuestro país y apliquen sus clases de inglés y de Historia de México. Al reciclar en nuestro hogar y observar todo el proceso hasta que se entrega el material en la empresa. Inscribiéndolos en cursos de piano, pintura, deportes y mostrando los avances a otras personas. Participando los integrantes de una familia en la solución de problemas que se presenten en el hogar. Si se fomentan la lectura y el pensamiento crítico y constructivo, dejando muy en claro que no todo lo que se presente en los medios es verdad, y que siempre será bueno investigar en distintas fuentes para

llegar a nuestras propias conclusiones. Haciendo prácticas profesionales en compañías o realizando servicio social donde se aplique la teoría vista en clase.

En las universidades donde se tienen alumnos de varias carreras, es importante continuar con su integración en grupos multidisciplinarios. Conociendo previamente su perfil e interés, se envían equipos de alumnos de mercadotecnia, comercio internacional, ingeniería en sistemas, finanzas, entre otras; para aplicar sus conocimientos en una pequeña o mediana empresa. Así se fomenta la competitividad.

En la educación está nuestro presente y futuro. Nos ayuda a obtener mejores puestos de trabajo, a hacer negocios a nivel mundial, a mostrar a México como un mejor destino de las inversiones, a erradicar la pobreza y la inseguridad, a explicarnos nuestro mundo.

CARTA 54
9 de abril, 2008

Cualquier empresa del ramo alimenticio que desde hacer negocios en China tiene que entender los hábitos de consumo de la sociedad. La comida china es muy variada y los gustos cambian entre regiones. Habrá productos mexicanos que requieran una mayor tropicalización que otros; incluso existen aquellos que se perciben con mayor potencial para ofrecerse en determinadas provincias.

La comida es un elemento importante en su cultura. Una gran variedad de platillos se ofrecen durante las reuniones familiares, en sus celebraciones, y en los banquetes que organiza la contraparte china en visitas a empresas o durante el proceso de negociación.

Los chinos tienen tres comidas al día. El desayuno aproximadamente entre 7:00 y 8:00 a.m.; la comida entre las 11:30 a.m. y 12:00 p.m. y la cena alrededor de las 6:00 p.m., aunque muchas personas que trabajan lo hacen después de esa hora.

Durante el desayuno, la gente mayor acostumbra ingerir comida china tradicional, como son los tallarines o un platillo hecho de arroz hervido. Los jóvenes ahora consumen pan y existe una mayor aceptación de la leche y el yogurt. En ciudades como Shanghai o Beijing, por el mejor nivel de vida y la influencia extranjera, se está dando gran importancia a tener una alimentación saludable que incluye elementos que no son típicamente chinos.

Durante la comida es muy común que se consuma arroz, tallarines, pescado, pollo o carne de puerco. La carne de res les gusta sobre todo a los jóvenes y es común encontrar brochetas en puestos callejeros o en mercados al aire libre. Después de comer, es muy usual tomar fruta, por ser saludable. Sin embargo, por el acelerado ritmo en las ciudades se están modificando los hábitos de consumo; es frecuente que las personas con enorme carga de trabajo o estudio prefieran comer en restaurantes de comida rápida.

Durante la cena, cuando preparan sus alimentos en casa, muchas veces toman lo mismo que en la comida por lo práctico que resulta. Además, en algunas ocasiones comen algún *snack* antes de dormir.

Por otro lado, los extranjeros variamos entre comida oriental y occidental. Generalmente la comida china es más económica y se puede encontrar en todos lados. Su gran variedad satisface diversos gustos. Aquellos extranjeros provenientes de países asiáticos se adaptan de mejor manera al sabor de la comida china. También

existen muchos restaurantes japoneses y coreanos en las principales ciudades.

Para tropicalizar el producto al gusto de los chinos es fundamental desarrollar una investigación de mercado y llevar a cabo degustaciones. Por ejemplo, en la provincia de Sichuan (al oeste) prefieren los alimentos picantes y las empresas adaptan sus productos o los acompañan con salsas. En las discotecas o clubes nocturnos, algunos licores se combinan con té.

Cada vez una mayor cantidad de empresas del sector alimenticio se están enfocando en los chinos que adquieren productos saludables. Es muy atractivo este mercado por el acelerado crecimiento de este sector, causado por las mejoras en el nivel de vida de la sociedad, y por la creciente importancia que se le da en todos los medios a la salud – no solamente a raíz de las concepciones tradicionales de la medicina china (que es preventiva), y a la promoción del gobierno por el consumo de alimentos con alto valor nutricional, sino a factores negativos recientes como el SARS en el 2003.

El sector alimenticio tiene un gran potencial, las empresas mexicanas tienen que entrar con decisión a este mercado. No olvides que si China continúa con su crecimiento y desarrollo económico y adquiere una mayor relevancia a nivel internacional, como diversos reportes lo muestran, es positivo que estemos preparados y entendamos las oportunidades que esto trae para México.

CARTA 55

16 de abril, 2008

El 2008 seguirá siendo un año muy agitado para China. Se cumplen treinta años de reformas económicas que hasta el momento han sido muy exitosas, continúa el crecimiento en la importancia de este país a nivel mundial, se aproximan las Olimpiadas, se presentan disturbios en el Tíbet, se introducen nuevas normativas que afectan a las empresas locales y extranjeras, y existe un incremento en la inflación, entre otros factores que interfieren en su economía.

Este resurgimiento de China, la India y una mayor presencia de otros países asiáticos está ocasionando cambios a nivel mundial. Algunas naciones tendrán que ceder parte de su poder a las que se perfilan como nuevas potencias. Ya estamos viviendo una fuerte competencia por asegurar el abastecimiento de recursos naturales que soporten su crecimiento. África y Latinoamérica son regiones estratégicas.

Cuando se estudia la política y relaciones internacionales nos damos cuenta que todo es más complejo de lo que parece. Siempre hay intereses detrás de cada acción que lleva a cabo un país. Aquí en China, me doy cuenta de la importancia de ser crítico a la información que se genera en su interior y en occidente. Lo mejor es leer distintas versiones, investigar y obtener nuestras conclusiones. Para cualquier tema siempre existirán opiniones encontradas. Al hablar sobre el Tíbet o Taiwán es necesario considerar lo que representan esas regiones para los intereses de China y otras naciones. Para este tipo de análisis, por ejemplo, debemos incluir lo estratégico del territorio que se estudie, sus recursos naturales, la importancia para la seguridad nacional y para mantener la unidad de un país. Estos elementos son considerados por los líderes a nivel internacional en su toma de decisiones.

Las Olimpiadas de Beijing 2008 mostrará la China actual, todavía desconocida en gran parte de occidente, y expondrá el potencial para continuar su desarrollo e influenciar aún más el curso de la economía mundial. Un posible boicot, como se ha estado manejando en los medios, traería consecuencias graves. La sociedad china no sólo se cohesionan ante este tipo de hechos, también se distancia de la comunidad internacional.

Aunque es cierto que la economía mexicana en diversas industrias no es complementaria a la china, debemos confrontar la realidad y apostar por fortalecer nuestras empresas, diferenciar nuestros productos, trabajar arduamente, negociar con este país y aprovechar las oportunidades que ya he mencionado en otras ocasiones.

La sociedad china tiene el mismo derecho que cualquier otra para desarrollarse. El Banco Mundial está preparando un nuevo estudio sobre la pobreza medida en un dólar por día. En el mismo, se hará una corrección a reportes anteriores y se hablará de aproximadamente el 59% de la población china que ha salido de la pobreza durante las reformas económicas. Pero no es lo único sorprendente: también señala que en el 2007 China contribuyó más que cualquier otro país al Producto Interno Bruto (PIB) global y al comercio internacional. Esta tendencia se prevé que continúe.

Los chinos con los que convivo creen en su gobierno porque han sentido los cambios. Todavía viven muchas de las personas que no tuvieron qué comer y que ahora pueden alimentar a sus familias, y aquellas que han visto surgir modernas ciudades. Ellos saben que existen problemas muy grandes que solucionar. Tanto en oriente como en occidente debemos de hacer un mayor esfuerzo por ser más abiertos, tolerantes y tratar de entendernos. Siendo de culturas y de formas de pensar distintas, existe mucho qué aprender.

CARTA 56

23 de abril, 2008

Alberto Medina Almazán nació en San Luis Potosí y es economista por el ITESM, Campus Monterrey. Ha realizado investigaciones y pronósticos de precios de *commodities* y bienes raíces en este país. A sus veinticinco años, labora en el Departamento Internacional de Donghai Securities, convirtiéndose en una de las pocas personas de habla hispana en el mercado financiero chino.

Alberto Medina nos dice que fue a principios y mediados del siglo XX cuando China llegó a tener uno de los mercados financieros más importantes en el mundo. Sin embargo, el desarrollo del Shanghai Stock Exchange de mediados del siglo pasado fue suspendido por la guerra civil, la guerra sino-japonesa y el sistema comunista. A partir de 1978, con el inicio de las reformas económicas por Deng Xiaoping, se crearon los incentivos que se convirtieron en el principal motor de la dinámica china de finales del siglo XX y principios del XXI. Realmente importaba el esfuerzo extra, porque los excedentes podrían ser comercializados. Con el permiso para operar empresas privadas vía esquemas mixtos llegó el desarrollo del mercado financiero chino.

Alberto explica que a partir de 1990 comenzaron a funcionar las dos bolsas de valores chinas, una en Shenzhen y otra en Shanghai. La necesidad de fondear proyectos de inversión de empresas por vías alternas a los créditos bancarios, fue el principal detonante de estos mercados. Además, debido a la idiosincrasia China la demanda por acciones era muy alta y la comercialización podría compararse con la venta de billetes de lotería o bingo (incluso en estos tiempos).

Nos comenta que el mercado financiero chino ha tenido una

evolución constante desde su nueva creación en 1990. Los únicos individuos e instituciones permitidos a invertir eran aquellos con nacionalidad china. Posteriormente se creó una nueva clase de acciones en las cuales los extranjeros que fueran capaces de abrir una cuenta en este país podrían participar, con la limitante de que fueran denominadas en dólar americano si estaban enlistadas en Shanghai, o en dólar de Hong Kong si estaban enlistadas en Shenzhen. A este tipo de acciones se les llama “B Shares” o Tipo B.

Desde el 2002 existe un nuevo esquema que permite a instituciones financieras extranjeras el invertir en acciones denominadas en yuan, llamadas “A Shares” o Tipo A. Este sistema es el QFII (Qualified Foreign Institutional Investors). Actualmente hay 54 instituciones aprobadas para invertir en este tipo de acciones. Para aplicar por cuota, la institución autorizada debe cumplir con los requisitos de calificación, posteriormente aplica ante la CSRC (China Securities Regulatory Commission) y una vez aprobada, la institución aplica a la SAFE (State Administration of Foreign Exchange), la cual asigna o ratifica el tamaño de la cuota permitida a invertir.

Alberto Medina expone que la razón por la cual China y otros países aplican este tipo de controles a los flujos de inversión en el mercado de capitales, se debe principalmente para protegerse de movimientos especulativos que puedan dañar su economía, como lo sería un flujo masivo de capitales al exterior. Esto sucedió principalmente en Corea del Sur y Tailandia en 1997.

Para finalizar, explica que en la actualidad los fundamentos económicos señalan que la moneda china tiende a apreciarse, por lo cual un escenario de una posible depreciación vía flujo masivo al exterior es casi imposible. Además, con la entrada a la Organización Mundial de Comercio, China deberá ir aplicando reformas que

permitan una mayor apertura de su sistema financiero; por supuesto no lo harán al ritmo que Estados Unidos demande, lo harán al ritmo que el pueblo chino lo requiera.

CARTA 57
30 de abril, 2008

El crecimiento de Asia exige a México actuar con decisión. La región es vibrante por China, la India y la fortaleza de Japón, Corea del Sur y Singapur; todo esto unido a los varios países del sudeste asiático que están recibiendo la manufactura que llega en busca de menores costos de producción. Se puede continuar con un rápido crecimiento y alcanzar un beneficio común, aunque vivirán una mayor competencia por recursos naturales y la responsabilidad de proteger el medio ambiente.

México debe llevar acabo acciones concretas para no quedar rezagado. Es necesario diversificar nuestras exportaciones e inversiones. Las empresas deben buscar nuevos mercados, y Latinoamérica es una excelente opción. Hemos descuidado el liderazgo que tenemos en la región y de acrecentar los lazos apoyándolos en nuestras similitudes. Además, previendo una mayor competencia de aquellas compañías que se están expandiendo o surgiendo de los países con economías emergentes, se requiere apostar a la competitividad y confrontarlas en otros mercados.

También es importante continuar con una promoción activa de México en el exterior. Países como Japón o Singapur que dependen de la importación de insumos y alimentos, están buscando diversificar y asegurar sus fuentes de suministro. Se presentan oportunidades para la atracción de inversiones y exportación, siempre y cuando

conozcamos lo que México ofrece y lo empatemos con lo que se demanda. El mundo que nos espera es un lugar donde existirá una mayor competencia por los recursos naturales. Están en nuestro territorio, de aquí la importancia de administrarlos de manera sostenible y honesta.

China está en los medios y vemos lo fácil que es señalar los problemas que enfrenta. Sin embargo, no cometamos el error de distraer nuestra atención de los desafíos que vive nuestro país y que también requieren solución. Estudiemos sobre otras culturas y de ser posible viajemos alrededor del mundo, obtengamos lo positivo de cada una de ellas y una visión más amplia de nuestro entorno.

No atentemos contra el bienestar de nuestra sociedad a costa de nuestro beneficio personal. Aunque nadie se de cuenta, el daño es para nuestro país y el futuro de nuestros hijos. El que hoy disfrutemos de ciertas comodidades no significa que siempre gozaremos del mismo nivel de vida. Varios países asiáticos lo han entendido, a parte de castigar enérgicamente la corrupción, sus jóvenes trabajan incansablemente por mantener o mejorar su entorno y calidad de vida.

Es necesario unir esfuerzos entre la universidad pública y privada, investigadores, empresarios, sociedad, medios de comunicación y gobierno. Llevemos soluciones concretas y a largo plazo a las personas que no tuvieron nuestras oportunidades. Ofrezcamos estrategias y recursos a las empresas pequeñas y medianas para fortalecerlas. Impulsemos a las grandes para que lleguen a ser multinacionales, como lo hace el gobierno chino. Por su parte, estas compañías tienen una enorme responsabilidad, el ofrecer empleos bien remunerados y el hacer un esfuerzo por adquirir insumos mexicanos para apoyar a la economía nacional.

Tanto en la familia como en las instituciones educativas, inculquemos a nuestros hijos una actitud trabajadora, competitiva y fomentemos los valores humanos. Unámonos a partir del amor que sentimos por nuestra historia, símbolos patrios, héroes y personalidades que han puesto en alto a México. Visualicemos un futuro exitoso, creamos que es posible alcanzarlo y trabajemos incansablemente hasta obtenerlo. Demos soluciones concretas a la gente que las ha esperado, y busquemos dar el salto de un país subdesarrollado a uno desarrollado.

CARTA 58
7 de mayo, 2008

En occidente se construye paso a paso hasta llegar a la meta, es decir, vamos de lo específico a lo general. Por ejemplo, si queremos aprender un baile, practicamos partes del mismo y al final las unimos. En China es distinto, inician en lo general y continúan con lo específico.

Al aprender artes marciales en este país, el profesor muestra la forma completa y los estudiantes van imitando sus movimientos; al terminar ven los detalles y ofrece una explicación. Lo mismo ocurre al estudiar chino mandarín: se inicia con lecturas y hasta el final del capítulo se detalla la gramática.

Pienso que esto explica el desarrollo de China. La economía de este país creció rápidamente desde 1978 hasta el 2008 para completar lo general, ahora viene el momento de enfocarse en lo específico. A los ojos de occidente esto puede significar que la economía china está en riesgo; sin embargo yo ofrezco otra explicación: son formas distintas de hacer las cosas.

Después de treinta años de reformas y rápido crecimiento económico, llega un momento de cambio que el gobierno chino nombra como la “perspectiva científica” sobre el desarrollo. Algunos temas específicos que adquieren enorme relevancia tienen que ver con el fortalecimiento del sector financiero, la protección del medio ambiente, uso eficiente de la energía, calidad en los productos y el incremento del estándar de vida de la población de la zona rural. Para lograrlo, habrá modificaciones en la estructura del gobierno, se implementarán nuevas leyes, se promoverá el uso de tecnología y se pondrá en práctica la innovación.

Así, China seguirá transformándose no sólo internamente, sino en la manera en que se proyecta al exterior. En el mundo, se irá cambiando la idea de que los productos de origen chino son de baja calidad y se comenzará a saber de aquellos que están dando el salto hacia artículos de mayor valor agregado y tecnológico. Por otra parte, los cada vez más altos costos en los insumos, los mayores estándares de calidad y ambientales, además de otras regulaciones, leyes y características del mercado, influirán en el proceso de selección en donde sobrevivirán aquellas empresas competitivas. Incluso varias compañías que estaban instaladas en el este de China, se están desplazando a regiones del centro y oeste o moviendo al sudeste asiático en busca de menores costos de producción.

En la actualidad, el gobierno está favoreciendo principalmente la entrada de empresas de alta tecnología, al mismo tiempo que busca frenar toda aquella manufactura que no ofrezca valor agregado. También está otorgando incentivos para atraer inversiones a las regiones del centro y oeste para impulsar su desarrollo. Es sorprendente analizar los planes y las estrategias que se implementan en este país, siempre pensando en el mediano y largo plazo.

Así, podemos concluir que el crecimiento de China en los próximos años ya no será tan rápido. Comenzaremos a escuchar de empresas chinas invirtiendo en otros países y posicionando marcas globales. Veremos a un gobierno enfocado en reducir la brecha entre el este desarrollado y las regiones del centro y oeste que aguardan cada vez más impacientes por mayores cambios. Se buscará normalizar las relaciones con el Tíbet y Taiwán, apoyándose en el principio de “Una sola China”. Japón tendrá cada vez un mayor acercamiento con este país, basándose en el beneficio mutuo y de la región, y tratando de subsanar el pasado. Seguirá creciendo la clase media y la influencia de China en el mundo será mayor. Por lo pronto, este año es muy probable que veamos el primer triunfo anhelado por su sociedad: el ser el mayor ganador en las Olimpiadas de Beijing 2008.

CARTA 59

14 de mayo, 2008

Menciona el Banco Mundial que políticas de promoción más activas y un mejor entendimiento del funcionamiento del mercado en la economía china, pueden ayudar a Latinoamérica y el Caribe a tomar plena ventaja de las oportunidades de crecimiento.

En esta carta Jorge Guajardo, Embajador de México en China, nos hablará de las acciones que está llevando el gobierno de nuestro país en ese sentido. La encomienda que tiene en la nueva administración es incrementar la presencia de México en China en todos los ámbitos de la relación bilateral. Se trata de lograr mayores vínculos de inversión, comercio, cooperación económica, científico-técnica, cultural y educativa. Esta administración busca alcanzar un mayor de acciones prácticas y útiles para los pueblos de ambos países, como

el proyecto ya concretado en este año del vuelo directo Tijuana-Shanghai, el cual incrementará las vinculaciones tanto comerciales como políticas.

El Gobierno del Presidente Felipe Calderón tiene como prioridad equilibrar la balanza de México y fomentar el comercio justo para que ello redunde en la creación de empleos y un sano crecimiento económico. La Embajada de México trabaja muy activamente en la promoción de las inversiones de las grandes corporaciones chinas en nuestro país. El primer enfoque ha sido en el sector automotriz de China, pero sin descuidar otros sectores como las telecomunicaciones y electrodomésticos. Se trata de mostrar las grandes ventajas que tiene México como un gran centro de manufactura de calidad y donde se pueden distribuir las mercancías con facilidad, aprovechando al máximo la red de 44 tratados comerciales vigentes.

Asimismo, nuestro gobierno fomenta las exportaciones a China bajo diversos esquemas de apoyo que se ofrecen a los empresarios mexicanos. Existen varios tratados comerciales con China en materia de cooperación económica, comercial, cultural, educativa y turística. Además, se trabaja actualmente en la posible firma de un Acuerdo para la Promoción Recíproca de las Inversiones. Con estas dos acciones - atracción de inversiones y fomento a las exportaciones - se busca equilibrar la balanza con China y lograr un comercio bilateral equitativo para ambas partes que redunde en nuevos y mayores empleos para los mexicanos.

El Embajador Jorge Guajardo ve a la cultura como la base fundamental y la máxima premisa de un pueblo, entre más conocida sea la cultura mayor es su contribución al desarrollo social. Es por ello que la promoción y la difusión de la cultura mexicana en China es una de las tareas más importantes que se tienen en la Embajada. En

este mismo contexto y hablando de intercambios académicos, resulta de igual importancia el establecimiento de acciones concretas que lleven a impulsar el intercambio de estudiantes, visión que en el presente demanda el conocimiento del idioma chino y su cultura como una de las llaves que abrirán el camino a las oportunidades del mañana.

A partir de los comentarios del Embajador podemos concluir que los vínculos continuarán reforzándose; incluso se está trabajando para que la visita del Presidente Felipe Calderón a China tenga lugar previo a las Olimpiadas de Beijing.

Esta voluntad por enlazar ambos pueblos se puede acelerar a partir de acciones concretas y coordinadas entre el sector público, privado, centros de investigación y el fomento del estudio de otras culturas tanto en la familia como en la escuela. Así se enriquece y mejora la sociedad.

Con decisión y metas claras de lo que queremos lograr, tomemos plena ventaja de las oportunidades de crecimiento en China.

PARTE II

CHINA OLIMPICA

China en su fiesta

Llegué a China en el 2000. Cuando anuncié mi decisión en mi trabajo de aquel entonces, la reacción fue de incredulidad. ¿A China? ¿Quién va a China? ¿Qué hay en China, qué vas a hacer allá? Eso fue hace tan sólo ocho años.

Cuando llegué, viví durante meses en un pueblo en donde yo era el único extranjero – ya no digamos el único mexicano - dando clases de inglés en secundarias y preparatorias. Al caminar por la calle, la gente me pedía tomarse fotos conmigo; actué en un par de películas y hasta hicieron un programa especial de televisión acerca de mi vida en China. Luego me fui a vivir a una ciudad más grande: Hangzhou, capital de Zhejiang (se pronuncia che-chiang) una de las provincias más prósperas de China. Una ciudad de 5 millones de habitantes, en donde había tres mexicanos más. Nadie venía nunca de México.

En Hangzhou seguí trabajando como maestro, más tarde como traductor e intérprete, y tras mucho tiempo, abrí primero el programa de intercambios estudiantiles del Tec de Monterrey, y luego el Programa de Formación de Negocios México-China del Gobierno Federal. Abrí un restaurante mexicano con uno de mis estudiantes, y otro con mi pareja (china). En estos días, vienen miles de mexicanos al año: de visita, de estudios y de negocios. Todos hablan de China, todos quieren venir y hacerse millonarios, “vendiéndole un lápiz a cada chino”. Es una especie de Fiebre del Oro del siglo 21.

En sólo ocho años.

Hace ocho años nadie hablaba ni prestaba atención a China, hoy todos la buscan y se amontonan a sus puertas. Nunca olvidaré el día en pleno invierno en que se anunció que China ganaba la sede de las Olimpiadas del 2008: fue una fiesta nacional de proporciones épicas. La gente salió a las calles, todo alrededor de mí era una celebración de la gente que sentía que su país, por primera vez en mucho tiempo, lograba una gran victoria en el escenario mundial. Algo como lo que nunca he visto en México. Algo espontáneo, no fabricado. Desde entonces, ha habido muchos otros avances, acompañados desde luego de un gran número de problemas.

Pero la fecha ha llegado. Es su fiesta. Saben que aún tienen mucho por hacer, pero están entusiasmados con el reto. Veamos la fiesta. Y aprendamos algo.

China en su fiesta – acto primero

Espero que haya visto la ceremonia de inauguración de los Juegos Olímpicos (<http://en.beijing2008.cn/ceremonies/>). Es algo digno de comentarse por muchas razones.

El espectáculo en sí mismo fue magnífico y de clase mundial, como ya han estado escribiendo los medios de todo el mundo. En él se pueden leer toda clase de subtextos, como algunas personas sin duda ya lo están haciendo (nacionalismo, disciplina militar, etc.).

Pero si lo que queremos es aprender algo menos superficial acerca de China, más allá del impresionante diseño de colores, y de la coordinación y disciplina exhibidos, es importante ver el *contenido* del espectáculo.

Las tres partes (presentación, China antigua y China moderna) incluyeron todos los puntos de la retórica china actual; en especial la tercera parte, donde por medio de las diversas imágenes se mostraron los puntos de: sociedad armónica, esperanza en el futuro, compromiso con la naturaleza y con la comunidad de las naciones. Esto era de esperarse, y cualquier país muestra lo mismo en un evento de estas características.

Ahora, dejemos de lado por un momento los lugares comunes del creciente nacionalismo y el temor que ahora nos debe inspirar China como dragón que despierta, y veamos lo que mostro ese país como sus bases fundamentales, en la parte que he llamado China Antigua: Arte (pintura y caligrafía), Educación (los eruditos y las historias tradicionales) y Unión (la conexión con el mundo a través de la Ruta Marítima de la Seda). Me quiero enfocar en el segundo de estos puntos.

Por milenios, la sociedad china ha considerado la Educación como la forma más deseable de movilidad social, y es proverbial su dedicación al estudio. Las mejores universidades de Estados Unidos, Europa y Australia lo pueden constatar en tiempos modernos, donde rutinariamente alumnos chinos obtienen los más altos honores. Lo que hay que entender, es que ésto – y otras muchas partes de la cultura china, como la disciplina y el trabajo duro – no son ni remotamente producto de imposición ni del periodo comunista, como muchos parecen pensar aún. Es parte orgánica de su cultura y ha sido reforzada por milenios. Los ‘3000 discípulos de Confucio’ que aparecieron en la inauguración hicieron eco de pensamientos que en el siglo V aC, ya los plasmaba Mencio (estudiante de Confucio) de esta manera:

“Si se permite que los campesinos trabajen las tierras sin ser molestados, aún las familias más grandes no padecerán hambres. Si se pone cuidadosa atención a la educación en las escuelas de cada pueblo, nunca verás a un anciano caminar bajo pesadas cargas en los caminos.”

La persistencia del pasado

Hablaba ayer sobre la importancia en la cultura china de mostrar su historia como fundamento de su cultura. Si bien el lector puede aseverar que esto es verdad en todas las naciones, estamos hablando aquí de una cuestión de grado.

Es cierto que no se puede comprender la cultura de un país sin saber de su historia, pero cuando afirmamos esto, generalmente lo hacemos como observadores de un país ajeno al propio. En el caso de China, ellos mismos son intensamente conscientes de su historia y su relevancia en su presente y futuro.

El orgullo nacional chino al que se ha hecho referencia de forma reciente (y del que muchos comentaristas dicen tener miedo) no es solamente resultado del estereotípico ‘régimen comunista obsesionado con la gloria nacional’. Veamos dos hechos que han formado el pensamiento chino, uno en la China clásica y el otro en la historia moderna.

China fue, por milenios, hegemón cultural (y militar) en su zona geográfica. Aunque es cierto que fue derrotada e incluso conquistada por naciones vecinas (mongoles, manchús, tártaros-turcomanos) varias veces, su superioridad cultural no fue puesta en tela de juicio por más de 3,500 años. Esto fue lo que llevó al desarrollo del famoso concepto del ‘País Central’ y a su convicción de superioridad como

civilización, cuyas relaciones con naciones vecinas fue, durante milenios, exclusivamente del tipo soberano-vasallo.

Esto terminó abruptamente a mediados del siglo XIX, cuando los países europeos, en plena expansión imperial, arribaron al Asia y derrotaron, primero militarmente y luego de forma sutil (administrativamente) a China y a todos sus vecinos. De aquí, desde las Guerras del Opio y hasta finales de la Segunda Guerra Mundial, siguió lo que en la retórica china moderna se llama 'El Siglo de Humillaciones' a manos de potencias extranjeras. Esto concluyó con Mao Tse-Tung llevando a China en una nueva dirección, finalmente independiente, a partir de 1949.

Pero aún a finales de los 70s, China era un país abyectamente pobre y atrasado, por la infinidad de dificultades estructurales de su economía y política.

Hoy, solamente 30 años después, China es la fábrica del mundo y además, anfitrión de las Olimpiadas. Su pueblo está justificadamente orgulloso del camino recorrido. Es algo que quieren mostrar al mundo, y en sus propios ojos, es una reafirmación de amor propio, esperada por 150 años.

¿Quién entiende a los chinos?

TBWA los entiende. Pero antes de pasar a ver quién es TBWA, recordemos la frase del escritor e inventor chino Lin Yutang en *My Country and My People* (ISBN 7560014224), su excelente libro de introducción a la cultura china:

“Los chinos, en tiempo de paz, somos como los dedos extendidos de una mano, cada quien apuntando en una dirección, como tratando de alejarse los unos de los otros. Pero en tiempo de guerra, o cuando un obstáculo nos amenaza, esos mismos dedos se cierran en un puño.”

La unión en la adversidad, común en todos los grupos humanos, es particularmente fuerte en la sociedad china, cuya historia está repleta de ejemplos admirables, como cuando las comunidades de restauranteros y pequeños empresarios de San Francisco y otras partes de EUA, colaboraron con docenas de millones de dólares a la resistencia durante la guerra sino-japonesa (1937-45) y más recientemente, con los miles de millones de dólares que recaudaron chinos de todo el mundo para la ayuda de las víctimas del terremoto de Sichuan.

Las Olimpiadas no son la guerra, pero son un simulacro amistoso de la misma, en la que el orgullo nacional de todos se juega de una forma constructiva. Son además oportunidad excelente para los comerciantes para explotar estos sentimientos, y en los últimos meses, es evidente la saturación de temas deportivos en los anuncios de todos los productos imaginables, desde pizzas hasta televisiones.

Desde luego, todos los grandes jugadores extranjeros (KFC, Coca Cola, Visa, Pizza Hut, Nike, McDonalds) también han tirado la casa por la ventana, contratando como sus portadores de imagen a los iconos chinos del deporte: Liu Xiang (el rey de los 110 metros con obstáculos), Yao Ming (la estrella de baloncesto de la NBA), Jackie Chan y un largo etcétera.

(<http://www.nypost.com/seven/04022008/photos/bus0d.jpg>)

Pero en particular, ha sido un espectacular anuncio de Adidas el que ha llamado poderosamente la atención de la gente, por la increíble forma de conectar y expresar gráficamente el sentimiento chino.

Usted puede ver el anuncio en alguna de las páginas de videos de internet <http://br.youtube.com/watch?v=92B8s9l37Jc>, y ver cómo los atletas chinos juegan, apoyados en las manos y los cuerpos de millones de chinos, quienes los sostienen con entrega, como los portavoces de sus ilusiones.

TBWA es la agencia de publicidad - basada en Nueva York - responsable de este anuncio. Y demostrando que es posible entenderlos, y conectar con lo más profundo de sus emociones.

¿Quién entiende a los chinos? - parte II

En México, aparentemente, muy poca gente. China, últimamente, parece ser un tema del que muchos opinan como expertos, pero repitiendo solamente algunos lugares comunes (su economía crece al tanto por ciento, fabrican muchas cosas, etc.) y no mostrando ningún conocimiento íntimo. En estos días me ocuparé de algunos de los medios que hablan de China, y de las ideas erróneas o por lo menos incompletas, que se difunden por 'expertos'.

Empezando hoy por un tema más o menos trivial, leía ayer en el número de agosto de *Letras Libres* (versión electrónica - www.letraslibres.com/index.php?art=13111) un artículo en el que Juan Puig comenta sobre la importancia de decir y escribir Pekín en vez de Beijing. Personalmente considero esta controversia intrascendente, pero además de esto, Puig menciona que en chino, México se dice 'mo' y significa pincel, lo cual es falso.

Ahora bien, no es una falta importante ni un tema urgente, pero sí es un perfecto ejemplo del estado de la comentocracia mexicana en relación a China. Como hay tan poco conocimiento generalizado acerca de China en México, cualquier comentario con algún dato medianamente exótico, parece conferir un aura de erudición al autor. De hecho, creo que se busca más el exotismo de la nota que la veracidad de la misma. Esto se repite tanto en temas económicos como sociales, que son mucho más importantes y que trataré en artículos subsecuentes.

Pero como punto de interés trivial, terminaré este tema hoy: en chino, México se pronuncia aproximadamente “mo-shi-ko” y la palabra está compuesta de tres caracteres, que significan respectivamente ‘oscuro – oeste – hermano mayor’, pero en conjunto significan simplemente, el nombre de nuestro país. Ellos no nos consideran su hermano oscuro del oeste, como algunos estudiantes principiantes tienden a pensar, de la misma forma que nosotros no pensamos en un caballo de río cuando decimos la palabra ‘hipopótamo’ (*hippos*, caballo; *potamos*, río).

El estudio de un idioma nos dice mucho acerca de la cultura de quienes lo usan, y en especial el estudio del chino, por su propia naturaleza ideográfica y debido al hecho de que no proviene de ningún otro idioma sino que sólo se referencia a sí mismo, lo hace doblemente interesante: las palabras y frases están siempre cargadas de significados en donde el estudio de sus palabras es al mismo tiempo psicología e historia.

Aprender chino no es tan difícil como parece al principio, y es más útil de lo que se puede pensar ahora mismo.

China es perfecta, o terrible

Es raro ver comentaristas que sean objetivos. La gran mayoría puede dividirse entre los apologistas que loan sin restricciones, y los que atacan rabiosamente a China. Ambas posturas, obviamente, son tan incorrectas como el maniqueísmo *bushiano* que llegó a clasificar al mundo como 'los que están con nosotros y los que están en nuestra contra'.

China, debido a su tamaño y al peso específico que tiene hoy en el escenario mundial – demográfica y económicamente –, así como a su exotismo, rara vez encuentra comentarios libres de apasionamiento.

Quiero ser muy claro a este respecto: viviendo en China, he visto de primera mano sus graves problemas así como sus logros indiscutibles, y ambos deben de ser criticados en un caso, y estudiados en el otro.

En su artículo *El Imperio de la Represión*, en *Letras Libres* (www.letraslibres.com/index.php?art=13116), Isabel Turrent pinta un cuadro de China que bien se pudo sacar de la época de la Guerra Fría, en donde todo es oscuro y sombrío y los *apparatchicks* comunistas vigilan y oprimen a todo ciudadano, de forma kafkiana.

Es cierto que las zonas de minorías étnicas (en especial la tibetana y turca, donde ha habido serios disturbios) son zonas de conflicto constante. Yo estuve en Tibet y fui vigilado por militares que casi confiscan mis diarios de viaje. Y he visto la miseria en la que viven millones de personas en las provincias de Guanxi y Henan. Pero no son cosas que no haya visto también en la sierra Tarahumara, Oaxaca o Chiapas. No son diferencias de grado sino de volumen.

Turrent menciona que “Cualquier mención a ...Taiwán, Tibet o Tiananmén, puede paralizar una computadora o llenar la pantalla con un mensaje cortés...”. Su conocimiento proviene seguramente de cosas que ha leído, fuentes afines a su propia concepción. Hoy por la mañana pedí a mi secretaria que buscara ‘Tiananmen 1989’ en su computadora: encontró en menos de 5 minutos el artículo completo del sitio de la *Wikipedia*, el video del hombre frente al tanque (br.youtube.com/watch?v=O4xtp07ZqU), y un foro chino de discusión. Su computadora no se paralizó y la policía no ha llegado.

China, como cualquier otro país, tiene una historia compleja y las cosas que pasan en ella son resultado de inercias socio-políticas, realidades económicas, restricciones culturales, etc. (imposibles de analizar aquí sino de forma superficial). Quien quiera saber más puede informarse y leer artículos equilibrados como este (www.theglobeandmail.com/servlet/story/RTGAM.20080808.wessa.y0908/BNStory/International/home). Sesgar nuestras opiniones sólo agrava las cosas.

Hablando en ideogramas - I

La mayor parte de los estudiantes que vienen a China y por primera vez empiezan a estudiar el idioma se enfrentan con un tema realmente intimidante (y con métodos educativos muy diferentes a los occidentales), y no es sino hasta después de varios meses que sus miedos iniciales van desapareciendo. Yo tuve la misma experiencia.

Hay muchas preconcepciones acerca del idioma chino, pero sin duda la que más nos hace pensar que es algo casi imposible de aprender, es su forma de escritura. La mayoría lo concibe como algo increíblemente abstracto.

Sin embargo, el chino no es tan oscuro como puede parecer en un principio. La realidad es que *nuestra* forma de escribir es mucho más abstracta que el chino: cuando escribimos la palabra 'perro', no ponemos en el papel sino una serie de signos que indican sonidos, pero que de ninguna manera evocan al animal en cuestión. Cuando escribimos 'perro' en chino, hacemos un *dibujo* (que ha sido estilizado a lo largo del tiempo), que representa *gráficamente* a un perro.

De modo que, si uno puede aprender las partes componenes de los caracteres chinos (equivalentes a nuestras raíces griegas de las palabras), que son menos de 200, es mucho más sencillo empezar a entender la lógica detrás del idioma. Daré un par de ejemplos comparativos para ilustrar ésto.

En español, tenemos la raíz '*electro-*', que aplicamos a una gran variedad de cosas relacionadas con la electricidad. Pero NO es español, sino griego: *elektron* significa 'ámbar', y en el s. XVII fue adoptada al observar que el ámbar, al ser frotado, producía electricidad estática.

El idioma chino NO proviene de ningún otro. Hace miles de años empezó como un idioma puramente pictográfico (como el egipcio antiguo) y fue evolucionando en sofisticación, agregando nuevos significados y creando conceptos por la combinación de ideas básicas. Así, un dibujo de un rayo cayendo en el campo, significaba 'trueno', y el caracter se pronuncia aproximadamente '*tien*'. En el s. XVIII, los chinos simplemente tomaron este caracter antiguo y le asignaron, por extensión, el significado de electricidad

Ahora bien, si combinamos este '*tian*', con otras ideas básicas, tenemos: *tian-she* (electricidad-visión) que significa televisión; *tian-hua* (electricidad-palabras) que es teléfono; *tian-chi*

(electricidad-reserva) que es batería; o *tian-nao* (electricidad-cerebro), o sea una computadora.

El chino es un idioma extremadamente intuitivo, y como se puede ver, conceptualmente divertido.

Hablando en ideogramas - II

Una vez que uno puede superar los primeros obstáculos psicológicos, el chino se convierte en una lengua divertida. Siendo un idioma que no se referencia sino a sí mismo, tiene una coherencia interna y una lógica propia, que proviene en gran parte de las antiguas culturas agrícolas que definieron a este país por milenios. Esto nos da una idea muy gráfica de la historia de su pensamiento.

Por ejemplo, el caracter original para 'mujer' (*niu*), es un dibujo de una mujer de rodillas, con las manos cruzadas sobre su regazo, una actitud sin duda machista pero que corresponde con las estructuras de muchas sociedades antiguas.

Y adentrándonos más en nuestro estudio, nos encontramos otro caracter, pero en este caso compuesto: un dibujo de una mujer con un bebé en sus brazos. Este ideograma (*hao*), nos enteramos, no significa 'madre', sino... ¡'bueno'! La idea más cercana que encontraron los chinos antiguos para representar lo bueno fue, ¡una mujer con un bebé!

Esperando que nuestras lectoras más liberales no se indignen, nuestro siguiente ejemplo es: el dibujo de una mujer bajo un techo, una mujer dentro de su hogar (*an*). Esta es la representación del concepto de ... Paz.

Pero para que se pueda apreciar que los primeros chinos escritores no estaban solamente viendo maneras de limitar al sexo femenino y canonizando estas limitaciones en sus palabras, debemos ilustrar que por ejemplo, el caracter para 'hombre' (*nan*) es un dibujo de una persona trabajando arduamente en el campo, con un azadón.

Y siendo agudos (y cínicos) observadores de la naturaleza humana en su esfera social, vemos al caracter que representa a un ministro de la corte (*cheng*), que no es sino un dibujo de un hombre en traje oficial, postrándose ante su soberano.

Casi todo el chino antiguo es eminentemente visual, y podríamos seguir aquí enumerando casos como 'descansar' (*shiu*) que es un hombre al lado de un árbol; 'raíz' (*gen*) que es el mismo árbol pero con una línea en su parte baja, haciendo el énfasis, o 'bosque' (*lin*) que son dos árboles.

Se preguntará el lector, ¿cómo, con bloques básicos tan elementales, se pueden formar todas las palabras, sin nunca tomar prestados conceptos de otras lenguas?

La respuesta es asombrosamente sencilla: todos los caracteres chinos pueden tomar nuevos significados, por extensión (trueno-electricidad, como veíamos antes) o por combinación. No hay nada que sea tan complejo que no pueda ser dividido o relacionado con unos cuantos bloques conceptuales.

¿Qué tal ADN –ácido desoxirribonucleico? ¿Será posible?

脱氧核糖核酸 (Tuo yang he tang he suan)

Que significa *sin – oxígeno – núcleo – dulce – núcleo – ácido*.

Sí, definitivamente suena raro. Pero eso es exactamente lo que significa ácido desoxirribonucleico. Y en seis sílabas en vez de 11.

Polinización cultural

El tomar en una cultura de elementos de otra y hacerlos propios, es conocido a veces como asimilación. Por ejemplo, las hamburguesas al carbón, que ya son parte del paisaje en México.

Este proceso de asimilación sucede en todas las culturas, en la medida que las personas viajan, comercian y adoptan costumbres por su practicidad o su atractivo. En China, este proceso, que tiene milenios, se conoce como 'sinización.'

China adoptó (por la fuerza) la costumbre de la cabeza medio rasurada, con el cabello largo y en una trenza, de sus conquistadores manchús en el siglo XVII. Al principio esto fue un signo de sujeción, pero con el tiempo se transformó en algo eminentemente chino, y esta imagen es por la que se les llegó a conocer en todo el mundo, cuando empezaron a salir en masa de China, a mediados del siglo XIX.

En México conocimos a los chinos desde antes. Ya desde finales del siglo XVI, la famosa 'Nao' de China (barcos españoles que iban y venían desde Filipinas a Acapulco) nos trajeron infinidad de costumbres y productos chinos, al mismo tiempo que llevaron plata y vegetales de México hacia allá. Eran productos chinos, porque ya desde ese entonces los chinos dominaban completamente el comercio de aquellas regiones.

El peso de plata, de hecho, se convirtió por casi dos siglos en la principal moneda de cambio en el sureste asiático, y a partir del siglo XVII se empezaron a usar de forma popular el maíz, el tomate y el cacahuete en la cocina del sur de China, de modo que en nuestros

días, hay platillos ‘tradicionales chinos’ que usan estos tres ingredientes como parte de su receta.

Nosotros recibimos también mucha influencia, desde las peleas de gallos (una tradición cantonesa) hasta el perfeccionamiento de los tamales y las corundas, así como muchos diseños y motivos que ahora forman parte de nuestros trajes regionales.

Hoy en la mañana fui al mercado chino para comprar el ‘mandado’. Al lado de las carnes secas, los cuellos de pato y los vegetales salados, se pueden comprar botellas de vinos franceses, bolsas de pan Bimbo de varios sabores, y aceite de oliva italiano, turco y español.

Los chinos, con la explosión económica que están teniendo y la consecuente creación de una clase media y media-alta, quieren experimentar con todo. Hay *hip-hop*, arte abstracto y jóvenes practicando con su patineta a medianoche en las calles. Hay chinos ganándole la medalla de oro de esgrima a franceses, y probando comida mexicana en Shanghai.

Quizá en dos siglos más, los tacos (de pato) sean un platillo típicamente chino, y en México seremos mejores en tai-chi que en fútbol.

China: imágenes en competencia

China, hemos dicho, simplemente por su tamaño y ahora por su importancia en el concierto de las naciones, causa reacciones de amor o de odio, y pocas cosas intermedias. Y la desinformación que existe a su alrededor no contribuye para mejorar la discusión. Sin embargo, esta fiesta que le están dando al mundo – las Olimpiadas – son su más reciente esperanza de darse a conocer con una cara amable hacia el resto de las naciones.

En cierto sentido, ha tenido éxito, ya que las imágenes televisadas por los medios internacionales han contribuido a disminuir un poco el 'miedo al dragón'. Algunos medios también han hecho su trabajo y han ido a zonas pobres, filmando realidades que poco se ven pero que son importantes para comprender el complejo caleidoscopio social de un país que es prácticamente un continente, no sólo por su tamaño sino por su poco comprendida diversidad étnica y social. China tiene 55 minorías étnicas, pero las únicas famosas son la mongola y la tibetana, y en menor grado, la uigur (turca).

Como extranjeros, tenemos una competencia de imágenes contrastantes: el gobierno chino desde luego, quiere que veamos el impresionante 'Nido de Pájaros' y el interminable desfile de medallistas; los medios anti-China nos muestran a los campesinos pobres y obreros desposeídos; y por supuesto todas estas imágenes son sesgadas. Nadie puede ufanarse de saber 'lo que pasa en China' si no está aquí de tiempo completo, y sale de su burbuja para ver y conocer, aprendiendo el idioma y conviviendo con su gente, sin prejuicios.

Del segundo grupo (los anti-China) se escucha bastante, y tienen razón en muchos puntos, pero el problema son las generalizaciones que extrapolan. Es cierto que la libertad de prensa en China es bastante limitada (es más o menos como la libertad de prensa que teníamos en México en los 70s, pero ahora con el factor nuevo del internet que es casi ingobernable), pero la falta de información exacta, hace que una gran cantidad de turistas que llegan aquí a la fiesta olímpica, vengán con ciertas ideas preconcebidas que les infunden miedos infundados.

Aquí en Pekín he estado conversando con turistas que parecen creer que no pueden tomar fotos en muchos lugares (los lugares donde la fotografía está prohibida, son por lo general templos budistas); que

los chinos son rabiosamente nacionalistas y quieren conquistar el mundo, y hasta que está prohibido hacer 'la ola' en los estadios.

Ayer fui a las finales de atletismo, donde el competidor de Jamaica rompió el récord mundial de 100 metros planos y dos ucranianas ganaron el oro y plata en el heptatlón. La atleta china perdió en la competencia de lanzamiento de bala, y el chino no pasó a las finales de salto largo, pero el público estaba extático viendo a los mejores atletas del mundo realizar proezas, incluso en contra de sus nacionales; aplaudieron sin parar a todas las banderas, e hicieron la ola toda la noche.

Es algo que hay que ver para poder entender.

Pensamiento político, aquí y en China

Los chinos tienen, es sabido, un refrán para todo. Eso los hace parecidos a los mexicanos. De hecho, los mexicanos tenemos más en común con los chinos de lo que pudiéramos pensar en un principio.

Hablaba con anterioridad de la historia que nos unió desde el siglo XVI, cuando un barco mercante español (*La Nao*) iba y venía entre Filipinas (un notorio puerto de mercancías chinas de la época) y Acapulco, trayéndonos desde las peleas de gallos hasta la leyenda de la 'china poblana' (que no era china ni poblana, pero esa historia la dejaremos para otra ocasión).

Pero muchas de las cosas que nos unen con los chinos van más allá de bordados o costumbres que tomamos de ellos y ellos de nosotros. Son cosas referentes a la manera de entender la vida y el

funcionamiento de la sociedad, son lo que podemos llamar 'valores sociales'. Con la notoria excepción de la extrema importancia que le dan los chinos al trabajo duro y la educación (lectores patrióticos indignados: trataremos este tema en un momento), ambos somos gente que le da un lugar preponderante a las relaciones familiares, a la comida y a la sabiduría popular. Ambos somos ruidosos, arguenderos y hospitalarios. Pero sobre todo, ambas naciones somos intensamente escépticas del poder político y de la vida pública.

Ambos vemos esta dimensión social con ojo crítico e irónico, aunque hemos llegado a esta actitud por vías muy distintas. México pasó por siglos de colonialismo y muchos años de falsos arranques de reestructuración y modernización; China tiene una historia de milenios en la que su teoría política ha descansado eminentemente en la buena voluntad de los gobernantes, y ambos pueblos sabemos que la naturaleza humana es frágil y falible, más aún cuando sube a esferas en las que el poder es lo que arroja a la persona y la aísla del mundo de donde provino.

Los mexicanos y los chinos somos cínicos, la diferencia es una de grado y sobre todo, de actitud ante esta realidad que claramente se percibe. En México, el desaliento ante lo que no se puede cambiar, causa que periódicamente nuestra sociedad caiga en la desesepración y la apatía, aunque a veces un evento especial, un cambio (real o imaginado) nos puede sacar de nuestro sopor.

Para los chinos – y esto me trae a la conclusión de la frase con la que empecé – hay un refrán que explica la situación y da consejo: 'el cielo está en lo alto, y el emperador está muy lejos'. Aún sabiendo que el emperador tiene todo el poder, aún sabiendo que vivien en una sociedad en la que no pueden cambiar muchas cosas, su trabajo y su esfuerzo personal (y familiar) siempre es suyo y, mientras el

emperador esté lejos y no se entrometa demasiado, pueden seguir trabajando para tener ese 'futuro brillante' que siempre ha permeado su retórica.

Gloria nacional

La gente en el metro estaba callada, con la vista fija en las pantallas de televisión que están en todos los vagones, dando las noticias de los juegos. En el estadio del 'Nido de Pájaros' descendió un silencio mortal cuando se dieron cuenta de lo que estaba pasando. Casi la mitad de la gente estaba llorando o al borde de las lágrimas.

Liu Xiang no competiría, estaba seriamente lastimado.

Liu es el dios de los 110 metros con obstáculos, el primer chino – el primer asiático – en convertirse en campeón mundial en alguna disciplina de atletismo. Desde Atenas, Liu es un héroe nacional y su cara es tan famosa como la del astro del baloncesto, Yao Ming. Los chinos lo ven, incluso más que a Yao (ya que el baloncesto es deporte de equipo), como motivo de orgullo sin límites, y se ha transformado, junto con otros cinco o seis atletas, en icono de la creciente fuerza de este país.

Desde luego todos los países usan a sus personajes famosos como iconos de poder, y China, como decíamos, llega al siglo XXI con hambre de ser reconocida como una nación grandiosa, imagen que tuvo de sí misma durante siglos y que fue cruelmente truncada por más de 100 años, a partir de 1850 (desde las Guerras del Opio, cuando era conocida como *el hombre enfermo de Asia*) y hasta bien entrada la década de los 80 en el siglo pasado (todavía en 1962 hubo una hambruna que cobró más de 20 millones de vidas). Sin embargo,

el ser una nación poderosa en el siglo XXI entraña nuevos paradigmas y China sabe que la imagen a proyectar no debe ser de desafío, sino de amistad; es por eso que los deportistas son ahora tan importantes o más que otros héroes recientes como Yang Liwei, el primer astronauta chino (2003).

Esto puede enmarcar la tragedia de Liu Xiang, el máximo héroe deportivo individual chino, que ve rotas sus esperanzas de defender su corona en su propio país. Alguna gente está tan desconsolada que dice “¿de qué valen ahora las otras 39 medallas de oro?” Sin duda esto nos puede parecer algo extremo, pero nos da idea del sentimiento de China como nación y de su esperanza de ser reconocida como un país fuerte y amistoso.

¿México y sus medallas?

Es una pregunta que me hacen a diario aquí, y que es difícil responder de una manera entendible para ellos. ¿Qué no es México un país grande, con muchos habitantes, reconocido en el mundo? ¿Cómo tienen Jamaica y Azerbaijón más medallas? Por lo menos, Argentina está en la misma situación (una medalla de bronce) y de ahí puedo empezar a hilar algunas ideas confusas referentes a Latinoamérica, pero los chinos no se quedan del todo convencidos. Para ellos, la fama de un país es un todo coherente: va ligada su economía, su fuerza militar, sus deportistas... no se pueden aislar unas cosas de las otras.

Debería de ser cierto.

Los comunistas tienen la culpa

Es un error común echar la culpa de todas las cosas que no funcionan en China, a los comunistas de la época de Mao y a sus secuelas, o al comunismo en general. Después de todo, el comunismo es un villano favorito en el pensamiento occidental desde principios del siglo XX. Y no es que el comunismo sea santo de mi devoción, pero las cosas en China tienen horizontes de tiempo bastante más amplios que las pocas décadas que han pasado desde que Mao Tse-Tung (*Mao Zedong* en la ortografía china moderna) inauguró la era comunista en 1949, en la plaza de Tiananmen.

Muchos estudiosos consideran la historia china como cíclica. Desde los tiempos más remotos, el mismo patrón puede observarse: una dinastía asciende, consolidando el poder que estaba disperso entre los numerosos señores feudales; se afianza, pacifica el reino y lo hace prosperar; luego declina y pierde su fuerza debido a laxitud, invasiones, ambiciones de generales y gobernadores (o una combinación de todos); y finalmente la dinastía cae, muchas veces desintegrando el imperio y sumiéndolo en periodos más o menos extensos de lucha por el poder, hasta que un líder puede volver a unificar el caos, dando comienzo a una nueva dinastía. En tiempos antiguos, los periodos de desunión podían durar siglos. La última vez que esto pasó fue con la caída de la última dinastía 'clásica' en 1911 (popularizada en la cinta *El Último Emperador*). De aquí siguió una lucha por el poder que finalmente se resolvió en 1949, esto es, casi en tiempo récord.

Esto fue una confirmación más de la famosa frase 'Cuando el reino ha estado unido mucho tiempo, se desintegra; cuando ha estado en caos por mucho tiempo, se une'. Es la primera frase del *Romance de los Tres Reinos*, una de las novelas históricas más famosas de China

Lo que siguió - la consolidación de poder de Mao llevada a cabo con mano de hierro, el culto a la personalidad, las purgas de opositores, quemas de libros, adoctrinamiento, confiscación de bienes por parte del Estado y un largo etcétera que ha sido bien documentado por historiadores y críticos del comunismo - no es algo particular del sistema comunista, sino del sistema chino de poder, y de ninguna manera es raro ni es la primera vez que pasa.

El emperador Ch'in Shih-huang (*Qin Shihuang*) en el siglo II a.C. hizo lo mismo, así como emperadores de inicios de otras muchas dinastías. Lo que se puede ver no es historia nueva, sino una recreación de patrones, adaptados a nuevas circunstancias históricas.

Ya en el siglo V a.C., Confucio se quejaba de la burocracia y de su ineptitud. Hay que darle su mérito al sistema administrativo chino, y no cargar con toda la culpa a los pobres comunistas.

Horizontes de tiempo

Veamos un poco de historia, ya que de ella China tiene mucho. China está orgullosa de tener una historia documentada e ininterrumpida de más de 5.000 años. De hecho, este es uno de los pilares de su educación básica, y *leitmotiv* de los medios de comunicación.

El resultado de esta constante cultural, es un gobierno que siempre ha pensado en horizontes de tiempo muy largos para planear proyectos, y una población que generalmente comprende el significado de tales proyectos.

El caso más conocido es sin duda la Presa de las Tres Gargantas, la presa generadora de electricidad más grande del mundo, ubicada en

el oeste del territorio chino, en la provincia de Hubei. El proyecto original es de 1919, cuando el Dr. Sun Yat-sen (padre de la China moderna) lo propuso. En aquellos tiempos, China estaba sumergida en luchas por el poder después de la caída de la dinastía Ch'in, de modo que el proyecto no prosperó aunque fue también apoyado por Chiang Kai-shek en los 30s y por Mao en los 50s. Finalmente, con la estabilidad política y social lograda en los 80s, el proyecto fue retomado y aprobado en el congreso en 1992, con vistas a ser terminado en 2009, esto es, pensando en 17 años en el futuro. Actualmente la presa genera por sí sola, el equivalente al 40% de la electricidad de México, y llegará a su capacidad normal en 2011. Ahora bien, el proyecto ha resultado ser tremendamente más complejo de lo que se suponía en un principio, en especial por el impacto ambiental-orográfico en la región. En estos momentos los ingenieros chinos tienen como principal prioridad, adaptar la presa para que sea ecológicamente viable en el futuro.

Pero dejando de lado este problema, sin duda grave, en lo que me quiero enfocar es en la visión para planear este tipo de proyectos, que de ninguna forma es excepcional en China: por ejemplo, la primera planta nuclear china se construyó en 1985 y desde entonces se han construido 10 más, planeando tener 100 más de aquí a 20 años. Otro caso: en 1979 se estableció la primera 'Zona Económica Especial' en el puerto de Shenzhen (sur de China) para abrir su comercio marítimo al mundo; desde entonces se han abierto más de 130 puertos marítimos y más de 130 puertos 'secos' (incluyendo aeropuertos).

No es justo, por supuesto, comparar estos números con los números de México, pero sí es posible comparar las visiones de los gobiernos de ambos países: uno de ellos no tiene límites de tiempo en su

mirada al futuro; el otro, desgraciadamente, tiene una soga de 6 años de longitud.

5.000 a 6. Qué paliza.

China misteriosa

La historia china (más de 5.000 años) es larga y tortuosa, y sobre todo, tiene temas que se repiten. Muchos comentaristas modernos a veces hablan de fenómenos de la cultura y sociedad china, como si asumieran que China nació en el siglo XIX. Es verdad que para occidente prácticamente esto es cierto, ya que antes de esta fecha, aunque el imperio chino tenía importantes relaciones con Medio Oriente y Europa a través de la famosa 'Ruta de la Seda' y con América por medio de *La Nao* española, no había muchos expertos en su historia, que estaba envuelta en misterio y exotismo.

China llegó con fuerza a las mentes occidentales a partir de 1850, cuando Inglaterra la forzó a abrir sus puertas en las Guerras del Opio (al mismo tiempo que el famoso Comodoro Perry abría las puertas de Japón). Por esas mismas décadas empezó el éxodo de chinos de las empobrecidas provincias de Cantón y Fukian a Estados Unidos, llevados por los poco escrupulosos traficantes de gente a trabajar en los ferrocarriles, con la promesa de riquezas que por aquellos tiempos atraía a aventureros de todo el mundo (la 'Fiebre del Oro' de San Francisco en 1849).

A partir de esta fecha empieza a formarse la famosa diáspora china en occidente, originadora de los '*Chinatown*s' que han pasado a ser parte tradicional de muchas ciudades estadounidenses y europeas. Como dato curioso, *Chinatown* en idioma chino se dice '*Tang ren chie*',

que significa ‘calle Tang’, en honor a la dinastía Tang (618-907 d.C.), uno de los periodos de mayor esplendor artístico y cultural de la historia china.

Una gran cantidad de aquellos primeros emigrantes a las Américas (incluyendo México, el Caribe y varios países sudamericanos, donde trabajaban en condiciones muy malas en plantaciones tropicales) trajeron su bagaje cultural que sin embargo ya no era cien por ciento chino. Mi abuela materna me contaba historias de los habitantes del barrio chino de Monterrey a principios del siglo XX: los característicos hombres de largas trenzas y las mujeres empolvadas. Con anterioridad comentaba que estas modas habían sido creación de los conquistadores manchús, que invadieron China en 1644.

Esta imagen, sin embargo, sigue presente en la mente de muchos turistas que se desilusionan al visitar Shanghai por primera vez y encontrar rascacielos, jóvenes con tenis Nike y McDonald’s por todos lados. Casi nadie se adentra en los pueblos, donde aún se pueden observar – como en México – formas de vida tradicionales y resistentes a los tiempos.

Para ver más a fondo la interesante historia de la diáspora china, le recomiendo el excelente libro ‘Sons of the Yellow Emperor’ de la historiadora china Lynn Pan (ISBN-10: 1568360320).

Confucio y la realpolitik

Realpolitik significa ‘realismo político’, esto es, el ejercicio de la política basado esencialmente en consideraciones de poder e intereses prácticos, en lugar de aspectos morales o ideales. Platón, Tomás Moro y todos los que han propuesto utopías (todas imposibles de realizar salvo con el uso de la fuerza), son eminentemente

idealistas; y del otro lado del espectro tenemos a Maquiavelo y a todos los autores modernos que han sustentado la *realpolitik* (ver William Riker, *The Art of Political Manipulation*, 1986).

La *realpolitik* tiene relativamente poco tiempo de tener argumentos teóricos a su favor (Maquiavelo escribió *El Príncipe* en 1513), aunque ha sido la forma más practicada de política a lo largo de la historia. O habría que decir, tiene poco tiempo en Occidente, ya que en China, ha sido aceptada no sólo como viable, sino como la mejor manera de hacer política, desde hace 2,600 años.

Confucio y su discípulo Mencio, por un lado, son los exponentes más brillantes del idealismo político chino, ambos proponiendo la noble idea - adoptada universalmente por todos los emperadores subsecuentes - de la Sociedad Estable, basada en las relaciones armoniosas entre sus miembros. Y la forma de lograr la armonía era respetando las jerarquías. Sin embargo, Confucio no tuvo realmente ningún éxito durante su vida, políticamente hablando. Sus enseñanzas se basaban en la suposición de la virtud del soberano que, siendo ejemplo, permearía el resto de la sociedad.

Pero su idealismo y su teoría general no se perdió, sino que fue absorbida y sincretizada con la otra tradición, mucho más antigua, de la *realpolitik* china.

Un libro poco conocido y sin embargo de importancia capital en la historia del pensamiento chino, es *Las Crónicas de Primavera y Otoño*. Compilado en el siglo V a.C., narra un periodo de unos 150 años de guerras constantes entre varios estados feudales que luchaban por la hegemonía política. Pero mucho más allá de la referencia histórica, es un compendio enciclopédico de las prácticas de *realpolitik* en lo

social, lo militar, la diplomacia y la educación; y en cuanto a decidir cuándo y cómo dejar que la ética o el interés tengan preponderancia.

Es tan importante este libro que, junto con las enseñanzas de Confucio, se convirtió por casi dos milenios en uno de los 13 libros obligatorios que todo aspirante a funcionario público debía estudiar. Idealismo y *realpolitik*: la mezcla china que ha formado su pensamiento social.

La fiesta ha terminado

Hoy es la clausura de la fiesta olímpica organizada por China: las medallas ha sido ganadas y muchos récords han sido rotos, las críticas y las alabanzas se han hecho y seguirán resonando por algunos días, mientras llegue el siguiente evento nacional o internacional que capte nuestra atención.

Quisiera hacer un balance somero de estas Olimpiadas, que considero han marcado un hito en la historia.

Quedarán para la posteridad los momentos emotivos: en el que la tiradora rusa Natalia Paderina y la georgiana Nino Salukvadze se abrazaban después de la competencia, mientras sus respectivos países se debatían en una amarga lucha fronteriza; el gesto del corredor jamaicano Usain Bolt de donar 50 mil dólares a las víctimas del reciente terremoto de Sichuan; y la energía del público chino para aclamar a todos los competidores, incluyendo a los de frecuentes rivales políticos como EU, Taiwán y Japón.

También quedarán las controversias, desde la edad de las competidoras de gimnasia del país anfitrión hasta las protestas y deportaciones de activistas extranjeros.

Y por supuesto, 2008 marca la primera vez que un país le arrebató la supremacía de medallas a las potencias que dominaron los juegos desde la Segunda Guerra Mundial.

Hoy por la noche se planea tener a Plácido Domingo y a la soprano china Song Zuying cantando el tema de 'Amigos para Siempre', y en los últimos ocho minutos del espectáculo, Londres hará su presentación como la orgullosa sede para 2012.

China seguirá tomando fuerza en el concierto internacional de las naciones. Ahora que su 'fiesta de presentación en sociedad' ha concluido con éxito, se sentirá más confiada en su diplomacia, sus negociaciones y su influencia general, aunque también es cierto que seguirá afrontando problemas que la atención generada ha hecho aparentes: minorías étnicas (Tibet y Xinjiang), limitada acción y expresión social, contaminación. Problemas que están presentes en casi todos los países, si bien China encuentra críticas más violentas por el volumen mismo que estos problemas toman en su territorio.

China esperó 150 años por este momento: ser un miembro respetado de la comunidad internacional. Sea bienvenida como tal, para ser apoyada y criticada en concordancia con sus acciones, como todo el resto de las naciones. Ojalá México sepa aprovechar la importancia de este resurgimiento.

Desde China, donde los milenios y la modernidad se encuentran todos los días en tenso juego.

