

# NEGOCIAR EN CHINA

El país de la Gran Muralla sigue siendo un mercado que hace soñar a muchos. Tanto quien viaja para presentar su oferta como quien recibe a una delegación china debe saber que determinados gestos que en los países hispanohablantes pueden parecer correctos, al chino le pueden resultar chocantes. Les ofrecemos varios consejos para iniciar una relación fructífera con buen pie.

Por **Alejandro Martínez Notte**

**H**asta hace relativamente poco se pensaba que para negociar con empresas chinas había que hablar su idioma y pertenecer a una gran multinacional. Hoy es un hecho que grandes, medianas y pequeñas empresas de todo el mundo, ya sean emisoras o receptoras, negocian con un mercado que sigue haciendo soñar a muchos sin que sea necesario hablar chino. Sin embargo esto no impide que conocer la idiosincrasia del país de la Gran Muralla sea imperativo cuando se trata de entablar relaciones comerciales.

## La convocatoria

Organizar una reunión en China ya supone acatar ciertas normas locales si se quiere dar buena impresión. La anulación es considerada como una falta de cortesía grave, así que es importante planificar bien el encuentro para reducir las posibilidades de postergarlo. Para la población china es importante establecer un buen *guanxi*, o lo que es lo mismo, generar una buena imagen sobre la que construir relaciones sólidas, sean de la índole que sean.

Hay que tener en cuenta que, a pesar de darle mucha importancia a la primera impresión, un interlocutor chino puede quedar satisfecho pero no por ello convencido de llegar a una situación concluyente. Es importante darle tiempo para que reflexione sobre lo expuesto.

La manera de dirigirse al local, incluso fuera de su país, es especialmente relevante. Cada persona ocupará su lugar en función de su edad e importancia dentro del grupo que se reúne. El anfitrión siempre es quien marca los tiempos. Es considerado de mal gusto intentar acelerar las cosas.

En caso de que el encuentro sea organizado por una delegación china es importante acatar esta norma. También cuando la iniciativa procede de un grupo occidental, ya que los representantes asiáticos se sentirán bien tratados en función de la importancia que se le dé a cada asistente. Sienten mucho respeto por las jerarquías: un subordinado en ningún caso se sentirá halagado si es tratado con la misma deferencia que su jefe.

## Presentarse

Ante todo, el chino aprecia la seriedad en el momento de presentarse y no es partidario de gestos que seguramente considerará demasiado amistosos. No hay que verlo como una muestra de hostilidad o desagrado.

El apretón de manos se acompaña de la denominación del cargo del aludido, bien sea por él mismo o por quien lo presenta, seguido de su nombre de pila y el de la empresa. A pesar de no ser considerados como personas expresivas, los chinos gustan de recibir con aplausos cuando se encuentran en grupo ante un invitado. El aludido puede corresponder con una sonrisa o reproduciendo el mismo gesto.

Las personas de más edad comienzan saludando a los más jóvenes. Por eso cuando se asiste a una reunión en grupo es importante colocarse de tal modo que la persona más accesible en el momento de iniciar las presentaciones sea la más mayor.

Es de mala educación señalar con el dedo para referirse a una persona. O bien hay que acercarse a ella para indicarle invitación o expresarlo con la palma y dedos abiertos hacia el aludido. Lo mismo ocurre cuando se interpela a un camarero o cualquier persona que pueda servir: la mano siempre abierta y utilizando todos los dedos.

## La importancia de la discreción

En China se invierte el orden de la apelación “señor” o “seño-

ra” junto al apellido, es decir, en lugar de dirigirse a un “Señor Chan” habrá que hacerlo como “Chan Señor”. Mencionar a alguien, esté o no presente, con su nombre de pila es considerado indebido cuando no se tiene una relación muy cercana con la persona de la que se habla o está presente.

Es costumbre de los países asiáticos entregar la tarjeta de visita con las dos manos y acompañando el gesto con una pequeña inclinación de cabeza a la que se asocia una expresión de placer con la presentación, siempre sin ser demasiado efusivo. Se considera educado consultar el contenido de la tarjeta con atención y evitar guardarla sin haber observado al menos unos segundos el contenido.

En China gusta la discreción, tanto en el volumen de voz como en los movimientos de las manos y la expresión corporal. Es imperativo evitar el contacto físico, por eso hay que evitar besos, abrazos o palmadas. El apretón de manos es aceptado, aunque se recomienda evitar gestos como cubrir con la otra mano la del interlocutor.

## Los gestos

La población china es tildada de inexpresiva por muchos extranjeros pero sin embargo es muy fácil discernir en sus rostros si no están satisfechos. Qué decir de muestras de cansancio, aburrimiento o enfado del tipo de resoplar o hacer chocar los dientes, típicas de los asiáticos.

El extranjero puede estar seguro de que en ese caso se está produciendo una situación que desagrade al local. Existen dos posibilidades: preguntar qué ocurre o cambiar la impresión negativa. Sin duda el chino valorará que quien expone demuestre que conoce sus costumbres y domina aquello que les hace sentir cómodos, evitando por lo tanto lo que les desagrade. Esto es lo mismo que decir que es difícil invertir la situación cuando un chino demuestra claramente su descontento: mejor evitarlo.

## Las comidas

El desayuno de trabajo no es una práctica corriente en China por lo que se recomienda evitar la convocatoria de reuniones al principio de las jornadas. Sin embargo los locales no son reticentes a combinar una comida con conversaciones de





trabajo, si bien es una costumbre importada de Occidente con arraigo creciente en el país, principalmente en las grandes ciudades. Es importante tenerlo en cuenta ya que el lugar del encuentro puede definir el formato. Se almuerza entre las 12 del mediodía y las dos de la tarde.

Lo más extendido es organizar una merienda de trabajo, en torno a las 5:30 ó 6 de la tarde. A la hora de instalarse en la mesa, es necesario prestar atención: la jerarquía profesional ha de quedar en evidencia.

En caso de duda, se recomienda esperar a recibir una invitación sobre el asiento a ocupar. Cuando sea el viajero quien invita, hay que pensar con antelación en cómo organizar la mesa cuando los invitados estén presentes. El espacio central, siempre frente a la entrada, se reserva al anfitrión. El invitado de mayor relevancia se sentará a su izquierda, el siguiente a la izquierda de éste, y así sucesivamente. El asistente de mayor edad, aunque no tenga un posición determinante en la negociación, también tendrá que gozar de un emplazamiento preferente.

### Durante el ágape

Quien está a la iniciativa del encuentro brinda agradeciendo la asistencia dirigiéndose con la mirada a los invitados de mayor importancia. Para marcar el inicio del ágape el anfitrión dará un sorbo a su bebida y servirá al invitado más importante.

La comida completará la negociación como gesto de buena voluntad pero no se tratarán asuntos profesionales mientras se come. La sobremesa puede servir para abordar temas, siempre y cuando los invitados no se levanten de la mesa. Porque así como el anfitrión marca el inicio, son los asistentes quienes al levantarse de la mesa deciden si el encuentro ha terminado. Si los locales comienzan a hablar de temas profesionales hay que seguir el juego, nunca empezarlo.

Para el chino son muy importantes los detalles y una atención exquisita, por eso en caso de que el extranjero sea el anfitrión debe estar siempre atento a que todos los comensales estén servidos y que a nadie le falte lo necesario para sentirse cómodo.

Mostrar interés por la cultura china, las tradiciones o la geografía local causa buena impresión. Hay que evitar hablar de política, religión o cuestiones personales que puedan sugerir que se está intentando establecer una relación demasiado íntima.

Cualquier negociación en China o con una delegación del país ha de ser convenientemente planificada. Cuando se realice *in situ* es trascendental tener en cuenta la agenda local. Los festivos no suelen coincidir con los europeos y latinoamericanos y en ocasiones conllevan días de asueto anteriores o posteriores durante los que no se aceptará ninguna convocatoria. El 1 de mayo, el festivo más celebrado en el país junto a la fiesta nacional -1 de octubre, Día Nacional de la República Popular de China- implican hasta una semana de descanso.

China es un país abierto al extranjero cuando se trata de negocios, pero para conseguir acuerdos es imperativo comenzar con buen pie ya que cada detalle cuenta.



- ➔ Dirigirse primero a la persona de más edad
- ➔ Respetar la jerarquía profesional
- ➔ Recordar que el anfitrión siempre marca los tiempos
- ➔ Presentar a los acompañantes a la manera local
- ➔ Observar detenidamente la tarjeta de visita en el momento que se recibe
- ➔ Tener en cuenta la relevancia de los invitados a la hora de sentarse cuando se organiza una comida
- ➔ Demostrar interés por la cultura, tradiciones y geografía de China



- ➔ Hablar de política, religión o abordar cuestiones personales
- ➔ Ser demasiado efusivo en los gestos
- ➔ Acelerar el ritmo de las conversaciones
- ➔ Dirigirse a todos los interlocutores dándoles la misma importancia
- ➔ Organizar un desayuno de trabajo
- ➔ Señalar con el dedo. Hay que tener siempre la palma abierta y los dedos extendidos



# GRUPO DE BOSS

## Tu negocio en la web

Con nuestros planes puede incrementar sus ventas y recibir nuevos clientes cada día

### BENEFICIOS

- ➔ Reservas online
- ➔ Cobros a través de la web
- ➔ Presentación de sus instalaciones y productos
- ➔ Promoción de sus servicios
- ➔ Todo en cualquier dispositivo móvil



## Diseños multiplataforma

Brindamos asesoramiento y desarrollo para que su página web sea la más vista. Solicite diagnóstico gratuito de su página y nosotros le contaremos cómo es su presencia en iPhone, iPad, Blackberry y los sistemas operativos Android, Windows Mobile y Symbian. A continuación le propondremos un plan de acciones para mejorar su imagen y posicionamiento.



[www.grupodeboss.com](http://www.grupodeboss.com)

+54 5275 9934 +34 652 984 291 soluciones@grupodeboss.com

/grupodeboss @grupodeboss grupodeboss