

Tirada: <b>43.477</b>	<b>CincoDías</b>	Superficie: <b>96 cm<sup>2</sup></b>	
Difusión: <b>31.120</b>		Ocupación: <b>85,44%</b>	
(O.J.D)	<b>Economico</b>	Diaria	
Audiencia: <b>108.920</b>	<b>Economía</b>		
Ref: <b>6824440</b>	<b>2ª Edición</b>	<b>21/09/2015</b>	Valor: <b>9.780,81 €</b>
			Página: <b>30</b>
			1 / 1



# Utilizar un bolígrafo rojo en China da mala imagen en los negocios

La empresa que opere en el gigante asiático debe conocer sus protocolos y costumbres

PABLO SEMPERE *Madrid*

**R**euniones, conferencias, negocios puntuales, otros de más largo recorrido... Son algunas de las razones que pueden llevar a un directivo a viajar a otros países para atender los asuntos relativos a su posición. Cuando el destino se encuentra a pocos kilómetros del origen y se comparte cultura, protocolo y formalismo, no suele haber grandes problemas. La dificultad llega en el momento de saber tratar con personas que trabajan con reglas y ritmos diferentes. China es uno de esos lugares. Por una parte, es un mercado por el que las empresas de todo el mundo se interesan más cada día que pasa. Por otra, sigue siendo una de las regiones más desconocidas.

Por ello, conviene conocer el protocolo a seguir, ya que, por ejemplo, el hecho de firmar un contrato o escribir con un bolígrafo rojo puede provocar que la compañía a la que se representa se lleve una mala imagen. "Porque para ellos, en la escritura, el color rojo tiene connotaciones negativas", explica Jorge Monera, autor del libro *Compra en China, nueve claves para el éxito*, en el que se explican todos los aspectos a tener en cuenta a la hora de operar en el gigante asiático. "China cada vez está más internacionalizada y occidentalizada, pero en algunos momentos sus costumbres y protocolos son muy diferentes", añade Monera.

Lo primero que tiene que tener en cuenta el directivo occidental cuando

entra en China es que la forma de aproximarse y negociar es totalmente diferente, tal y como explica Pilar Galeote, experta en negociaciones del IE Business School. "En occidente, la negociación está basada en el interés, en China forma parte de su filosofía", afirma. Por eso, técnicas como el regateo están totalmente implantadas en su sociedad. "Si se habla de dinero, es mejor empezar por cifras altas, ya que seguramente van a intentar reducirla", afirma. Y pese a que sus protocolos se hayan occidentalizado, "muchos han adoptado una mezcla de ambas culturas, la occidental y la oriental", explica Galeote.

La etiqueta es uno de estos factores. En China, es aconsejable que el hombre de negocios se decante por los trajes con colores oscuros, así como por los zapatos con cordones, las camisas claras y las cor-

batas a juego. Las mujeres, por su parte, es preferible que opten por la falda antes que por el pantalón, por los complementos poco ostentosos y por los zapatos de tacón bajo o medio, "ya que su estatura media es menor que la de los occidentales, y es importante que la diferencia de altura no sea muy elevada", explica Monera.

El saludo es otro de los aspectos que, a pesar de haberse occidentalizado,

**La negociación forma parte de la cultura del país**

mantiene rasgos muy importantes de la simbología oriental. Al típico apretón de manos es conveniente añadirle una pequeña reverencia, inclinando levemente la cabeza hacia abajo. Por su parte, la costumbre occidental de estrechar la mano y tocar el brazo u hombro del interlocutor con la que queda libre no es bien recibida. "Los chinos no son muy amigos del contacto físico, por lo que los abrazos o las palmadas en la espalda no son muy recomendables. Tampoco se debe prolongar mucho el apretón de manos. Podemos llegar a incomodar si actuamos así", afirma Monera.

es costumbre recibir obsequios del país extranjero. Monera recomienda los destilados y licores, los encendedores y puros o cualquiera que esté relacionado con la cultura y el folclore. No ocurre lo mismo con los regalos de empresa, ya que siempre deben efectuarse como un presente de una compañía a otra, nunca en el plano personal. "Se debe entregar siempre al jefe o ejecutivo de mayor rango", comenta. Y tan importante como el propio obsequio es el envoltorio que lo guarda, ya que, dependiendo de cómo

sea, demostrará el valor y el interés que se haya puesto. Prohibidos están los relojes, sobre todo a las personas más mayores, ya que tienen una connotación negativa de cercanía a la muerte; y también lo están las monedas y todo lo que tenga que ver con el dinero. Esto último además se extiende al momento de la comida. Las propinas están consideradas como un insulto en China.

Y de la misma forma que, por lo general, los chinos son muy hospitalarios, les gusta sentirse correspondidos. "Que un equipo o que los representantes de una compañía no inviten a los socios asiáticos a visitar su país puede dar mala imagen a la empresa", sentencia Galeote.

**Llegar impuntual a una cita una total falta de respeto**

La puntualidad, sin embargo, no es uno de esos aspectos que se ha occidentalizado. Llegar tarde a una cita o anularla sin tiempo suficiente es considerado como una total falta de respeto. "Hay que ser, por lo tanto, muy puntuales", comenta Monera. Sobre todo si se están entablando los primeros contactos y se quiere causar una buena impresión. "En estos casos, y ellos lo hacen, es mejor llegar con cierta antelación que llegar tarde", añade.

Otro detalle que debe tener presente el directivo que viaja al gigante asiático es el tema de los regalos. En China

