



## DEBATE DE LA SEGUNDA SESIÓN

### PREGUNTA DE JOSE GUIMARAES A ANABELA SANTIAGO

Felicito-a pelo seu artigo, que chama a atenção para a importância de aspectos estruturantes da civilização chinesa como a tradição filosófica, na qual o Taoísmo é incontornável, e para a capacidade do povo chinês em conciliar conceitos muitas vezes opostos. Transpondo para as relações internacionais, isto remete-nos para aquilo que Qin Yaqing definiu como "Processual Constructivism", ou o modo como a "socialização" entre os actores no sistema internacional - muitos deles com ideias e interesses díspares e, em certos casos, antagónicos - pode e deve originar uma "harmonização" dessas mesmas ideias e interesses (e, conseqüentemente, dos seus comportamentos), privilegiando *win-win situations* em detrimento dos *zero-sum games*.

Sabendo-se que a tradição ocidental dos últimos séculos, assente no racionalismo e individualismo, tornou-nos muito predispostos para os segundos e desconfiados das primeiras, e concordando com a sua visão de que, quer o *Washington Consensus*, quer o *Beijing Consensus*, são imperfeitos, perguntaria à Anabela se considera possível a China superar-se e, a prazo, conseguir articular um terceiro modelo de desenvolvimento, capaz de reunir um nível superior de aceitação internacional e harmonizando princípios de ambos consensos. O *Beijing Consensus*, pese apresentar várias vantagens para os países em desenvolvimento, comparativamente ao *Washington Consensus*, como a questão extremamente complexa da "non-interference in a country's internal affairs", falha, a meu ver, por assentar demasiado na negação dos princípios do segundo (o que os juristas chamam de "dimensão negativa"), caracterizando-se mais pelo que não é do que pelo que efectivamente é e, mais importante, pelo que se propõe a ser a longo prazo. Num momento em que os desafios são cada vez mais globais e partilhados pelas grandes potências, creio que este "terceiro consenso", necessário mas ainda por baptizar e estruturar, poderá já estar em formação. Obrigado.

### RESPOSTA DE ANABELA SANTIAGO A JOSÉ GUIMARAES

Agradeço antes de mais o seu interesse pelo meu artigo e a sua pergunta sobre o mesmo.

Respondendo à questão que colocou, penso em primeiro lugar o seguinte: a China, como já disse é exímia na conciliação de situações que do ponto de vista do pensamento ocidental parecem antagónicas e inconciliáveis. Não ficaria surpreendida pelo facto de conseguirem superar as dificuldades inerentes à criação e implementação de um modelo

agregador dos aspectos mais positivos dos dois modelos já existentes – o Washington Consensus e o Beijing Consensus. De facto, essa capacidade de renovação e mudança da China está patente no seu sistema económico actual denominado “Socialismo de mercado com características chinas”, o que mais uma vez consiste na harmonização de dois pensamentos à partida contraditórios: uma economia de mercado aberta com transacções comerciais internacionais com um sistema político vigente assente no Comunismo de Partido único. Assim, tendo em conta aquilo a que a China nos vem habituando, a minha opinião é que poderá estar em formação o “terceiro consenso” que o José menciona, até porque a China tem lutado nas últimas décadas para ter assento nas esferas internacionais, em organizações como a ONU ou a OMC, entre outras. Teremos de esperar para ver de que modo a China irá intervir nesse modelo, ou quem sabe, apresenta-lo ao resto do Mundo.”

#### PREGUNTA DE INÉS CAMBA A TERESA MADUEÑO

Muchas gracias por el retrato de este fenómeno, de creciente audiencia en nuestro país. No sé si su investigación le ha permitido determinar el peso de las mafias chinas en este ámbito o en qué medida se desarrolla al margen o formando parte de otras actividades delictivas protagonizadas por personas de esta nacionalidad o, más aun, si coexiste con negocios perfectamente legales.

#### RESPUESTA DE TERESA MADUEÑO A INÉS CAMBA

En primer lugar, agradecerle Inés su comentario y pregunta sobre mi texto. Muchas mafias que se dedican al negocio ilícito de la trata y explotación sexual de mujeres, suelen además dedicarse al tráfico de armas o drogas. Tal es el caso de las mafias del este o latinas. Suelen ser negocios que en muchas ocasiones van de la mano, de tal manera que suelen tener los mismos canales o vías transnacionales para el tráfico de personas que para el de armas o drogas.

En nuestro caso, hemos de decir que no hemos visto que el negocio de la prostitución china esté ligado con otro. Esto no quiere decir que siempre sea así, simplemente que en nuestra experiencia no hemos tenido tal constancia.

Los clubes de alterne, regentados también por personas de nacionalidad china y con trabajadoras también chinas, son legales. Pero igualmente no están exentos de que dentro de ellos se produzca una situación de trata de mujeres y explotación sexual. De hecho, en nuestro trabajo de campo la relación con el o la encargada de este segundo escenario y la forma de acceder a las mujeres, es prácticamente igual o casi más complicada. Hay que pasar el filtro de encargado o encargada, y como las mujeres están en el club, el ambiente creado no es propio para hablar. En el caso de los pisos es más fácil hablar con todas las mujeres aunque sea en presencia del encargado o encargada, al encontrarse en la misma habitación. La diferencia, es que los clubes de alterne están reconocidos por nuestra ley y además cuentan con asociaciones de empresarios. Igualmente, esta clase de negocios (prostitución, drogas, armas...) tienen mucho que ver con la corruptela de las autoridades de un país, o incluso también se relaciona con

reuniones entre grandes empresarios, en las que la comida y el ocio con mujeres no falta para la celebración de grandes decisiones.

En cualquier caso, debemos decir una vez más, que ligamos nuestro trabajo de campo a una serie de indicios que determinan la posible existencia de trata de mujeres con fines de explotación sexual. La verdadera confirmación tanto en pisos como en clubes de alterne, del hecho o circunstancia de esas mujeres, viene por parte de ellas mismas al denunciarlo o de autoridades policiales o judiciales.

Seguiremos trabajando e investigando, por lo que no descartamos encontrar por sorpresa, algún caso de varios negocios relacionados.

#### REFLEXIÓN Y MULTIPREGUNTA DE FRANCISCA GONZÁLEZ SANTANA A SONIA FDEZ. BARRIO

En primer lugar, gracias por esa radiografía clara y concisa del turismo chino. En su calidad de directora de marketing y comunicación de Chinese Friendly International, ¿cree usted que España, pese a promocionarse como destino de compras, está condenada a jugar en la división de plata del mercado turístico chino? Se lo pregunto porque, paradójicamente, nuestro país no puede sacarle partido a sus 8.000 kilómetros de costa. Por ejemplo, en el lugar donde vivo, Canarias, los empresarios barajan todo tipo de ideas y propuestas para ganar terreno en el mercado chino... con paupérrimos resultados. La oferta de sol y playa no cala en China y, sin embargo, es una de las que define a España.

Leyendo el trabajo de fin de máster de Daniel Tomás Gaimundiz, El turismo en España: La adaptación de destinos turísticos españoles al mercado más grande del mundo, señala cuatro de los obstáculos con los que se encuentra la oferta de sol y playa: 1) la palidez de la piel como canon de belleza en China; 2) rechazo a las vacaciones “hotel y descanso semanal o quincenal”; 3) poco interés hacia el ocio nocturno de bares y discotecas ; 4) competencia de ofertas parecidas en el sudeste asiático o el Pacífico. ¿Qué haría usted para mejorar la oferta de sol y playa en las costas españolas?

Y, por último, me gustaría preguntarle una cuestión. Según los datos que maneja Daniel Tomás en su trabajo, destinos como Maldivas y Filipinas han cosechado gran éxito centrando la oferta de sol y playa en los *honeymooners*, lunas de miel con mar de fondo y estilo Hollywood que ayuda a los novios chinos a vivir de cara a la calle y alardear de status social. ¿Considera usted que esa idea es exportable a España?

#### RESPUESTA DE SONIA FERNÁNDEZ BARRIO A FRANCISCA GONZÁLEZ

Muchísimas gracias Francisca por su interés en el turismo chino y especialmente por haber leído también el trabajo de nuestro amigo Daniel.

Efectivamente el modelo sol y playa que tantos éxitos nos ha traído con otras nacionalidades, en el caso de la china no funciona por las razones que ya conoce, no

obstante en Chinese Friendly estamos convencidos de que ligeras variaciones en los productos turísticos relacionados con la costa y el mar, pueden funcionar.

Por ejemplo, Canarias tiene una gran ventaja frente a otros destinos y es que ya dispone de hoteles con horarios adaptados a las comidas de los chinos, que cenan sobre las 1830- 19:00 y en muchos lugares de España a esa hora no encuentran un plato de sopa caliente.... Además siendo cierto que los turistas chinos no les gusta tomar el sol para ponerse morenos, es cierto también que les gusta el mar y especialmente el aire puro, lejos de la gran contaminación que vive gran parte de las ciudades costeras chinas.

La gastronomía y la cultura españolas tanto de interior como de costa también son una gran ventaja y por ello la propuesta turística las debe contemplar.

Por ejemplo, en Chinese Friendly ahora estamos trabajando para dar a conocer Ibiza, que es una de las 15 ciudades patrimonio de la humanidad de España según la Unesco y que apenas nadie lo sabe. La re formulación de la oferta en esta isla radica en incluir experiencias exclusivas vinculadas a su patrimonio terrestre y marino. Para ello, realizamos una consultoría con un equipo chino que define junto a los técnicos de turismo locales un producto turístico pensado por y para chinos.

En cuento a a las Honeymooners, comentar que Chinese Friendly elaboró ya hace tres años ese producto y lo comunicó en China a través de un concurso y como resultado organizó la primera luna de miel china en la ciudad de Sevilla, puede ver más detalles del proyecto en: <http://sevilla.abc.es/sevilla/20121126/sevi-pareja-china-ganadora-luna-201211261135.html>

Aunque para vender ese producto turístico o cualquier otro hay que realizar gran labor promocional en origen y eso requieren grandes presupuestos. Chinese Friendly por ello acude a la ferias turísticas a China, webs en chino, redes sociales chinas....con un sistema compartido de gastos entre muchos clientes, a la vez, tratamos de que en destino se realicen pequeños cambios de adaptación para que la experiencia del viaje a España sea un éxito. Pero aún en España notamos que los destinos y las empresas turísticas realizan inversión en otros mercados y el chino, no es su prioridad presupuestaria y sin esfuerzo difícilmente veremos el ascenso en el turismo chino del modo deseado.

**PREGUNTA DE ALBA ROJO GONZALEZ A SONIA FERNANDEZ BARRIO**

Le felicito por su ponencia. Al respecto, me gustaría conocer su opinión en cuanto a la gestión en España del turismo chino. ¿No cree que la falta de visión de este sector está facilitando que sea la propia comunidad china asentada en España quien se haga con una parte significativa de este pastel? Y en este caso, ¿podría España incluso perder el liderazgo a favor de esa comunidad china en este segmento del turismo internacional?

**RESPUESTA DE SONIA FERNANDEZ BARRIO A ALBA ROJO GONZÁLEZ**

Muchísimas gracias Alba. Tienes razón al pensar que son los chinos residentes los que hacen negocio con el turismo chino y se debe principalmente a que ellos hablan chino y conocen la cultura china y saben sus gustos y necesidades a la hora de viajar.

En España Chinese Friendly empieza su trabajo con los clientes impartiendo justamente talleres sobre la cultura, costumbres, perfiles de turistas, idioma chino, etc.. Pero aún hay pocos españoles que hablen chino y por ejemplo los guías chinos están muy demandados porque los chinos básicamente solo hablan chino y un guía con inglés no sirve, normalmente, para llevar un grupo chino. Aunque la tendencia futura es que cada vez se manejen mejor en inglés.

Las agencias de viajes con las que colaboramos son "chinese friendly" porque disponen de personal de habla chino, porque el mensaje que queremos dar en China es que pueden venir a España y les vamos a entender, no van a tener problemas por la gran barrera lingüística existente.

Pero en relación a tu segunda pregunta, prefiero pensar en un liderazgo compartido entre los profesionales del turismo españoles sean de origen chino o español. Porque ahora hay muchos chinos de segunda generación que tienen nacionalidad española y por tanto son españoles completamente, es decir que nos pueden ayudar mucho a que España sea visible en el mapa turístico español y a que ganemos todos con ello, el que más el propio turista porque tiene la oportunidad de disfrutar de un país y de su historia tan diferente a la suya pero contada en chino!!

En resumen, el trabajo en equipo multicultural es el que nos debe caracterizar para seguir trabajando a favor de incrementar el turismo chino de calidad en España y si las empresas turísticas deciden apostar por el turismo chino, están apostando por trabajar con chinos en origen y en destino, contar con ellos es imprescindible y una experiencia muy enriquecedora.

PREGUNTA DE EDUARDO TZILLI A RAQUEL ISAMARA LEON DE LA ROSA Y ADOLFO A. LABORDE CARRANCO (INCLUYE RESPUESTAS DE LOS AUTORES)

Agradezco su ponencia. Me parece que su estudio parte de una cuestionable premisa: Shanghai como motor futuro de la economía china. En el reporte al Congreso Popular Nacional de Li Keqiang (5 de marzo de 2015), el primer ministro recuerda el establecimiento de zonas con dinámicas similares a la SH PFTZ en Guangdong, Tianjin y Fujien. ¿Cómo entrarían estas zonas en su análisis de prospectiva? Además, en este mismo reporte no se considera a la SH PFTZ como un punto central para el desarrollo futuro de la economía china. La apuesta aún es por zonas de libre comercio.

*Raquel León: Estimado Eduardo Tzilli, agradezco tus preguntas y tus comentarios al respecto. Primero puntualizar que la ponencia fue realizada previamente al informe que mencionas. Por lo tanto, con la propuesta de nuevas PFTZ's en otras áreas reafirma la idea de que la SH PFTZ es punta de lanza dentro de la reestructuración económica de China. La idea de que Shanghai juegue este papel se retoma de una serie de declaraciones realizadas por el Sr. Wang Yong, Consejero del Ministerio de Comercio en China, a quien se le preguntó directamente qué tipo de rol jugaba la SH PFTZ, y mencionó que en caso de darse las condiciones podría replicarse hacia otras áreas. Teóricamente, hay que recordar que el objetivo de éste tipo de zonas (ZEE, ZF o ZLC) es dotar de mayor competitividad a una región, ya sea a través de beneficios aduanero o fiscales, que puedan impactar dentro de la economía de un país. Para el*

*caso de SH PFTZ recae en aquellas zonas que son utilizadas como proyectos-piloto para la introducción de reformas económicas liberales. En pocas palabras, uno de los objetivos de esta ponencia es visualizar una nueva fase económica en China, que implica cierto grado de apertura.*

De igual manera ¿por qué afirman que las medidas, en torno a la zona piloto de Shanghai, son lentas con respecto a la dinámica global? Precisamente uno de los objetivos del nuevo liderazgo chino es reducir la velocidad de dinámica económica china. Si realicé bien mi lectura, más bien afirman que la liberalización financiera china es lenta comparada con la dinámica financiera global. Ante esto, me parece que el gobierno chino sabe muy bien las consecuencias desastrosas de liberalizar rápidamente la cuenta de capitales (recordar crisis financiera asiática de 1997). Por ello, el ritmo de las medidas tiene una cierta racionalidad que no responden a la lógica del mercado global.

*Raquel León: Sobre “afirmar que las medidas... son lentas con respecto a la dinámica global”, este argumento se construye a partir de una serie de acontecimientos y datos que han “enfriado” el despunte de la SH PFTZ. Dentro del análisis identificamos los siguientes: la mayoría de empresas de origen chino invirtiendo en la zona, la espera de los inversores extranjeros hacia un panorama claro con respecto a los beneficios prometidos, y sobre todo, un factor que a mi parecer no se había leído tan bien, que es la crisis petrolera actual. Hago énfasis en esta última debido a la interdependencia económica, y sus efectos, lo cuales en mi opinión no fueron del todo dimensionados. Es a partir de esta idea, que la convergencia de estos tres aspectos lleva a dar un mayor empuje al tema de la SH PFTZ. Al respecto, salió el día de ayer una serie de declaraciones sobre los desafíos económicos para China a partir de las reformas (dejo el link: [http://news.xinhuanet.com/english/2015-03/08/c\\_134048788.htm](http://news.xinhuanet.com/english/2015-03/08/c_134048788.htm)) Sobre el empuje, nuestro análisis se enfoca mencionar que la actual situación económica internacional propicia esta “aceleración” al proceso. Sin embargo, se hace énfasis en que “acelerar” no implica tomar decisiones a la ligera, más aún cuando se pone en riesgo la estabilidad interna y externamente. Por eso se menciona que es parte de los “costos” que tiene que pagar China para dejar de ser una economía emergente y dar el salto a ser una economía avanzada.*

Por último, no percibo la relación entre la zona de libre comercio de Shanghai y América Latina; de todo su texto solo en el último párrafo de las conclusiones hacen alusión a esto. Yo me preguntaría qué tanta presencia latinoamericana existe en los sectores de *e-commerce*, servicios legales, logística y transporte, y telecomunicaciones, que son de los sectores más importantes integrantes de la SH PFTZ. Ahí si podríamos ver qué tanto América Latina se podría beneficiar de esto. Sin embargo, la conclusión a la que llegan –la región latinoamericana mantendrá su estatus de proveedora de materias primas– es, hasta cierto punto, lógica dada la estructura comercial, y no financiera o de servicios que son parte de la naturaleza de la zona de libre comercio de Shanghai.

*Adolfo Laborde. Hay una tendencia en América Latina de generar estrategias comerciales dentro y fuera de la región a través de los esquemas de integración regional o subregional, sin embargo, desde la década de los 90's se comenzó a desarrollar una propuesta de la CEPAL denominada “regionalismo abierto” que tiene como cometido ir más allá de los esquemas de libre comercio regionales. Es aquí donde entra la posibilidad de que la región mantenga una relación comercial con la zona de libre comercio de Shanghai, que dicho sea de paso, puede ser la propuesta China a lo que actualmente se está negociando en el marco del TPP. Como bien dices, existe una*

*tradición, dado la estructura económica de América Latina, de proveer materias primas, sin embargo, no toda la región cuenta con esta característica. Hay que revisar los casos de los miembros de la Alianza del Pacífico para ver que ya existe un cierto grado de sofisticación en las industrias de algunos países latinoamericanos que no necesariamente siguen la pauta de la exportación de las commodities o un perfil monoexportador. La idea es generar una complementariedad económica basada en clúster y proyectos de co-inversión en sectores estratégicos que respondan a la lógica de la ventaja competitiva de cada país.*

#### COMENTARIO DE JUAN ALFREDO SOTO A PROPOSITO DE LA PONENCIA DE SONIA FERNANDEZ BARRIO

Ante todo, gracias por su interesante presentación de los datos e informaciones respecto al turismo de emisión de China. Coincido con usted en que se trata de un sector que, si bien no está siendo ampliamente explotado en muchos de los países occidentales, debería ser tomado con mucha seriedad y analizado profundamente, ya que no se puede negar su enorme potencial, no solo en el sentido económico, sino también como una herramienta más para profundizar el entendimiento entre las dos partes (China y el país receptor de dicho turismo).

Como residente en Taiwán durante casi una década, he podido observar la importancia que ha tenido para la economía de la isla el turismo proveniente de China. A pesar de que Taiwán es una economía de exportación (principalmente del sector de las tecnologías de la información), los efectos de la crisis económica internacional han obligado al gobierno local a considerar todas las alternativas posibles para diversificar la economía. Una de estas alternativas ha sido la adecuación y promoción de la isla como destino turístico, especialmente para los grandes emisores regionales de turismo como Japón, Corea del Sur, China continental y Hong Kong.

Dada la complicada situación política que existe entre los dos lados del Estrecho, el éxito del turismo entre las dos partes ha sido el resultado de un largo y tortuoso proceso. En 1979, Deng Xiaoping propuso al gobierno los Tres Enlaces (三通 sān tōng), para promover el intercambio en materia postal, de transporte y comercial; pero esta iniciativa fue rechazada por el entonces presidente de la ROC, Chiang Ching-kuo, y no fue sino hasta el año 2001, bajo el primer periodo de gobierno del Partido Democrático Progresista (PDP) cuando por fin se logró establecer alguna forma de enlace directo en este sentido.

Sin embargo, el mayor paso en cuanto al intercambio turístico entre los dos lados del Estrecho ocurrió en 2008, luego de la llegada al poder de Ma Ying-jeou en la ROC. Por primera vez se estableció un sistema permanente de vuelos directos entre Taiwán y el continente y se dio inicio a un programa especial para permitir la llegada a la isla de turistas chinos viajando de manera individual. (Antes de esto solo podía viajar un determinado número de turistas, en grupos y con itinerarios previamente aprobados por

los organismos responsables en Taiwán). Al principio el programa solo permitía la llegada de un número reducido de turistas en esta categoría, además de que el acuerdo solo permitía a residentes de 5 ciudades determinadas del continente, un número que ya se ha incrementado a 36 y con una cuota permitida de hasta 4,000 turistas al día.

El resultado de estos paulatinos convenios entre los dos lados del Estrecho, unido a los esfuerzos del gobierno para diversificar la economía local han dado como resultado que durante el año 2014 un número de más de 2 millones de turistas chinos visitaran la isla de Taiwán, siendo cerca de un tercio de estos, turistas viajando de manera independiente.

Por otro lado, una de las observaciones que he podido hacer es que, a pesar de que el gobierno y algunas empresas del sector privado están preparándose para seguir desarrollando la industria turística de la isla y seguir atrayendo a turistas del continente, para la mayoría de los taiwaneses es todavía difícil aceptar este cambio, sobre todo, cuando se hace tan evidente el número de turistas del continente. Dado que la industria del turismo es una industria de servicios, lo que implica servir (valga la redundancia), y dado que, además de las viejas diferencias políticas, viéndose generalmente y durante mucho tiempo como superiores a los chinos del continente, a muchos taiwaneses se les hace muy cuesta arriba tener que servir de alguna manera a los “continentales”. Esta actitud de aversión a la presencia en masa de personas del continente en la isla ha creado en más de una ocasión alguna situación desagradable.

#### RESPUESTA DE SONIA FERNANDEZ BARRIO A JUAN ALFREDO SOTO

Muy amable Juan Alfredo, por contarnos en detalle histórico de Las relaciones entre la china continental y Taiwan. Tal es su apreciación que en chinese friendly contamos también algunos episodios históricos en nuestras formaciones para que por ejemplo en un hotel a un taiwanés le llamen taiwanés y no chino!! Conocer la diferencia de pasaporte es importante para el cómputo de incremento de chinos y sus ciudades de procedencia. Son datos cuanti y cualitativos interesantísimos !!

#### PREGUNTA DE ANDRE BUENO A TERESA MADUEÑO

Un texto revelador e impactante! En sus investigaciones, hay datos sobre si la explotación de las mujeres chinas sólo sirve a la comunidad china o el público en general? En Brasil, no tenemos noticias [o, no sabemos] de algo similar; sin embargo, la existencia de barrios asiáticos relativamente cerrados, en las grandes ciudades brasileñas, permite la existencia de un mismo tipo de tráfico. ¿Qué ocurre en España? ¿Estos clubs son exclusivos de los chinos, asiáticos, o asimilados en la sociedad en general?

#### RESPUESTA DE TERESA MADUEÑO A ANDRE BUENO

Muchas gracias Andre. En algunos de estos lugares donde se puede consumir prostitución, no sólo dirigidos a españoles sino también a chinos. Existe por tanto publicidad en chino y en español. Incluso los encargados o encargadas pueden tener dos teléfonos de contacto: uno para clientes chinos y otro para clientes españoles. Es decir, hay lugares donde solo van chinos y lugares donde van chinos y españoles. Obviamente por encontrarse en España habrá más clientela española.



En mi opinión y según mi trabajo de campo, la existencia de este tipo de negocios ilícitos (si damos por hecho que, efectivamente, es trata y explotación de mujeres), no se ve favorecido por los barrios chinos, muy cerrados. Y es que aunque no especificamos la calle, número y piso o club de los lugares donde se ejerce la prostitución femenina china, hemos de decir que en el caso de Madrid, se encuentra prácticamente en toda la comunidad. Además, muchos de estos indicios se encuentran en sitio que no están en un barrio chino. No decimos la dirección porque queremos mantener la discrecionalidad y anonimato, aunque con los medios de comunicación de hoy en día cualquier persona puede acceder a esos sitios y ver que efectivamente se localizan en toda la Comunidad de Madrid. No conozco la situación de este fenómeno en otras ciudades, aunque me encantaría investigarlo.

Personalmente, no creo que la existencia de barrios chinos agrave este tipo de fenómenos. Creo que son otros factores los que producen y hacen que persista la prostitución, la trata y explotación de mujeres. Por ejemplo: la pervivencia de los valores patriarcales basados en la desigualdad de género donde el derecho/ necesidad a la satisfacción sexual masculina se da por hecho y ello provoca la normalización de la existencia de una clientela masculina de prostitución. O también, la corrupción y falta de investigación por parte de la autoridades. Y por supuesto las voces calladas de la sociedad ante esta clase de fenómenos, ya que mientras no se vean, no molestan.

#### PREGUNTA DE FERNANDO REYES MATTA A JUAN FRANCISCO ARENAS

Muy interesante este trabajo y enriquecedor para entender el proceso de cambios productivos que vive China y, especialmente, la nueva cultura empresarial en marcha. En ese marco, dos preguntas: ¿cómo relacionas este panorama con la llamada "nueva normalidad" de la que habla el actual gobierno, concepto poco debatido en occidente, más preocupado en subrayar la ralentización económica? En otro aspecto, ¿es esta nueva generación de empresarios la que también está haciendo que China se convierta ya en el segundo país a nivel internacional en inscribir patentes? Gracias

#### RESPUESTA DE JUAN FRANCISCO ARENAS A FERNANDO REYES MATTA

Estoy profundamente agradecido por sus reflexiones. Trataré de dar respuesta a las mismas.

China se encuentra en una encrucijada: la bonanza material y el progreso social y educativo tras más de 35 años de reforma y apertura económica exitosa. Es evidente que la nueva sociedad china ha evolucionado hacia posturas exigentes. Ése es uno de los principales retos que tiene el gobierno de Beijing, con el mandatario Xi Jinping al frente, graduando y modulando el avance en los principios de reforma política de sus antecesores Hu Jintao y Wen Jiabao.

En plena campaña anticorrupción e higienización del Partido Comunista de China, otros frágiles frentes parecen abrirse camino, como la censura en Internet, la influencia de competidores estratégicos que obligan a doblegar la diplomacia o la que usted apunta, el inexorable devenir de un cataclismo económico que detone en una nueva crisis a nivel mundial ante "indicios" de agotamiento de modelo expansivo.

Tal vez la moderación del crecimiento (algo superior al 7 por ciento para 2015) simplemente obedezca a la prudencia ante un exceso que lleva repitiéndose desde hace

más de 35 años .No puede negarse que corren tiempos turbulentos en la economía global, y las oportunidades de negocio no son una excepción, pero si algo debe reconocerse en esta fascinante civilización es la asunción del riesgo y una cultura milenaria, basada en el honor, el trabajo duro y en definir una meta a medio-largo plazo . El pragmatismo colectivo, fruto de una actitud difícilmente comprensible para un occidental como yo, así como con una actitud de adaptación sin parangón, han convertido China en un país moderno y avanzado, que requiere romper corsés y clichés de difícil mutación, y los emprendedores chinos lo saben. No debemos olvidar el salto hacia adelante que supone una economía creativa e inventiva, que deje atrás el "made in China" por el "created in China", lo cual exige garantizar los derechos de sus ciudadanos, situación difícilmente asumible si la salvaguarda del liderazgo del PCCh pasa por utilizar el puño de hierro con un guante de seda.

Respecto a la segunda pregunta, estoy convencido de que si no se crea ciencia no hay innovación de verdad. Sin embargo si esa invención no se protege con el derecho de propiedad industrial, difícilmente podrá explotarse comercialmente. Esta lección empresarial, aprendida en las Escuelas de Formación y en programas de Emprendimiento protagonizan en la actualidad que China se haya convertido en una potencia hegemónica, según se desprende del último informe de la WIPO (World Intellectual Property Organization). Efectivamente, sobre un número de solicitudes de patente de más de 2,6 millones, al gigante asiático le corresponde un 32 por ciento de estas cifras, con una distribución diferenciada en tecnología informática, maquinaria eléctrica, medición y comunicación digital y médica.

Este liderazgo y tasa de crecimiento en patentes y marcas es uno de los componentes fundamentales en la producción y distribución de bienes y servicios y por ende uno de los indicadores principales en la economía del conocimiento, de su capacidad de investigación científica y del calado de competitividad de sus emprendedores, que parten de una situación hegemónica que avance en la conciliación del “sueño Chino”, lo que ha llevado a la concienciación global de que para el lanzamiento y comercialización de productos en el mercado chino es casi obligatorio tramitar la solicitud a través de la autoridad estatal ( Oficina Estatal de la Propiedad Intelectual de China) ya que la mayoría de los bienes que se producen o ensamblan son de propiedad intelectual extranjera.

**XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX**

**PREGUNTA DE ANDRE BUENO A ANABELA SANTIAGO**

Excelente artigo sobre a conciliação do moderno e do tradicional no âmbito do pensamento comercial chinês. Todavia, queria perguntar: não seria possível pensar que o discurso harmônico não teria inspiração Confucionista ou mesmo, Legalista, para além do taoísmo?"

**RESPUESTA DE ANABELA SANTIAGO A ANDRÉ BUENO**

Obrigada Andre pelo interesse demonstrado no meu artigo. De facto, o mesmo centrou-se no Taoismo, mas a minha reflexão também se poderia ter estendido ao Legalismo e

ao Confucionismo. Talvez numa próxima oportunidade....

Relativamente ao Confucionismo, apraz-me dizer que influencia muito a vida dos Chineses: quer a vida social, quer a vida econômica e política. No entanto, na minha opinião talvez não evidencie tanto esta dualidade a que me refiro no meu artigo, essa é mais visível no Yin e no Yang, sem dúvida. O Confucionismo prende-se mais com o caráter tradicionalista que os chineses incutem por exemplo no seu discurso na arena internacional e no seu modo de realizar negócios apesar da sua abertura ao Ocidente (aplicação do respeito pelas 5 relações base de uma sociedade harmoniosa, princípios gerais do Confucionismo, não-ingerência nos assuntos internos de cada País, etc). É uma matéria muito vasta e há muitos estudos controversos, mas como disse, quem, sabe se possa explorar num futuro Simpósio. Mais uma vez obrigada pelo seu interesse.

#### PREGUNTA DE JUAN FRANCISCO ARENAS A SONIA FERNANDEZ BARRIO

Excelente ponencia. Me ha parecido muy ilustrativa e interesante. Mi pregunta es referente al turismo chino de lujo. Los compradores chinos con alto poder adquisitivo suelen interesarse por determinados artículos como perfumes, relojes, ropa exclusiva de marca y alta cosmética; desde su punto de vista, ¿qué atractivos puede ofrecerse a estos millonarios y multimillonarios desde la perspectiva de su ponencia en referencia al turismo receptor chino en España?

#### RESPUESTA DE SONIA FERNANDEZ BARRIO A JUAN FRANCISCO ARENAS

Muchísimas gracias Juan Francisco por tu interés y tu pregunta.

Los ricos chinos cuando viajan compran lujo que en su país es más difícil de adquirir como unidades de series limitadas de relojes, de iphone, de coches, diseños exclusivos de joyas, prendas de alta costura, vinos reliquia , etc.

Y en este sentido en España tenemos grandes diseñadores de joyas, vinos, moda...pero enfocarse a este target como receptivo es complicado porque es muy minoritario y altamente caprichoso. Es decir, una ruta a medida para una pareja rica se hace y rehace muchas veces y generan mucho trabajo aunque la recompensa (económica) sea grande, vivir solo en España de este perfil de turista chino actualmente no parece muy rentable, porque España no es lo suficientemente atractiva y cara para ellos, pero lo peor, es que no estamos posicionados en su mente como destino de lujo.