

El protocolo de negocios en China, Chongqing.

Trabajo final de máster

UOC

Arlet Galvan Soler

Màster universitari de Comunicació Corporativa, Protocol i Esdeveniments/ Máster universitario de Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos

TIPOLOGÍA DE TFM: Modalidad B (disertación-investigación empírica)

TUTOR/A ACADÉMICO/A QUE ASUME LA DIRECCION DEL TFM: Lluís Burillo Toledano

POBLACIÓN Y FECHA:



Índex

Resumen	4
1. Introducción	7
2. Justificación de la propuesta	7
3. Objetivos del TFM	8
4. Preguntas de investigación e hipótesis	9
5. Marco teórico	10
5.1. El confucianismo: valores diferenciales con occidente	10
5.1.1. La Jerarquía	11
5.1.2. <i>Lie jje</i> : el arte de la educación.	11
5.1.3. Mianzi	12
5.1.4. Guanxi	12
5.2. Chongqing: Una ciudad en crecimiento	14
5.2.1. Población	14
5.2.2. Economía	15
5.2.3. Medios de transporte	15
6. Metodología	16
7. Reglas del protocolo chino aplicadas a la ciudad de Chongqing	16
7.1. Protocolo en las reuniones de trabajo	17
7.1.1. Saludos y despedidas	18
7.1.2. Puntualidad	19
7.1.3. Forma de dirigirse al interlocutor	20
7.1.4. Tarjetas de visita	20
7.1.5. Organización de los asistentes	20
7.1.6. Protocolo de vestimenta	22
7.1.7. Los regalos y los sobres rojos	23
7.2. Protocolo en el banquete	24

7.2.1. Ordenación y configuración de la mesa	24
7.2.2. Temas de sobremesa	26
7.2.3. Comida: el hot pot	27
7.2.4. La bebida	28
8. Conclusiones	30
9. Limitaciones, aportaciones y futuras líneas de investigación.	32
10. Bibliografía	33
11. Apéndices	35

Resumen

China se ha convertido en una potencia mundial, despertando el interés de los países extranjeros debido a las múltiples oportunidades comerciales que ofrece. Las ventajas del mercado chino son en primer lugar, los precios competitivos que abarca la marca "made in China" que permite la compra de productos a precios bajos. Y, en segundo lugar, el gran índice de población del país ofrece un amplio mercado de consumidores. China es un país que empezó a industrializarse de forma masiva en los años ochenta, pero, a pesar de que ya se ha abierto al extranjero, intentan no perder las costumbres y tradiciones características del país. Como consecuencia de este arraigo cultural, nos encontramos con que el protocolo es muy riguroso, un ejemplo de ello es el protocolo de los negocios.

El protocolo de los negocios en China ha sido objeto de estudio por parte de múltiples estudiosos, nosotros en este trabajo pretendemos estudiar la aplicación del protocolo de negocios en Chongqing, para comprobar si este protocolo dependiendo de la región o ciudad presenta variaciones.

Para proceder a esta investigación en primer lugar, investigaremos algunos factores tradicionales de la cultura, provenientes del confucianismo, que afectan en el protocolo de los negocios: la jerarquía, el *Lie jie*, el *Mianzi* y el *Guanxi*.

En segundo lugar, se presentará la ciudad de Chongqing y las características que hacen de esta ciudad un lugar con potencial para establecer futuras negociaciones.

Y, por último, trataremos algunas de las características del protocolo chino comparándolas con las opiniones que tienen los empresarios en Chongqing a través de una entrevista realizada a una local y una encuesta realizada a 15 empresarios de la zona.

Las hipótesis de las que se parte antes de empezar el trabajo son que en China existe un protocolo de negocios riguroso y detallado, debido a que en diversas disciplinas comparten estas características, un ejemplo bastante más conocido es la ceremonia del té. Eso se debe a que estamos ante una cultura milenaria en la que tanto el gobierno como la población hacen sus mejores esfuerzos por conservarla. La siguiente hipótesis es que debido a la distancia geográfica que hay entre las ciudades chinas, se han desarrollado algunos comportamientos protocolarios diferentes en la ciudad de Chongqing.

Después de la investigación se ha corroborado que el protocolo chino no solamente es riguroso, sino que además cuenta con unos actos detallados que deben realizarse en

situaciones concretas, hemos podido ver cómo se aplica el protocolo de negocios en las reuniones y en el banquete. Después de la investigación podemos concluir que el protocolo chino oficial que se da en China es igual que el de Chongqing, las gestualidades y actos no presentan ninguna diferencia relevante. Pero, sí que se han encontrado algunas diferencias en el pensamiento de las personas, en la lengua y en la gastronomía que afecta al proceder del banquete. Podríamos decir que la sociedad de Chongqing ha desarrollado una personalidad propia de un colectivo, que influye en la negociación con los empresarios de la zona. Por lo tanto, se han podido obtener algunas características que sin duda pueden servir de mucha utilidad a los empresarios que quieran iniciar sus negocios en esta ciudad.

Abstract

China is one of the most powerful countries, companies around the world try to establish relationships with this country to have better opportunities in their business. They try to enter to the Chinese market because of the multiple consumers or buying products made in China, because of the competitive prices. China is a country that began the industrialization in the eighties, but, although it has been opened to the international world, they try not to lose Chinese costumes and traditions. This research aims to focus on the business protocol in China, the objectives of this investigation are, first, investigate some traditional factors of Chinese culture that affect the business protocol: hierarchy, Lie jie, Manzi and Guanxi. Also, the actual protocol that we find in the business meeting and in the banquet. Secondly, it is to present Chongqing city and its characteristics that make this city such an interesting place to establish future negotiations. And finally, discover what are the protocol variations for the specific point of view that entrepreneurs have in Chongqing, in order to understand this marker and how to reach it, for this, we have made an interview and a questioner that 15 business man of the city have participate.

The hypotheses from which we departed before starting the work is that in China, they are used to have a rigorous and detailed business protocol, because in various disciplines they share these characteristics, for example we can see that in the tea ceremony. We can not ignore that they have an ancient culture in which both the government and the population make their best effort to preserve it. The next hypothesis was that due to the geographical distance between the Chinese cities, some different protocol behaviors had developed in the city of Chongqing.

After the investigation it has been corroborated that Chinese protocol is not only rigorous but also has very detailed acts that must be carried out in specific situations, we have also got the idea that these acts occur in all Chinese cities. However, to our surprise we have

been able to verify that the official Chinese protocol that is given in China is the same in Chongqing, the gestures and acts do not present any relevant differences. But we found some differences in the way of people think in this city form others, many differences in the gastronomy that affects the proceeding of the banquet, and finally, a society that presents a different personality. Therefore, we have been able to obtain some differences that we think that can be interesting for those people who wants to start a business in Chongqing.

Palabras clave: China, protocolo de negocios, etiqueta, negocios, protocolo en China.

1. Introducció

En este trabajo está enfocado en la rama del protocolo, más específicamente en el protocolo de los negocios de China. Durante el proceso de negociación los empresarios extranjeros, se encontrarán con dos partes: La reunión de negocios y el banquete, ambos presentan contextos diferentes, pero coinciden en que son actos con un protocolo muy marcado. Para hacer negocios con China es necesario conocer este protocolo y las costumbres del país, por ese motivo, en el presente trabajo vamos a hablar de estas costumbres milenarias y tradicionales que tanto influyen en la sociedad y vamos a repasar algunas de las normas protocolarias más importantes con la ayuda de los autores especializados en la cuestión.

Es cierto que debido al crecimiento económico de China y su importancia a nivel mundial muchos estudiosos se han dedicado al estudio de estas costumbres, y actualmente podemos encontrar una bibliografía bastante rica.

No obstante, siempre se habla de China de manera singular sin mencionar todas las étnicas, culturas y dialectos que se hablan. En este trabajo lo importante no es el estudio de las costumbres protocolarias chinas, sino la observación de cómo estas costumbres se aplican en la sociedad de Chongqing y si encontramos algunas variables en el protocolo o en el carácter de los locales, que sea de utilidad para aquellos que quieran hacer negocios es esta parte del país.

Para realizar esta parte de investigación vamos a contar con una entrevista que se realizará a una local de la ciudad, en la que podremos profundizar más en algunas cuestiones protocolarias. Y, después, para contrastar y completar la información se realizará una encuesta a través de Wechat (una aplicación china), a diferentes empresarios locales de la ciudad para que nos ofrezcan, aunque en menor profundidad, su punto de vista.

2. Justificación de la propuesta

China en 2018 aportó un 31,5 % de la producción mundial, según El Economista (2018), situándose como la primera potencia mundial debido a los precios tan competitivos de sus productos. Otra de las oportunidades que ofrece para las empresas extranjeras es la de incorporar sus productos en su mercado debido a los altos índices de población y por ello

a un mercado con tantos posibles consumidores, por lo que muchas empresas establecen relaciones con China con la esperanza de prosperar sus negocios.

España también ha llegado al país asiático, aunque con menos fuerza que otros, no obstante, según La Revista de Estudios de política exterior (2018), en solo tres años, la presencia de empresas españolas en China ha aumentado un 70%, y se espera un mayor crecimiento en los próximos años.

China es un país que se considera como una buena oportunidad para abrir mercados y hacer negocios. No obstante, la competencia para acceder al mercado chino es muy agresiva y no todas las empresas lo consiguen. Desde este trabajo queremos resaltar la importancia de conocer el protocolo de negocios que se da en China y las variaciones que se puedan encontrar en la ciudad en la que se establezcan los negocios, por eso en esta investigación vamos a hablar específicamente de la ciudad de Chongqing.

China empezó su desarrollo industrial de manera acelerada en los años ochenta y a pesar de que se ha convertido en una potencia mundial y ha abierto su mercado los extranjeros, se resisten a renunciar a sus raíces y todas aquellas tradiciones chinas que intentan preservar (Montoya,2011), por eso es importante conocer el protocolo de negocios que se da en China.

Se ha escogido la ciudad de Chongqing en cuanto al estudio del protocolo y de costumbres, ya que es una ciudad emergente que puede ofrecer muchas oportunidades y no está tan explotada debido a su ubicación ni es tan conocida internacionalmente como las ciudades del litoral este de China: Shenzhen, Shanghái, Guangzhou o Hong Kong.

3.Objetivos del TFM

A continuación, vamos a presentarles los objetivos de nuestra investigación, que pretenden ser el objeto de estudio del presente trabajo:

1. Describir el contexto socioeconómico de la ciudad de Chongqing.
2. Enmarcar el protocolo de negocios en el contexto sociocultural de la ciudad de Chongqing.
3. Investigar cuál es la visión que los empresarios de Chongqing tienen sobre el protocolo que se aplica en la ciudad.

A través de los presentes objetivos se realizará un estudio, que pretende responder a las preguntas de investigación que se plasman en el apartado siguiente.

4. Preguntas de investigación e hipótesis

En el presente estudio se van a plantear una serie de preguntas, que van a servir como línea de investigación para la elaboración del trabajo. Además, al final de este proyecto se espera poder responder académicamente y con unos fundamentos teóricos a las siguientes cuestiones planteadas:

1. ¿Cuáles son los fundamentos culturales del protocolo chino?
2. ¿Cómo es el protocolo de negocios en Chongqing?
3. ¿Qué diferencias encontramos en el protocolo de negocios de Chongqing?

Previamente al estudio del tema en cuestión, se parte de unas hipótesis que pretenden ser demostradas.

Es evidente que entre occidente y oriente existen unas diferencias culturales debido a la lejanía territorial. A pesar de la globalización mundial, entendemos que China debido a su reticencia ante lo extranjero y su hermetismo, que ha ido menguando, presenta una preservación cultural y tradicional más fuerte que otras regiones de Asia. Por lo tanto, la primera hipótesis que tiene referencia con la primera pregunta de investigación es que, debido al énfasis del gobierno chino por la preservación cultural y la misma cultura propia del país suponemos que esto ha influido en que los empresarios chinos prefieran seguir el protocolo de negocios chinos.

En cuanto a la segunda pregunta que planteamos, a pesar de no tener ningún conocimiento del protocolo empresarial chino, suponemos que se trata de un protocolo bastante riguroso y concreto, debido a que una de las características de la cultura china es el detalle. Eso se puede apreciar en otro tipo de protocolos como la ceremonia del té cuyo ritual está basado en el detalle de múltiples acciones para servir el té de forma correcta.

Y, finalmente, contestando a la última pregunta, creemos que, a pesar de la influencia del gobierno central por mantener la unidad en el país, se encuentran diferencias en el protocolo empresarial chino en la ciudad de Chongqing. No podemos obviar que China es un continente con una gran extensión territorial, con diferentes culturas e incluso lenguas, por lo tanto, planteamos la idea de que en este protocolo chino se encuentran diferencias aplicables a la ciudad de Chongqing.

5. Marco teórico

El marco teórico va a estar dividido en dos partes: *El Confucianismo: los valores diferenciales con occidente* y *Chongqing: una ciudad en crecimiento*.

En la primera parte se van a explicar unos valores provenientes de la filosofía confucionista: la jerarquía, el Lie jie, el Mianzi y el Guaxi. Todos estos valores están presentes en la sociedad China actual e influyen de manera directa el protocolo y pensamiento de negociaciones, por lo tanto, para poder comprender muchos procederes protocolarios primero es importante indagar en sus orígenes.

En el segundo punto se presentará la ciudad que será estudio de nuestra investigación: Chongqing. Se considera importante situar la trayectoria de esta ciudad para entender su origen y, por lo tanto, comprender mejor a sus habitantes. Y, ofrecer una panorámica general de los servicios que alberga esta ciudad y su industria para poder ofrecer una visión más detallada del potencial de esta ciudad.

5.1. El confucianismo: valores diferenciales con occidente

Como nos indica El director de del círculo de negocios de Casa Asia, Amadeo Jensana Tanehashi, (2004): “El confucianismo es un código de conducta acerca de la correcta actitud personal con respecto a la sociedad”. Esta corriente filosófica tiene un gran impacto en la forma de concebir las relaciones personales en la sociedad china actual, las relaciones sociales según el confucianismo tienen unas obligaciones que deben cumplirse para poder convivir en una sociedad armónica. El incumplimiento de estas reglas sociales no escritas causa un rechazo social, por ese motivo, es importante que las empresas que quieran establecer lazos con China sean conscientes de la importancia de estos valores orientales y el cumplimiento riguroso de ellos.

Debemos tener en cuenta que el confucianismo en la China actual no se debe a una devoción religiosa, es el fruto de unas conductas sociales que han quedado arraigadas en la cultura.

Siguiendo la clasificación de Mónica Li (2008), vamos a resaltar los principales valores que diferencian las sociedades orientales con las occidentales: la jerarquía, el Mianzi y el

Guanxi. Estas características ayudarán a los empresarios a entender el pensamiento y el comportamiento de los chinos.

5.1.1. La Jerarquía

La jerarquía es una de las características confucianistas que ha dejado mayor impacto en la sociedad china. Esta organización jerárquica se puede apreciar, en primer lugar, y en el más evidente, en la estructura gubernamental del país. También se da en los ámbitos empresariales, tanto en grandes como en pequeñas empresas, y, en las relaciones personales. Se puede apreciar el respeto que existe ante el alumno-profesor y hacia la gente mayor.

Tanehashi (2004) enumera las características de la jerarquía y sus efectos:

Creación de estructuras verticales con distribución de poder según el rango de cada persona, que se traducen en burocracia.

Falta de discusiones constructivas entre diferentes capas de poder.

Falta de iniciativa individual para la solución de problemas, especialmente si la iniciativa puede llevar a una confrontación con superiores jerárquicos.

Tolerancia sobre las contradicciones y aceptación de las ambigüedades, al mismo tiempo que se intenta evitar riesgos.

Como se puede observar en estas características, la jerarquía no es solamente un acto protocolario, es una forma de actuar y entender la sociedad china. En consecuencia, se establece un protocolo más rígido, que debe seguirse para no ofender a los empresarios chinos de más rango. Por ejemplo, como indica Zitzmann (2011) es muy importante el orden jerárquico en el que se sientan en la mesa, tanto en la de negocios como en la del banquete. El anfitrión debe sentarse en frente de la puerta, los demás deben esperar a que se les indique su lugar en la mesa si no hay ningún cartelito que lo indique.

5.1.2. *Lie jie*: el arte de la educación.

La postura de los empresarios chinos durante las negociaciones será la de evitar los conflictos, la filosofía confucionista predica la paz y la evasión de los actos que causen problemas. No mostrar las emociones es una forma de evitar el conflicto, por ello se espera que los empresarios extranjeros tampoco muestren las suyas o lo hagan de una manera que no ofenda al otro. La negación rotunda, es decir, la palabra “no” no está bien vista

durante las negociaciones, por lo que se espera que los empresarios extranjeros no la empleen. Utilizando otras palabras que denoten lo mismo (es decir, “no” pero sin decirlo de manera directa), los empresarios chinos entenderán que es un “no”, pero de una manera más sutil y elegante, evitando siempre el conflicto.

Como bien dice Monica Li (2008): “Saber comportarse en todas las situaciones en las que se encontrará durante sus negocios en China es fundamental para la consecución de sus propósitos”.

5.1.3. Mianzi

Mianzi (面子) significa *cara*, podríamos traducirlo al español como *el prestigio de una persona*. Siguiendo a Liang-Hung (2011) incluimos esta característica de la cultura china dentro de las dinámicas del *Guanxi*, que veremos a continuación.

El prestigio personal es un factor muy importante en China, los chinos en general están muy preocupados de poder perder su ‘cara’, es decir, su reputación. Eso se debe a que este factor va ligado a su rol social, una persona que pierde su *Mianzi* pierde su reputación social y laboral.

Esta ideología trasladada al mundo empresarial significa que una persona que pierde su *cara* también perdería sus negocios, porque perdería la confianza de sus socios.

Por ese motivo, como propone Tanehashi (2004): “ Es importante utilizar las oportunidades que se presentan para elogiar la conducta de los interlocutores chinos ante sus colegas o superiores, con el consiguiente efecto favorable que esto puede tener para su reputación.”

Los empresarios chinos van a agradecer este gesto y van a intentar devolverte el favor además de ofrecerte su confianza. En cambio, una desacreditación pública de un empresario chino ante sus superiores o trabajadores es un acto moralmente condenado que haría peligrar una relación empresarial de manera instantánea.

5.1.4. Guanxi

“La palabra Guanxi puede ser traducida literalmente como relación, desde una perspectiva más práctica puede entenderse como contrato o conexión” (Tanehashi, 2004). El Guanxi son las relaciones y las conexiones que se establecen con los demás, se podría considerar un *networking*. Para que esto funcione deben seguirse unos principios de compromiso que

ambas partes deben respetar para que se de esta relación. Para la siguiente clasificación utilizaremos la propuesta por la mánger de Asia Internacional SL (2008):

La reciprocidad, los favores se reciben y se devuelven.

Tienen que haber un balance entre los favores personales que se hacen y los que se piden, si este equilibrio no se da, seguramente la relación se romperá a corto plazo. Es importante tener en cuenta que siempre que se pide un favor personal a un chino, este siempre va a esperar que este favor sea devuelto, no importa el espacio temporal. El incumplimiento de esta premisa hace que la persona que no cumple pierda su *Mianzi*, por lo tanto, su prestigio social.

La firmeza, las relaciones suelen ser duraderas e intransferibles.

Las relaciones de *Guanxi* que se establecen suelen durar más que los acuerdos comerciales. Se debe tener en cuenta que esta relación de *Guanxi* traspasa lo profesional, ya que se convierten en relaciones interpersonales. Por lo tanto, se espera que sean duradera, los chinos no están interesados en relaciones a corto plazo.

La conectividad: interrelación entre las partes.

Esta interrelación que se da en las partes y esta conexión está ligada, como se ha comentado, a un ámbito de relaciones personales que superan las razones profesionales. En consecuencia, se establece una "amistad" y "confianza entre ambas partes, esto sumado a la longevidad de la relación, hace que en ocasiones se añadan terceros a esta relación. Por ejemplo, si una empresa española ha trabajado con anterioridad con una empresa china exportando quesos y han establecido una relación de *Guanxi*, esta misma empresa española puede contactar a la empresa china, preguntándole por una empresa que esté interesada en comprar jamones. Entonces, a esta relación se añadiría un tercero. Esto es algo muy ventajoso porque ayuda a establecer conexiones.

5.2. Chongqing: Una ciudad en crecimiento

Chongqing (重庆) es una provincia/ ciudad¹ situada en de China, al lado del río Yangse. Debido a las altas temperaturas que se dan en verano, hasta cuarenta grados, es popularmente conocida como uno de los tres hornos de China. La lengua oficial es el chino mandarín, no obstante, los habitantes de la ciudad en su vida cotidiana hablan, en su mayoría, el dialecto llamado *chongqinghua*.

5.2.1. Población

Siendo una de las ciudades más pobladas de China, con más de treinta millones de habitantes, se ha visto sobrecogida por una sobrepoblación y un crecimiento tanto económico como tecnológico que algunos sectores de la población, provenientes de zonas más rurales, no han podido seguir. Es fácil ver en la ciudad el contraste de la más alta tecnología con la utilización de medios rudimentarios y anticuados.

Chongqing no siempre gozó de esta industria y población, fue durante la guerra entre China y Japón que la población de la costa este, temiendo por su seguridad tras la ocupación japoneses en 1938, decidió mudarse a una zona de la China interior que no despertaba interés debido a su terreno montañoso. Junto con la llegada de nuevos habitantes a Chongqing empezó a crecer tanto la población como la economía, siendo hoy en día una ciudad desarrollada y moderna, repleta de rascacielos en los cuales encontramos el rascacielos horizontal más alto del mundo, llamado *The Crystal*, una construcción arquitectónica de 2019.

La personalidad de los habitantes es un rasgo que define a la ciudad, a los habitantes de Chongqing se les caracteriza por ser personas abiertas, cálidas y directas.² Las respuestas que se obtuvieron en la encuesta reafirman estas impresiones personales y añaden otros datos muy interesantes, por ejemplo, que las personas de Chongqing son más francas y directas. También nos hablan de que las mujeres tienen una personalidad bastante fuerte y que toman roles más importantes que en otras ciudades,

¹ En 1996 Chongqing pasó de ser una ciudad a una provincia. Chongqing representa el centro urbano, la capital, pero su extensión abarca pueblos de sus alrededores.

² Esta afirmación se basa en las opiniones que hemos extraído de las encuestas y entrevistas a locales.

en las que el sector femenino tiene más dificultades para acceder a puestos importantes.³

5.2.2. Economía

Chongqing se caracteriza por haber tenido uno de los crecimientos económicos más rápidos en China, se han desarrollado diversas industrias que abastecen a toda China.

En el sector más destacado es el de la siderúrgica, la ciudad consta de una de las plantas más grandes de China. Como dicen en la Enciclopedia Británica (2018): “Los ricos depósitos de bauxita han hecho de Chongqing el mayor fabricante de productos de aluminio en China. Es también, el mayor productor de carbonato de estroncio, el cual es usado para la producción de gafas ópticas”⁴. Y, son pioneros en producción de maquinaria, químicos y fertilizantes, además de producir, aunque en menor medida, seda, algodón, jabón y velas.

Chongqing es una ciudad importante para el mercado chino, puesto que sus productos abastecen a gran parte del país, en especial, al suroeste por proximidad. Esta ciudad abrió sus puertas al mercado extranjero en 1890, pero su localización interior y alejada de los centros económicos chinos (Shanghái, Shenzhen, Guanzhou y Hongkong), han ocasionado que la influencia extranjera no esté tan presente en la ciudad.

5.2.3. Medios de transporte

Chongqing tiene todos los transportes y facilidades de una ciudad moderna, cuenta con una amplia línea de metro, autobuses urbanos, trenes regionales. Y, un aeropuerto propio (Chongqing Jiangbei) que atiende vuelos nacionales e internacionales.

Además, una de las características de esta ciudad es que está construida encima del río Yangze y conecta con el río Jiling, el río cuyo puerto sirve a toda la China suroeste. Por ese motivo, a pesar de que la ciudad no cuenta con un puerto marítimo, sí que cuenta con

³ No debemos olvidar que estos rasgos característicos de la sociedad en Chongqing son aportaciones de locales, por lo que seguramente no son completamente objetivas. Se necesitaría contrastar con datos recogidos en otras ciudades para contrastar estas afirmaciones, en este trabajo solo se propone una visión personal y de los empresarios encuestados de esta ciudad.

⁴ Traducción realizada por mí.

un puerto en el río que sirve para el transporte de mercancías. Es sin duda, una ciudad que tiene muy buenas conexiones.

6. Metodología

Este trabajo pertenece a la modalidad B ya que incluye un apartado teórico y uno práctico.

Para la realización del marco teórico se han seguido a los autores más destacados sobre la materia como: Tanehashi (2004), Escalpez (2007), García Tapio (2005), Holland (2015), Li (2008), Salamanca (2003), Zitzmann (2011) entre otros que pueden consultarse en la bibliografía. Este estudio nos ha permitido conocer que el confucianismo es una de las filosofías que más influye en el protocolo de negocios, y por ello, se ha dedicado la primera parte del marco teórico a la explicación de esta filosofía. En la segunda parte del marco teórico se ha presentado una visión general de la ciudad de Chongqing para situar a los lectores y que obtengan unas nociones generales sobre la ciudad que estamos presentando en esta investigación.

Para la parte práctica se combinan las investigaciones teóricas sobre el protocolo oficial chino de los negocios y el punto de vista de algunos empresarios chinos que nos explican cómo se aplican estos elementos protocolarios en la ciudad. Para ello se ha realizado una encuesta a 15 empresarios chinos natales y residentes de Chongqing y una entrevista a 唐春妍 (Coco) la directora de relaciones públicas de Harrow en la que se han abordado algunos de estos temas en más profundidad.

Me gustaría añadir que además de la información obtenida para la elaboración de este trabajo también añado mis conocimientos personales como residente de la ciudad desde 2018. Mi sector es el educativo, como profesora de español para una universidad de la ciudad. Pero, he tenido la oportunidad de vivir de primera mano las etiquetas protocolarias en los negocios, y por supuesto, el contacto directo con la sociedad de Chongqing.

7. Reglas del protocolo chino aplicadas a la ciudad de Chongqing

En este apartado está dividido en dos partes: las reglas del protocolo durante las negociaciones y las reglas del protocolo durante el banquete. Son dos situaciones

diferentes en las que los empresarios extranjeros van a encontrarse, pero ambas, con unas reglas protocolarias que recomendamos seguir.

Hemos podido ver en la investigación el efecto de la cultura china en el protocolo de los negocios actual afecta de forma homogénea a todo el país, pero en este apartado nos interesa es buscar las particularidades que se dan en la provincia de Chongqing.

Un 86,70% de los encuestados piensan que la personalidad de los habitantes de Chongqing es diferente que la del resto de China, frente a un 13,30% que opina que es la misma. En la búsqueda y en el análisis de las diferencias se pretende encontrar algunas características diferentes que ayuden a los empresarios españoles a adaptarse mejor al entorno. Porque a pesar de que los empresarios chinos se muestran, en general, comprensibles con algunos errores protocolarios que puedan cometer los empresarios extranjeros, un 53,30% de los encuestados opina que los empresarios deben conocer los procederes chinos. Frente a un 46,70% que se muestra más flexible con los errores protocolarios. No obstante, como comenta Coco en la entrevista:

Chongqing es una ciudad inclusiva que no solo abraza diferentes etnias, sino también diferentes nacionalidades y religiones. Sobre los errores de etiqueta que has mencionado, las personas de Chongqing, generalmente, buscan el mejor momento para señalar estos errores. Para que los extranjeros puedan corregir estos errores en el futuro e integrarse más rápidamente al entorno.

Con esta respuesta vemos que la aparente comprensión por los errores protocolarios de los extranjeros siempre espera ser corregida y que estos actúen y se comporten siguiendo el protocolo chino.

7.1. Protocolo en las reuniones de trabajo

El comportamiento de los empresarios, la manera de expresarse o los gestos son elementos que ayudan a los empresarios chinos a crear una imagen tanto de las personas como de la empresa a la que representan.

Como se ha visto en el punto anterior los chinos dan mucha importancia al protocolo siendo un factor que puede influir de manera directa en el resultado de la negociación. Como comenta Coco en la entrevista:

En Chongqing hay un fenómeno muy interesante con los empresarios. Si descubro que tengo los mismos intereses que tú, voy a estar más inclinada para escoger los productos de tu compañía, aunque tus precios no sean los más competitivos. Las personas prestan más atención a la lealtad y al peso de la amistad. Este punto es diferente comparado con otras ciudades chinas.

En esta cita se ofrece una de las claves fundamentales en las negociaciones en Chongqing: conocer bien la ciudad y sus costumbres para generar un sentimiento de simpatía, eso puede la diferencia entre ser los elegidos para a negociación. Por ello, en los siguientes apartados vamos a seguir ahondando en algunos conceptos importantes de los negocios y el pensamiento que los empresarios de Chongqing tienen sobre ello.

7.1.1. Saludos y despedidas

Siguiendo Haley Danielle Holland (2015) y a Jensana Tanehashi (2004) remontamos a un pasado histórico imperial en que encontramos el origen del saludo en China, que consistía en una reverencia, un movimiento que va desde los hombros hasta la cintura. Esta costumbre se fue perdiendo con el tiempo y hoy en día es una tradición obsoleta, el saludo ya está occidentalizado, por lo que es normal saludar dando un apretón de manos.

El apretón de manos no debe ser excesivamente fuerte ni prolongado, a los chinos no les gusta el contacto físico, por ello, hay que evitar que nuestra mano izquierda toque el hombro o brazo del interlocutor chino.

Para la despedida, se puede actuar de la misma manera que con el saludo, no obstante, siempre hay que estar atento a los movimientos que hacen los chinos y corresponderles con los mismos.

En la entrevista realizada a Coco (2019) nos da una visión conforme con la que encontramos en el protocolo estándar: "En general, en las reuniones de negocios, no habrá otras gesticulaciones, la mejor opción es un apretón de manos⁵". Lo mismo ocurre cuando contrastamos estas informaciones con la encuesta realizada a varios empresarios de

⁵ Traducción realizada por mí, el idioma original del texto es en inglés, por lo que en todo momento que citemos parte de las entrevistas se tratará de una traducción. La entrevista en versión original puede consultarse en el apartado de los anexos.

Chongqing, en la cual el 86,70% de los empresarios optan por el apretón de manos, siendo la mayoría.

Los datos nos marcan una regla protocolaria, pero los comentarios del cuestionario nos indican que los habitantes de Chongqing se diferencian con otras provincias de China, por ser personas cálidas y sociales como apuntan los empresarios encuestados. La misma Coco en la entrevista nos dice lo siguiente: " El carácter de las personas en Chongqing es como esta ciudad, el mar abraza todos los ríos. La gente en Chongqing es más entusiasta que en Shanghai y de trato más fácil que los de Pekín. Ellos son tolerantes con los problemas ajenos y errores, y están más dispuestos a hablar en un tono amistoso. Como resultado, la mayoría de los extranjeros tiene una cálida y agradable impresión de las personas de Chongqing". Esta es una impresión que como residente en la ciudad también he notado, los habitantes de esta ciudad, por lo general, muestran un comportamiento más sociable y afectuoso que en otras ciudades en las que he vivido.

7.1.2. Puntualidad

La puntualidad es un factor importante en China, es de buena educación llegar siempre a tiempo o incluso unos minutos antes, como dice Carmen Rodríguez Seva en su tesis (2013), puede considerarse como un acto de deshonra hacer esperar a un empresario chino.

Es aconsejable llegar un poco antes, por lo que las reuniones, en algunas ocasiones, pueden empezar antes de tiempo si las dos partes ya están presentes (Salamanca,2003). No se puede llegar demasiado pronto, porque si la otra parte no ha llegado todavía o no está preparada para la reunión, podría ocasionar la pérdida de su Mianzi (面子).

Estas afirmaciones también las encontramos en el punto de vista que nos ofrece Coco (2019) en la entrevista que se le realizó: " Las personas de Chongqing son muy puntuales, más de cinco minutos sería considerado irrespetuoso". Datos que se contrastan, otra vez, con los resultados de la encuesta. En la cual, un 86,70% piensan que la puntualidad es importante y deben llegar a tiempo. Un 6,70% encuentra que cinco minutos es aceptable y otro 6,70% piensa que podría esperar hasta diez minutos.

Con estos datos se confirma que, en la ciudad de Chongqing, de la misma manera que el resto de China, la puntualidad y el respeto por el tiempo del otro son muy importantes.

7.1.3. Forma de dirigirse al interlocutor

Siguiendo a la especialista en protocolo Carmen Cuadrado Esclapez (2007) destacamos que en china no se usa el primer nombre, siempre nos dirigiremos a nuestro interlocutor por su apellido. Este factor más que un hecho protocolario de los negocios es un factor cultural que viene inmerso en la misma lengua china. En chino mandarín, se pregunta por el apellido y cuando a persona se presenta primero nombra su apellido y después su nombre.

Además, si hablamos en chino se debería utilizar la forma de cortesía (您 usted), si utilizamos el español se emplearía el usted, por último, si la lengua vehicular es el inglés simplemente se añadiría las palabras señor o señora delante del apellido para mostrar más respeto.

El alto cargo de la empresa será el que se encargará de presentarse al máximo dirigente español, una vez los dos altos cargos se hayan presentado, el empresario chino presentará a su equipo, después el empresario español debe hacer lo mismo.

7.1.4. Tarjetas de visita

Siguiendo a Rodríguez (2013), las tarjetas de visita se entregan con las dos manos en dirección hacia el interlocutor para pueda leerla, es importante que el reverso esté en chino, para que no surjan confusiones idiomáticas. Cuando se recibe las tarjetas, también es apropiado recibirla con las dos manos, porque es una muestra de respeto, acto seguido debe leerse y guardarse en un sitio en la que podamos tenerla a mano en caso de necesitarla, en ninguna circunstancia guardaremos la tarjeta en los bolsillos traseros del pantalón porque puede ser tomado como una ofensa.

Esta es una práctica muy común en toda China, en lugares no esperados como un aeropuerto o en una cafetería, entables una conversación con alguna persona de nacionalidad china y acto seguido ellos se presenten ofreciéndote su tarjeta.

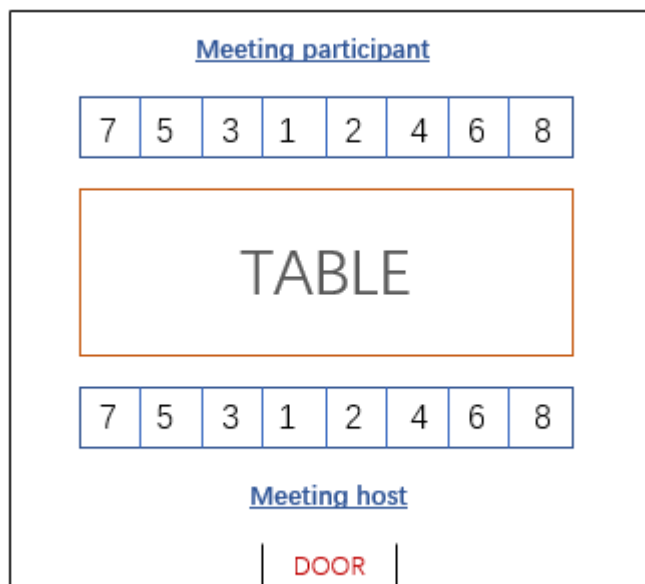
7.1.5. Organización de los asistentes

Las reuniones suelen darse en la sala de juntas de la compañía, los chinos dan por supuesto que el primero que entra en la sala de reuniones es la persona con un cargo más importante. El protocolo de entrada chino dicta que las personas tienen que entrar

siguiendo la posición jerárquica que tienen en la empresa, de más importante a menos. Es habitual que las negociaciones se den en una mesa occidental. Por lo tanto, lo más habitual es que las personas con un estatus más alto se sienten enfrente y los demás tomen el asiento en el bando de su empresa (García-Tapia, 2005).

Se puede apreciar que, en las reuniones de negocios, el uso mesa redonda está desapareciendo, la mesa europea rectangular es más usada en el mundo de los negocios de la China actual. Incluso en ciudades como Chongqing, en la que no se encuentra un contacto tan frecuente con empresas extranjeras se está dando este fenómeno, un 66,70% de los empresarios encuestados prefiere la mesa rectangular frente a un 33,30% que prefiere la tradicional mesa china redonda. Incluso en la entrevista con Coco, nos habla de que el uso de la mesa rectangular está más extendido en Chongqing. Este es un dato que nos sorprende y que nos reafirma, una vez más, que el carácter de las personas de Chongqing está abierto a nuevos cambios.

Siguiendo que en Chongqing el uso de la mesa rectangular está más extendido en las negociaciones, les ofrecemos una propuesta de organización de los empresarios en una sala de reuniones que nos ha ofrecido la entrevistada Coco y que a la vez concuerda con las indicaciones teóricas que propone Tanehashi (2004):



El esquema de organización que siguen los empresarios en Chongqing es idéntico al que nos propone el autor Tanehashi. El empresario más importante, el número uno, debe colocarse en el centro, los invitados, en este caso la empresa española, de espaldas a la puerta y los empresarios chinos mirando hacia la puerta. Además, nos añade más información, que es la ordenación de los invitados, se sigue una ordenación lineal en la

que se clasifica a los empresarios según su cargo en la empresa, contra más alto sea el cargo más cerca estarán del número uno.

En el caso de que la negociación sea en una mesa de estilo asiática, redonda, el máximo representante de la empresa española se sentará a la izquierda del representante de la compañía china. Este modelo está realizado para que los máximos representantes hablen y los demás, a no ser que asistan para eso, no deben interferir en la negociación.

7.1.6. Protocolo de vestimenta

El protocolo de vestimenta en las reuniones de negocios va a variar dependiendo del área geográfica en la que nos encontremos.

En líneas generales como bien indica García-Tapia (2005): "Los chinos esperan que los empresarios extranjeros vayan bien vestidos. No obstante, es importante señalar que muchos empresarios chinos visten de manera informal para asistir a las reuniones de trabajo."

Ante la posible duda es mejor optar por un estilo formal con colores oscuros y de un carácter más conservador. Siguiendo la tesis de Rodríguez Seva (2013) comentaremos algunas recomendaciones estilísticas tanto para hombres como para mujeres.

Para las mujeres es recomendable no abusar de los accesorios ni del maquillaje, así como utilizar prendas que cubran los hombros, el escote y la espalda. También se aconseja que las mujeres si utilizan traje con falda, esta sea por debajo de las rodillas.

Para los hombres se recomienda el uso de traje chaqueta con colores apagados como el beige y el marrón, evitando los colores demasiado llamativos o brillantes. Se aceptan los jeans en situaciones informales tanto para hombres como para mujeres, pero no pantalones cortos.

Este es un protocolo que también se da en Chongqing, en la entrevistado nos comentaba que se espera que durante las reuniones oficiales se empleen unos atuendos con traje, tanto para mujer como hombre. Para las reuniones extraoficiales se aceptan prendas casuales.

Debemos tener en consideración que el clima en Chongqing en verano puede llegar hasta los cuarenta grados, por ello, se aceptan materiales más ligeros como el lino y un estilo menos rígido que el norte, cuyo tiempo es más frío y permite el uso de prendas más rígidas.

Chongqing es una ciudad preparada para el verano y todas las oficinas cuentan con potentes aires acondicionados que hacen posible el uso de camisas de mangas largas sin sentir el sofocante calor.

7.1.7. Los regalos y los sobres rojos

Siguiendo a José Luis García-Tapia Bello (2005) vemos que los regalos tienen una gran importancia en la tradición china, puesto que ya en la antigüedad era una práctica común que mostraba cortesía y buena educación.

Actualmente se debe considerar ofrecer regalos modestos en los primeros encuentros, puesto que el interlocutor podría interpretarlo como un soborno o como un acto de superioridad, ya que después los empresarios chinos deben devolver esta cortesía.

El regalo se entrega de manera directa a la persona que tenga una mayor representación en la empresa, en caso de que solo sea un obsequio, con las dos manos. El receptor del regalo tendrá que rechazarlo, por protocolo, hasta tres veces, si después de tres veces sigue sin querer aceptarlo significará que realmente no lo puede aceptar.

Lo mismo deberán hacer las empresas españolas cuando los empresarios chinos les obsequien algo, rechazarlo por lo menos una vez. Los obsequios no pueden abrirse delante de la persona que los ha entregado y, el envoltorio del papel no debe ser blanco, ya que simboliza el funeral ni amarillo con letras negras que también tiene una connotación relacionada con la muerte. Se aconseja utilizar un papel de envolver de color rojo, que representa el color de la bandera del país, provocando sentimientos positivos.

“Los regalos mejor aceptados para dar a una empresa son las artesanías de nuestro país de origen y los libros que hablan de las costumbres, historia o geografía de nuestro país (o de la región o zona de la que venimos). Debemos asegurarnos de llevar una cantidad de regalos suficiente para corresponder con algún otro regalo que nos puedan hacer por sorpresa durante nuestra visita. Los regalos de alimentos son aceptables, pero no son los más adecuados. Lo mismo ocurre con los dulces y las cestas de fruta, que son mejor aceptados si se envían

con posterioridad a una fiesta o encuentro y se envían como muestra de gratitud por la velada. No obstante, ellos no consideran buenos regalos este tipo de productos.” Protocolo.org (2019).

No se pueden olvidar todos aquellos objetos comentados anteriormente que tienen una simbología negativa, por ejemplo, el reloj que en chino tiene una pronunciación parecida a la palabra muerte, o unas tijeras que indican el corte de una relación.

7.2. Protocolo en el banquete

Durante el banquete, la comida que comparten los empresarios chinos con los españoles, se van a estrechar los lazos de amistad y el Guanxi, pero el protocolo sigue estando presente hasta en estos momentos más distendidos.

En este apartado vamos a tratar algunos aspectos culturales de la comida de Chongqing, algunas normas protocolarias y reglas de conducta que los empresarios españoles deben tener en consideración, para ser unos buenos huéspedes.

7.2.1. Ordenación y configuración de la mesa

Los banquetes de negocios son uno más de los rituales del protocolo empresarial, los chinos están muy orgullosos de su cultura y de sus platos tradicionales, para ellos, es una satisfacción y un orgullo poder mostrar esta parte de su cultura a sus invitados extranjeros. Durante el banquete no está bien visto hablar de negocios, se considera de mala educación, por ello, hay que esperar hasta el final de la comida o en otra ocasión (Salamanca, 2003).

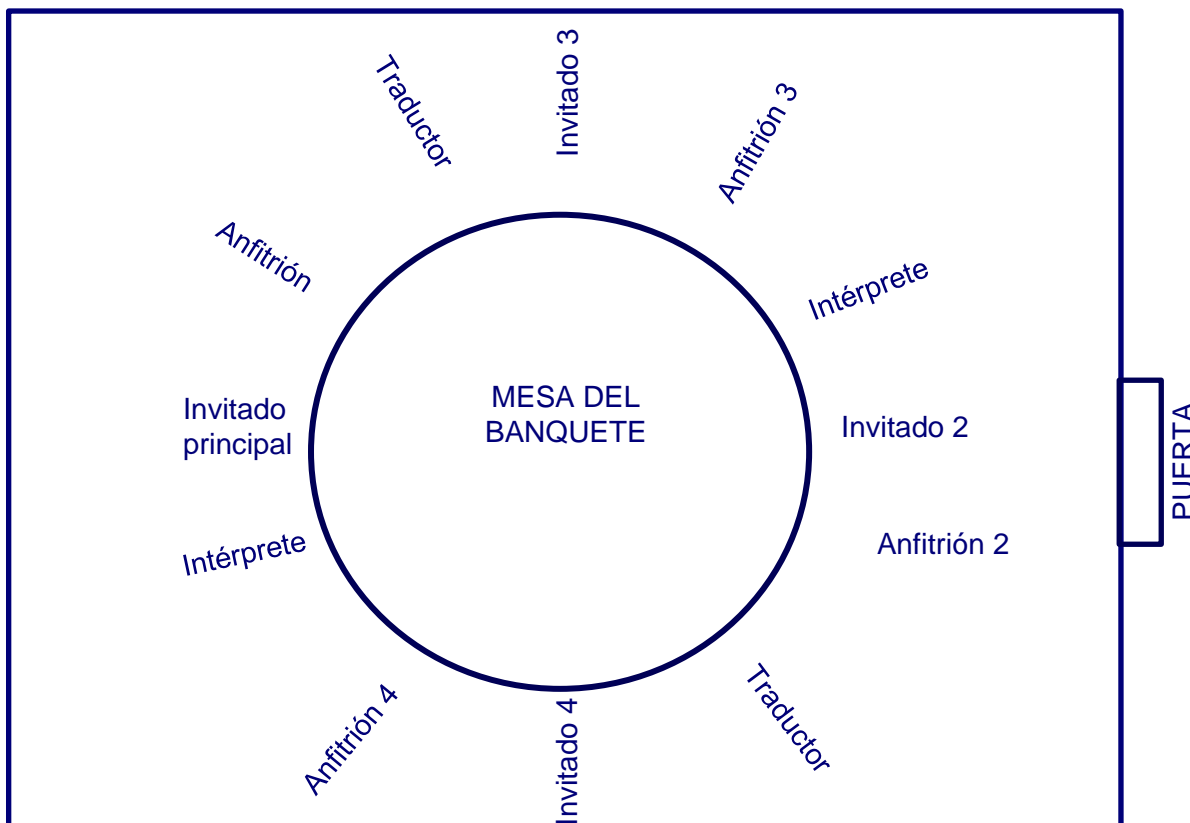
A diferencia de en occidente, las mesas del banquete suelen ser redondas para que todos los comensales puedan verse y comunicarse con más facilidad, además estas comidas se realizan en espacios cerrados y privados. Se escogen una serie de platillos chinos y se colocan en el centro de la mesa, cada uno se sirve desde el plato común a su plato individual, utilizando los palillos chinos. No es obligatorio utilizar los palillos chinos, pero, es un gesto que los chinos aprecian, ya que demuestra el interés por su cultura y un esfuerzo por parte de los empresarios extranjeros (Zitzmann,2011).

En el banquete se encuentran algunos platos elaborados con alimentos que no se consumen en España, como, por ejemplo, las garras de pollo, un manjar en la cultura china. Es de mala educación no probar todos los platos, en consecuencia, se aconseja que se prueben todos los platos que hay en la mesa para no ofender a los anfitriones. Es importante no terminar completamente la comida que se ofrece porque se puede interpretar como que el banquete que han ofrecido a sus negociadores era escaso y ha dejado con hambre a los invitados.

El protocolo en la mesa también es importante, como indica Tanehashi (2004):

El invitado principal se coloca mirando hacia la puerta de entrada, mientras que a su izquierda se coloca el anfitrión y a su derecha, el intérprete. El segundo invitado en rango suele colocarse en la posición opuesta al invitado principal, y de la misma manera, el segundo rango de la delegación anfitriona se coloca a la izquierda y su intérprete a la derecha. El resto de los invitados, siguen también estas reglas.

Aquí les mostramos un ejemplo:



La comida que se celebra suele ser una invitación por parte de los anfitriones chinos y no se les permite pagar a los extranjeros, esperando la misma atención cuando devuelvan la visita. Pero, en algunas partes de China sí que se comparten los gastos, por eso recomendamos que los empresarios se informen de antemano.

En Chongqing, siguiendo la encuesta realizadas, el 87,50% de los empresarios votaron que los chinos deben pagar en su totalidad el importe del banquete, solo un 12,50% opinó que eran los extranjeros los que debían pagar por la comida. No hubo ningún voto en la opción de compartir los gastos a partes iguales, por lo tanto, podemos hacernos a la idea de que en Chongqing lo normal es que los anfitriones chinos asuman los gastos, Coco en la entrevista también respalda estos resultados y añade que es una norma generalizada en toda China.

7.2.2. Temas de sobremesa

Siguiendo a Salamanca (2003) podemos definir cuáles son aquellos temas de conversación que resultarán un éxito durante el banquete.

En primer lugar, se recomienda no hablar sobre negocios durante el banquete, puesto que los chinos entienden ese tiempo como de ocio y de conocer mejor al otro, hablar de negocios mientras se está comiendo puede resultar de mal gusto.

Para entablar una conversación, los temas más adecuados son aquellos que impliquen las experiencias personales positivas que hayan tenido los empresarios españoles en China, así como los viajes, anécdotas o costumbres. También se puede hablar de los aspectos culturales chinos en los que el interlocutor esté interesado o hablar de los propios.

Los chinos sienten mucha curiosidad hacia lo extranjero y se muestran muy receptivos en conocer más sobre otros países, cualquier conversación que tenga un carácter de intercambio cultural siempre va a resultar agradable para ellos.

Los temas que no deben tratarse durante el banquete, a parte de los negocios, son todos aquellos que pueden herir su sensibilidad, así como los aspectos negativos de su país. Los chinos están muy orgullosos de su patria, los comentarios negativos los toman como un ataque individual, eso incluye algunos temas polémicos como los conflictos actuales en China con la religión y la política. Se recomienda no mencionar a Taiwán o Hong-Kong como países independientes y tampoco hablar de la mala relación de China con estados Unidos.

Estos ideales son estándares en el pensamiento chino peninsular, y, en especial en Chongqing Coco también nos confirmó que también se dan los mismos temas de conversación, y enfatizó el especial interés de los empresarios en las diferencias culturales y costumbres de los países de los extranjeros.

7.2.3. Comida: el hot pot

Cuando se trata del banquete, los anfitriones siempre van a intentar complacer gastronómicamente a sus invitados invitándolos a probar lo que ellos consideran los mejores manjares de la zona. Para ellos la comida no consiste en el arte de comer, también transmite la cultura de la zona y del país, como nos cuenta en decano de la Universidad de Pekín, Ye Lang (2014): “Los nombres de los platos chinos varían, pero detrás de cada uno de los más famosos existe una historia interesante que explica por qué se hizo popular”.

Chongqing es una ciudad cuya cocina tradicional es la cocina de Sichuan, ya que antes de formar una provincia independiente estuvo anexada a esta provincia, aquí les ofrecemos una descripción del tipo de comida que van a encontrar los empresarios españoles que decidan hacer negocios en Chongqing:

La cocina de Sichuan es famosa por su comida picante, pero no es eso lo que la diferencia de otras cocinas como la de Hunan o Guizhou. Lo realmente especial de la cocina de Sichuan es el uso de semillas de cayutanas chinas, que dejan la sensación de adormecimiento en la lengua y la boca cuando se degustan. Además de esta especie única, los platos de Sichuan suelen estar preparados con otras especias picantes como el chile picante; con salsa de soja fermentada y un conjunto específico de técnicas culinarias, la cocina de Sichuan es ahora famosa y popular en todo el mundo. (Ibídem, 2014)

La comida típica de Chongqing es el 火锅 (hot pot), se podría traducir al español como *olla caliente*. Este tipo de restaurantes contienen una olla en el centro de la mesa, incorporada a nivel raso con unos reguladores de temperatura para hacer hervir el caldo con un sabor muy picante, pero, dentro de esta olla se reserva un espacio para un caldo que no contiene picante. Alrededor se sirven los platillos que se van a comer: verduras, carnes y pescados, todos ellos crudos. Una vez el caldo de la olla empieza a hervir se toma el producto del

platillo y se deja cocer durante unos minutos. Después se retira con los palillos chinos, y se deja en el plato personal de cada uno, listo para ser consumido.

Este tipo de comida es un clásico de la zona, hay desde restaurantes humildes hasta de lo más lujosos, siendo una opción como banquete. Coco (2019) en la entrevista nos cuenta lo siguiente:

En las cenas de negocios los empresarios de Chongqing, en general, respetan los hábitos de los invitados extranjeros. Si no están acostumbrados a la comida china, se organiza la cena en un restaurante extranjero. Si quieren probar la cocina típica de la zona, se recomendará un restaurante en el que sirvan hot pot o la cocina de Sichuan.

La cocina de Chongqing puede suponer un reto para los paladares españoles que no están acostumbrados a sabores tan picantes, sin embargo, los clientes chinos van a apreciar el intento de probar su comida y el acercamiento a su cultura, así que recomendamos siempre estar abierto a probar las cocinas locales que nos proponen.

Una vez finalizado el banquete se debe llamar al día siguiente para agradecer las atenciones, y, ofrecer la misma atención cuando los invitados devuelvan la visita al país correspondiente.

7.2.4. La bebida

Durante el banquete es costumbre consumir bebidas alcohólicas, pues *China tiene una historia milenaria en materia de bebidas alcohólicas, tanto que es uno de los primeros países en empezar a elaborarlas. Hace más de 3000 años, el aguardiente de arroz ya era una bebida muy corriente.* Ye Lang (2014).

El consumo de estas bebidas eran parte de las ceremonias rituales, como la celebración de la muerte o las bodas entre otros. Esta tradición de ámbito social se ha seguido desarrollando hasta la actualidad, en el que es difícil encontrar un acto social en el que no se sirvan bebidas alcohólicas.

Además de la tradición de la bebida en los actos sociales, también se han desarrollado unas costumbres protocolarias, que podemos ver en las reuniones empresariales. Por ejemplo, una de ellas es la que nos explica Tanehashi (2004): "Generalmente, el más alto representante de la parte china propone un brindis y pronuncia unas palabras de

bienvenida, que generalmente evocan mensajes de gratitud y deseo de éxito en las negociaciones.”

Después, corresponde a la parte invitada devolverles la gratitud con otro brindis. Los brindis son constantes, la bebida se sirve en vasos pequeños y todo el líquido debe ser ingerido de una sola vez. Se puede excusar el consumo de alcohol por motivos religiosos o de salud, pero no está bien visto rechazarlo sin un motivo, el consumo de estas bebidas tiene un gran peso social en estas reuniones. De la misma manera, cuando se brinda con algún alto cargo, se debe intentar que cuando se produzca el golpe, nuestro vaso, quede un poco por debajo del anfitrión, para mostrar respeto.

La importancia del consumo de bebidas alcohólicas es tal que un 27,30% de los encuestados indicaba que el consumo de estas bebidas es de carácter obligatorio, un 54,50% excusaba el consumo en caso de enfermedades y solamente un 18,20% daba la opción de beber o no de forma libre sin tener una excusa que respalde la decisión.

En la entrevista realizada la entrevistada también nos hablaba de lo importante que era el alcohol en actos sociales, ella nos hablaba sobre las bebidas más consumidas en la actualidad: el licor, la cerveza (Chongqing tiene una marca propia) y el vino rojo. Sobre la obligación de consumir bebidas alcohólicas comentaba que los chinos conocen las limitaciones de los extranjeros y que no es propio de Chongqing forzar a beber cuando la otra persona no está dispuesta.

8. Conclusiones

Una vez terminado el estudio se procede a la extracción de las conclusiones y a la resolución de las preguntas de investigación que se plantearon al inicio de este estudio.

Las preguntas de investigación que se plantearon fueron las siguientes:

1. ¿Cuáles son los fundamentos culturales del protocolo chino?
2. ¿Cómo es el protocolo de negocios en Chongqing?
3. ¿Qué diferencias encontramos en el protocolo de negocios de Chongqing?

Contestando a la primera pregunta vemos que las bases del protocolo de negocios en China se construye a través de corrientes filosóficas como el confucianismo, que es la que hemos visto en este trabajo. El confucianismo nos habla de cuatro elementos que sirven de base para la configuración del protocolo de negocios: La jerarquía, el Lie Jie, el Guanxi y el Mianzi.

La jerarquía abarca todos aquellos comportamientos que hacen énfasis en resaltar la superioridad de uno de los individuos, algunos ejemplos que hemos visto en el trabajo son: el primero que entra en la sala de negociaciones debe ser el de rango superior, dirigirse a los empresarios por el apellido y no por el nombre o hacer un brindis con la copa por debajo de la del jefe.

El Lie Jie es el que abarca los comportamientos considerados de buena educación unos ejemplos son: guardar la tarjeta de negocios en determinados lugares porque en otros puede resultar irrespetuoso o no emplear de forma directa la palabra "no".

El Mianzi representa la apariencia de la persona y afecta al comportamiento de los empresarios chinos. Los chinos siempre mostrarán la mejor cara para que los empresarios extranjeros se lleven una buena impresión, este factor está muy relacionado al banquete que es la oportunidad perfecta que tienen para ensalzar la cultura china y su hospitalidad. Y, por último, el Guanxi que es la conexión y la relación a largo plazo. Esta característica se puede apreciar en que los empresarios chinos van a buscar un contacto constante: Se van a convocar muchas reuniones sin finalidades específicas o el banquete, porque lo que buscan es mantener una comunicación y conexión constante para afianzar los lazos de la amistad. En occidente los lazos empresariales suelen romperse una vez acabado el negocio, pero en la cultura china pretenden que esta conexión perdure después del negocio.

Estas características nos muestran las diferencias protocolarias y de comportamiento que se dan entre China y occidente.

En cuanto a la segunda pregunta de investigación después de un estudio del tema podemos concluir que el protocolo de negocios que se sigue en Chongqing es el mismo que en el resto de China, la entrevista con Coco y las encuestas a empresarios locales nos han confirmado que en Chongqing se emplean los mismos rituales protocolarios que en el protocolo oficial de China. Este descubrimiento acaba con una de nuestras hipótesis que pretendía demostrar que debido a la distancia geográfica y a las diferentes culturas y lenguas que abarca el país podríamos encontrar elementos diferenciales.

Por último, contestando a la última pregunta, como ya hemos comentado en el apartado anterior no se da ninguna diferencia en el acto protocolario. No obstante, sí que hemos encontrado algunas características que afectan en las negociaciones que se dan en Chongqing y no en otras ciudades chinas. Una de ellas es el carácter de las personas que es, según la entrevista y las encuestas, más abierto, directo y cálido que en otras regiones de China.

Chongqing es una ciudad que está compuesta principalmente por un conjunto de inmigración que se dio durante la guerra con Japón, uniendo a personas con diferentes etnias y en consecuencia ocasionando una sociedad más abierta y cálida. También, nos comentaban en la entrevista que los locales de Chongqing son personas que se dejan llevar por las impresiones y una buena conexión con los empresarios de Chongqing puede asegurar un contrato, a pesar de que los precios no sean los más competitivos, por eso es tan importante conocer bien la cultura que rodea esta ciudad.

Otra de las características diferenciadoras es el clima, que afecta a la vestimenta, sobre todo en verano, el idioma y la gastronomía típica de la región. La comida típica está compuesta por comidas picantes y por su plato estrella que es el *hot pot*, por ese motivo, los empresarios que tengan intención de hacer negocios en Chongqing deben estar preparados para degustar alguna de las comidas más picantes de toda China.

Para finalizar solo añadiremos que el protocolo chino es muy importante en las negociaciones, de la misma manera que conocer la zona en la que se van a dar estos negocios y algunos datos relevantes, a pesar de que los actos protocolarios sean los mismos, el carácter, formas de pensar y los aspectos culturales que vamos a encontrar pueden a ser diferentes como en el caso de Chongqing.

9. Limitaciones, aportaciones y futuras líneas de investigación.

La limitación principal que he encontrado al realizar este trabajo es la barrera idiomática, en primer lugar, por la dificultad de encontrar información, hay un amplio abanico de información sobre el protocolo chino general, pero como mi interés estaba centrado en un aspecto más concreto me ha resultado difícil encontrar información en inglés. De la misma manera, uno de los aspectos que más me han complicado la investigación ha sido el problema de encontrar a empresarios que tengan un dominio del inglés que les permita realizar la encuesta o la entrevista.

Este trabajo me ha resultado de un gran interés, y me ha despertado la curiosidad por investigar otras ciudades de China. En el trabajo no se han encontrado diferencias notorias entre los actos protocolarios, pero sí se han encontrado algunos aspectos culturales que influyen en la negociación. Y, por ese motivo, pienso que conocer estos detalles de cada ciudad o región pueden marcar la diferencia en las negociaciones y pueden resultar de utilidad para los empresarios que quieran hacer negocios con China.

Propongo una línea de investigación que dejo abierta para el futuro es el estudio de la cultura de diferentes ciudades de china y cómo esto afecta al protocolo de los negocios.

10. Bibliografía

Basallo. (2008) El español va a ser obligatorio en China como segunda lengua y faltan profesores. Unir. Puede consultarse en: <https://www.unir.net/educacion/revista/noticias/el-espanol-va-a-ser-obligatorio-en-china-como-segunda-lengua-y-faltan-profesores/549203612818/>.

BBC (2019). Cómo es the Crystal, el rascacielos horizontal más alto del mundo. Puede consultarse en: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-48230348>.

El Economista (2018). China supera a Estados Unidos como principal motor de la economía mundial. (escrito por Gonzalo Velaverde). Consultado el 23.09.18: <https://www.eleconomista.es/economia/noticias/9304231/07/18/China-supera-a-Estados-Unidos-como-principal-motor-de-la-economia-mundial.html>

Esclapez, C. (2007) Protocolo y comunicación en la empresa y los negocios. Ed, FC editorial. Puede consultarse en: <https://books.google.cz/books?id=JDpWA4LB43oC&pg=PA480&lpg=PA480&dq=carmen+cuadrado+esclapez+china&source=bl&ots=ru8r4FLFra&sig=ACfU3U3HC9OVRfkej43pW3akfvuBGcWjdg&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjbgfH8r9XmAhWFbN4KHSawC00Q6AEwCnoECAoQAQ#v=onepage&q=carmen%20cuadrado%20esclapez%20china&f=false>

Enciclopedia británica: Chongqing. Puede consultarse en: <https://www.britannica.com/place/Chongqing/Administration-and-society>

García Tapio, J. (2005) Cultura y negociación en China. Puede verse en: file:///C:/Users/arlet/Desktop/TFM%20CHINA/leído/CULTURA_Y_NEGOCIACION_EN_CHINA.pdf.

Holland, D. (2015) A comparison of business Etiquette and culture in China and the United States. Puede consultarse en: https://baldeaglepanda.files.wordpress.com/2015/07/hollandhalley_asu.pdf

Li., M (2008) Protocolo de negocios en China. Editorial Casa Asia. Puede consultarse en: https://www.casaasia.es/iberoasia/garrigues/protocolo_negocios_china.pdf

Liang-Hung, Lin. (2011) Cultural and Organizational antecedents of Guanxi: the Chinese cases. Journal of business Ethics 99, pp.441-451.

Montoya, E. (2011) Entendiendo a China: cultura, teoría económica y políticas de desarrollo exitosas. Revistas Soluciones de posgrado EIA, Número 7. P. 175-207.

Política exterior (2019). Las relaciones políticas y comerciales España-China (Xulio ríos): <https://www.politicaexterior.com/articulos/economia-exterior/las-relaciones-politicas-y-comerciales-espana-china/>.

Protocolo.org: Es una web en la que se trata el protocolo chino. Puede consultarse en: www.protocolo.org.

Rodríguez., C. (2015) Aspectos claves de las negociaciones en la China empresarial actual. Puede verse en: http://asiaoriental.blogs.uoc.edu/files/2013/03/Rodriguez_Seva_Practicum1.pdf.

Salamanca Montes, D. (2003) Embajada de España, oficina económica y comercial de Pekín.

Tanehashi, A. (2004) Empresa y negocios en Asia oriental. Ed UOC.

Ye Lang (2014) Miradas sobre la cultura china. Editorial de enseñanza e investigación de lenguas extranjeras.

Zitzmann, J. (2011) Hacia el encuentro de los negocios con China. Una perspectiva cultural. Vol 1, pp.29-33.

11. Apéndice

Entrevista

1. There is a write business protocol in China, that people who made business should study or it comes from the culture? The companies in CQ do they have a business protocol?

A : I think people who do business are first and foremost culturally literate, and another important factor is that they are constantly learning to adapt to a more diverse business environment. The companies in CQ mostly have a business protocol.

2. The people in CQ is open to the foreigner mistakes with the protocol or they are more closed mind respect from other cities more internationals as Shanghai?

A : Chongqing is an open and inclusive city which can not only embrace different regions and ethnics, but also different nationalities and religions. About the etiquette mistakes you mentioned, Chongqing people generally inclusive them and looking for the proper opportunity to point out to foreigners. So that foreigners can avoid these mistakes in the future and integrate into the local environment faster.

3. How will you describe Chongqing people, they have a specific character that define them from the rest of China? In case that the answer is yes, can you describe it?

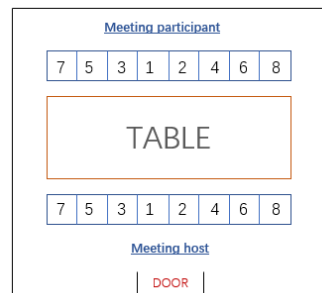
A : The character of CQ people is like the characteristic of this city, that is, the sea embraces all rivers. People in CQ are more enthusiastic than in Shanghai and more easygoing than in Beijing. They are more tolerant of other people's shortcomings and mistakes and are more willing to communicate with them as friends. As a result, most foreigners have a warm and friendly impression of CQ people.

4. To the greetings in a business meeting what is the best option shake hands, a small reverence or also can shake the right hand and at the same time touch the arm of the other with your left hand? Or any other kind of gesture?

A : Generally speaking, the business meetings in Chongqing, there will be no other kind of gesture, and the best choice is still handshake.

5. As far as we know Chinese people is very punctual in meetings, are Chongqing people also punctual? How late will be considered disrespectful?

A : Yes, CQ people are also punctual, and more than 5 minutes will be considered disrespectful.



6. In the meeting room for business in Chongqing is more used to talk in Chinese tables (round) or in occidental ones (rectangle)?

A : The meeting room in Chongqing are more used to talk in occidental ones (rectangle).

7. In the table of the meeting there is a special organization for the sits? In case that the answer is yes, how is this organization?

A : Yes, in CQ the special organization for sits please see the following picture I made for you, the numbers in the picture represent the importance of the seats (the smaller the number, the more importance it is):

8. In a business dinner which kind of food is usually offered to the foreigner guests? Something typical from CQ, in case the answer is yes, can you write the names?

A : At business dinners, CQ people generally respect the eating habits of the foreigner guests. If they are more accustomed to western food, we will arrange western food. If they want to try some local specialties, we will recommend hot pot or Sichuan cuisine.

9. In the banquet who should pay. The guests, the hosts or half? In all the China is the same?

A : In CQ and almost in all the entire China, the hosts will take the initiative to pay.

8. Which kinds of topics are appropriate during the banquet?

CQ people are friendly and open, they like to discover and know more about the other cultures, they might be interested in some aspects of your country. As well, they are so proud of their country and appreciate the interest of the other, they will be happy explaining you some Chinese traditions. The topics that you should avoid are that ones that can offend the sensibility of the other and also that ones related with the politic conflicts.

9. How important is to drink alcohol in the business dinner? Which kind of alcohol is traditional to drink in CQ?

A : It's important to drink alcohol in the business dinner, because it's a very regular way of socializing and communicating. In CQ, we mainly drink liquor or beer, and red wine has become more popular in recent years. But in Chongqing, we usually abide by a precondition, we will respect the wishes of our guests, especially the foreign guests. If they are not good at drinking, we will not force them to drink, they can also choose to drink juice or water instead.

10. How do you expect to the foreigner businessman and businesswomen dress in the office for the meeting?

A : We expect the foreigner businessman and businesswomen to dress formal in the meeting, such as man's/woman's suits, and they can wear business casual at ordinary times.

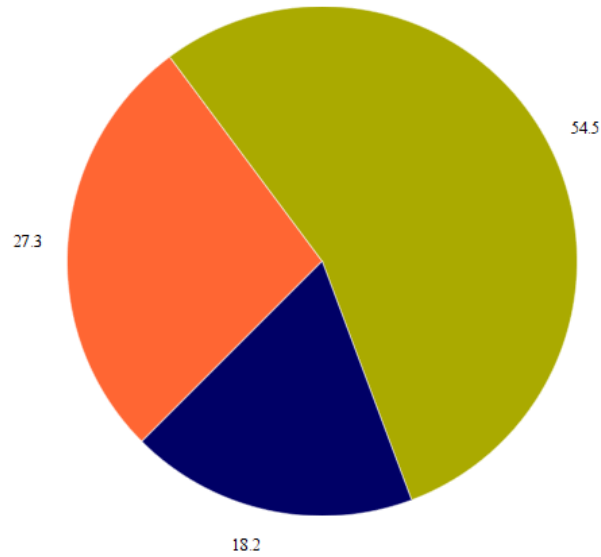
11. There is any different aspect in the business protocol in CQ different from other cities that we did not talk about, but it may be interesting for the research?

A : In CQ, there is a very interesting phenomenon among some business people. If I find that I have the same interests as you, I will be more inclined to choose your company's services or products, even if your price does not have the biggest advantage. Because Chongqing is a port city, where people pay more attention to loyalty and heavy friendship. This point is more different from other cities in China, and if you're interested, dig in this direction.

Encuesta

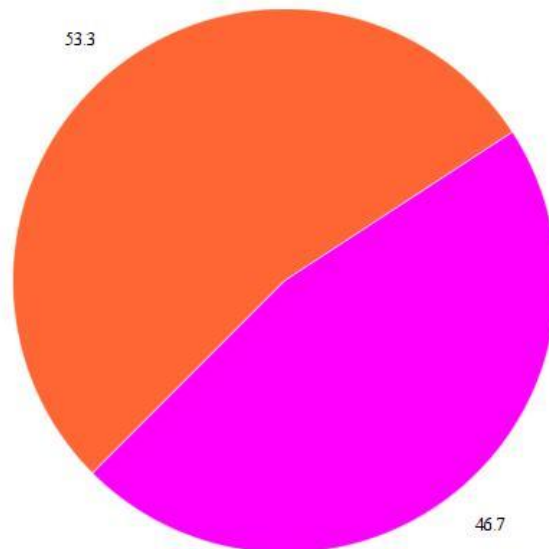
How important is to drink alcohol in a business dinner?

- You always have to drink to show respect for the chinese culture and people
- You can avoid to drink just if you are sick
- You can decide if you want to drink or not



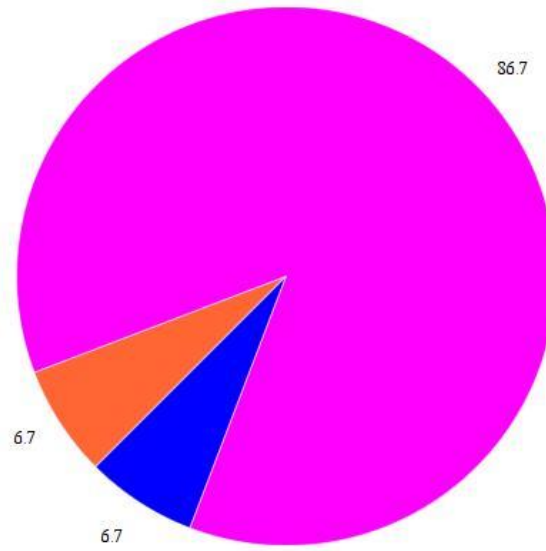
What do you think when you have a business meeting with foreigners and they make mistakes in the protocol?

- I don't like it, they shoud know about our traditions
- It is okay, they don't need to know about it



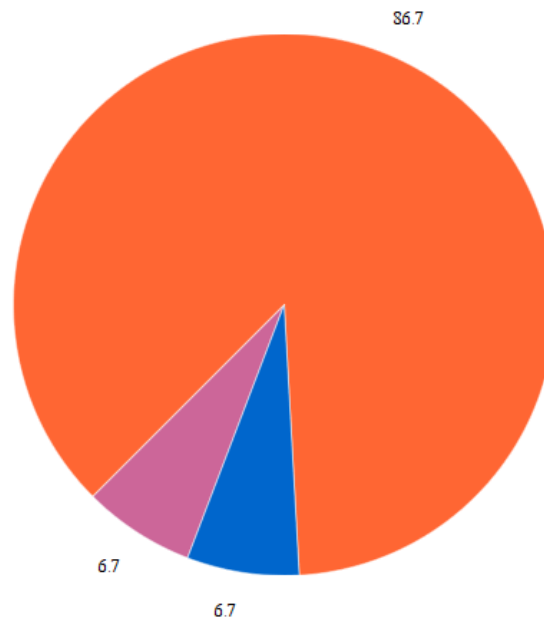
For the greetings in a business meeting with foreigner people, what is the best option?

- Just a reverence
- Shaking hands
- Shake the right hand and touch the arm of the other with your left hand



In a business meeting, how late can arrive the foreigner clients without being considered unrespectful?

- They must arrive in time
- 5 min late it's normal
- until 10 min is reasonable



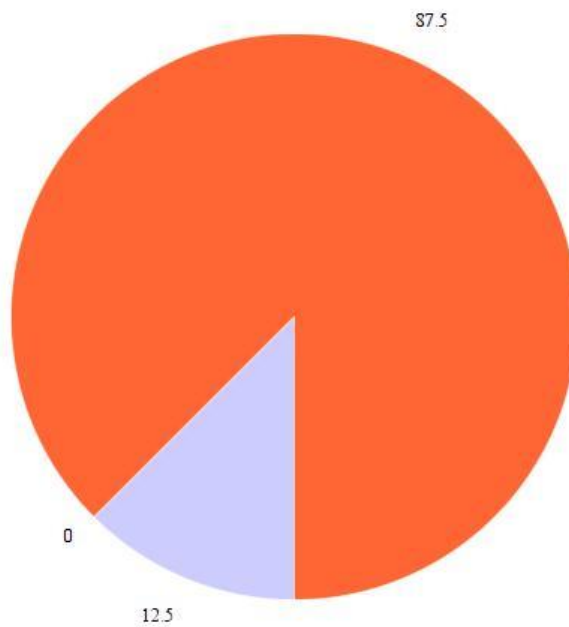
Which kind of tables do you prefer in a business meeting?

Round Rectangle



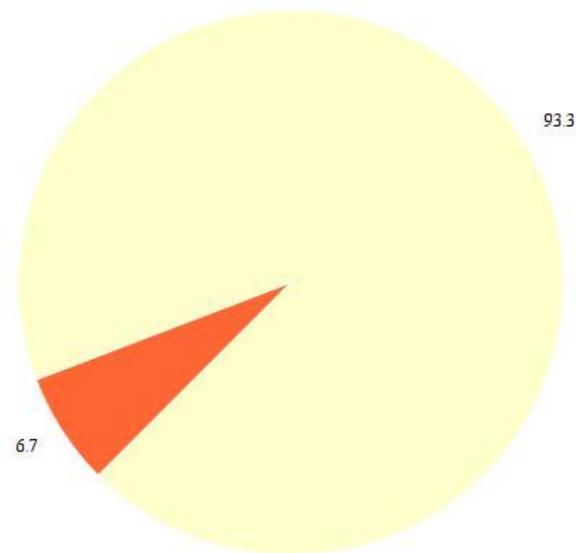
When your foreigner clients are in China, and you both arrange a dinner, who should pay?

Chinese Foreigners Half half



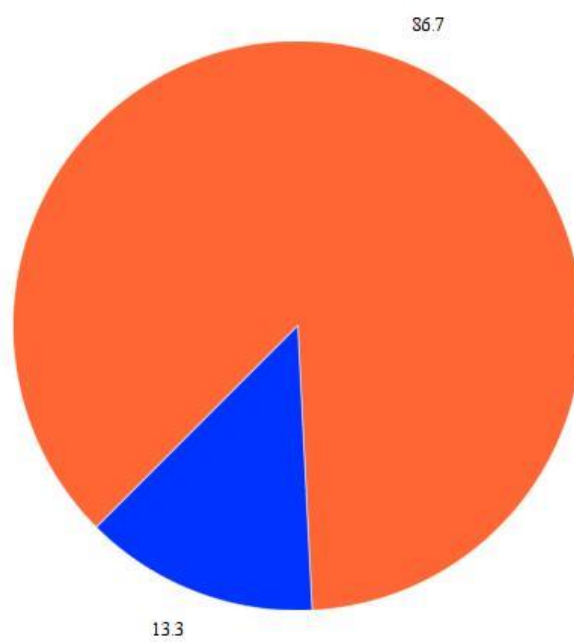
Do you think that business protocol is different in Chongqing?

■ YES ■ NO



Do you think that Chongqing people have a different character, compared with other cities in China?

■ YES ■ NO



If your answer is yes, can you give me some examples?

1. More friendly. 2. Women could take more responsibility for important work than other cities.
More generous and more warm-hearted and speaking more directly
Cq people go more straight forward
CQ people are more straightforward
Direct, honest, very warm-hearted
CQ people are more open mind
Friendly, warm-heart
Frank, sincere
I can't specify, just they have something different