

El impacto de La iniciativa de la Franja y la Ruta sobre los empresarios chinos en España

Zigang Wang¹

Resumen: Siendo el colectivo asiático con mayor población en España, los inmigrantes chinos participan activamente en la economía nacional desde hace varias décadas y poseen un gran potencial económico futuro, dado que una de sus características más sobresalientes es la iniciativa empresarial de sus miembros diversificada en cada vez más sectores económicos conforme pasa el tiempo y aumenta el volumen de su población. Particularmente en los últimos dos años, bajo el contexto de la iniciativa la Franja y la Ruta (B&R), que es una iniciativa de economía exterior de China planeada el año 2013 con el fin de fomentar los intercambios económicos entre China, Asia Central y el continente europeo, los negocios transnacionales de los empresarios chinos en España podrían tener acceso a nuevas oportunidades de desarrollo. Aunque existen varios discursos oficiales y discursos que indican los impactos que pueden traer dicha iniciativa a los inmigrantes chinos, hasta ahora, en este tema sigue existiendo blanco, es que poco investigador realiza estudios de campo en este tema, hasta ahora no se ha aclarado los impactos concretos de esta iniciativa sobre los empresarios inmigrantes chinos. El presente trabajo intenta estudiar basando en trabajo de campo las relaciones e influencia que lleva esta iniciativa a empresarios inmigrantes chinos en España a través de un trabajo de campo que realizó el autor durante el julio de 2016 y 7 de 2018.

Palabras Claves: chinos, inmigrantes, la Franja y la Ruta

¹ School of Foreign Studies, University of International Business and Economics, Beijing, China

La introducción de la pregunta.

Siendo el colectivo asiático con mayor población en España, los inmigrantes chinos participan activamente en la economía nacional desde hace varias décadas y poseen un gran potencial económico futuro, dado que una de sus características más sobresalientes es la iniciativa empresarial de sus miembros diversificada en cada vez más sectores económicos conforme pasa el tiempo y aumenta el volumen de su población (Beltrán, 2008a). De acuerdo con estudios previos, en las distintas comunidades de la diáspora china y en sus actividades económicas, habitualmente aparecen manifestaciones de transnacionalismo: los flujos de capital, mano de obra, recursos humanos, información, cruzan constantemente las fronteras de los Estados-nación a escala tanto intrarregional como inter-regional (Beltrán, 2007), y este fenómeno no sólo contribuye el crecimiento de la Inversión Extranjera Directa (IED) de China en España sino también a la riqueza e internacionalización económica del Estado español. Particularmente en los últimos dos años, bajo el contexto de la iniciativa la Franja y la Ruta (en inglés: B&R, en adelante OBOR), que es una nueva iniciativa de economía exterior de China planeada el año 2013 con el fin de fomentar los intercambios económicos entre China, Asia Central y el continente europeo, los negocios transnacionales de los empresarios chinos en España podrían tener acceso a nuevas oportunidades de desarrollo. Pero hasta ahora, en este tema sigue existiendo blanco, es que poco investigador realiza estudios relativos de forma positivista, sino se focaliza más en las teorías, por lo tanto, hasta ahora no se ha aclarado los impactos concretos de esta iniciativa sobre los empresarios chinos. El presente trabajo intenta estudiar de forma positivista las relaciones e influencia que lleva esta iniciativa a empresarios inmigrantes chinos en España a través de un trabajo de campo que realizó el autor durante el julio de 2016 y 7 de 2018.

Los antecedentes y la necesidad de un trabajo de campo

Si bien muchos discursos oficiales sostienen la idea de que los empresarios chinos de pymes en España se van a ver favorecidos por OBOR. Por ejemplo, Han Jie, representante de los migrantes chinos en España en la Quinta Sesión del XII Comité Nacional de la CCPPC en marzo de 2017, manifestó que OBOR fue bienvenido por los migrantes chinos en España, los cuales tienen muchas esperanzas en esta iniciativa (Dong, 2017). Liu, presidenta de la Asociación de la Promoción de la Cultura y Economía de China España manifestó que OBOR ha traído más oportunidades a los empresarios chinos de España, además de vincularles estrechamente con su país (Wang y Liu, 2017). Xu, presidente de la Asociación de Chinos en España (ACHE) comentaba que OBOR ofrece nuevas oportunidades

comerciales a los empresarios chinos en España (Zhou, 2017). Hay muchas más manifestaciones parecidas, además de estas ideas de los migrantes chinos en España, las autoridades chinas también afirman reiteradamente el papel de los migrantes chinos en esta iniciativa y las oportunidades que van a tener en ella. Qiu Yuanping, directora de Overseas Chinese Affairs Office of the State Council of the People's Republic of China (OCAOSC) dijo a los chinos en el extranjero que OBOR era otra ocasión enorme de desarrollo que ofrece China a los huaqiao y huaren , esperando que todos puedan aprovecharla (China News, 2017). Por lo tanto, de acuerdo a los discursos oficiales aparentemente los migrantes chinos en España reciben un impacto de la misma que debería ser positivo.

Aunque estas manifestaciones oficiales afirman e inciden en lo mismo, es decir que OBOR conlleva importante impacto sobre los empresarios chinos en el extranjero, son declaraciones muy generales que no proporcionan detalles. Para determinar y concretar el impacto, se ha recopilado información mediante entrevistas semi-estructuradas en profundidad a 26 empresarios de pymes chinas sobre el tema de OBOR que a continuación se analizarán con el fin de llegar a un resultado de objetividad y confiabilidad.

Metodología y diseño de encuesta

Para lograr los objetivos de esta investigación es necesaria la recopilación de información y de datos de diferente índole. Además de la revisión de las investigaciones ya realizadas y publicadas que son fuentes secundarias, se llevará a cabo un trabajo de campo con entrevistas en profundidad semi-estructuradas y estudios de caso. Las preguntas que se tratan a responder en esta tesis son de tipo “¿cómo?” y “¿por qué?” y para ello la metodología de los estudios de caso consideramos que es apropiada (Eisenhardt, 1989) y puede tener cinco funciones en relación con las tareas a conseguir (Scapens 1990; Hussey y Hussey 1997): Exploratorio, Descriptivo, Ilustrativo, Experimental y Explicativo. Esta investigación utilizará el estudio de caso de tipo exploratorio, puesto que no existe una investigación previa y sistemática sobre el tema a analizar.

Así se ha obtenido información y datos de fuentes primarias mediante un trabajo de campo que ha consistido en la realización de entrevistas en profundidad semi-estructurada a empresarios, junto a la elaboración de estudios de casos de empresas. El trabajo de campo se realizó durante 16 meses -septiembre de 2016 a diciembre de 2017-con un total de 26 entrevistas a empresarios chinos de pymes en relación con los siguientes temas:

- 1) Conocimientos sobre la Iniciativa OBOR y modo de acceso al mismo
- 2) Impacto de OBOR sobre la empresa y vida personal y tipo de impacto
- 3) Opinión y consideraciones sobre la iniciativa OBOR
- 4) Aspectos que resultan más importantes y expectativas sobre OBOR en sus negocios

La información recogida sirve para conocer y valorar el conocimiento, actitud y expectativas de los empresarios chinos sobre OBOR. La entrevista se realizó de un modo abierto y no de forma pregunta-respuesta por lo que la información obtenida finalmente no sigue un guión estricto y en cada caso la profundidad sobre los temas abordados es diferente. A continuación, se analiza la información en función de cada tema a partir de las entrevistas realizadas.

Conocimientos e información de la Iniciativa OBOR de los empresarios chinos

El objetivo era acceder al conocimiento básico de los entrevistados sobre OBOR y sus fuentes de información. A partir de la información recopilada se distinguen dos grupos:

a) Conocen OBOR y saben algo sobre la iniciativa. Estos empresarios chinos tienen una idea relativamente clara sobre la iniciativa OBOR. La definen y conocen eventos importantes en su desarrollo, así como el momento de su planteamiento, la inauguración de ferrocarril de Yi Xinwu, la fundación de AIIB, y otros acontecimientos relacionados con OBOR. Con respecto a las fuentes de información, la mayor parte de ellos ha participado en reuniones, foros, actividades y conferencias temáticas sobre OBOR organizadas por las autoridades chinas o asociaciones de migrantes chinas donde han obtenido la mayor parte de sus conocimientos sobre esta iniciativa. Además, en fuentes secundarias como periódicos, portales web, wechat, y otras plataformas on-line y redes sociales, han leído artículos, discursos y noticias sobre este tema. Cuando los entrevistados explican con sus propias palabras la iniciativa, sus interpretaciones son muy diversas. Si bien están bien informados sobre la iniciativa, en general les resulta difícil explicar OBOR sin recurrir a los discursos oficiales y no son capaces de ofrecer detalles sobre la misma. El señor H es un caso representativo:

-“...OBOR es una iniciativa importante, sabes, una iniciativa económica importante de China (...) la crisis mundial sigue afectándonos. OBOR es para todo el mundo, es indispensable (...) bajo el liderazgo del presidente Xi, OBOR es una estupenda iniciativa, casi se puede comparar con “go out” (...) no menosprecies a esta iniciativa, OBOR es muy importante...” (Entrevista

con H, 2017).

O puede generar una interpretación propia, con más o menos fundamentos, como en el caso de Y6:

-“...OBOR es una gran iniciativa (...) es una iniciativa con el fin de promover la cultura china, wushu, taiji, el idioma chino (...) señala la potencia de nuestro país...” (Entrevista con Y6, 2017)

O declara que no entiende todavía muy bien esta iniciativa:

-“...bueno, OBOR (...) en realidad (...) creo que temporalmente, para mucha gente, parece que todavía no lo tenemos muy claro, es un plan grande y enorme...” (Entrevista con L, 2017)

b) No conocen OBOR o la conocen poco, o sólo les suena este nombre: Este grupo de empresarios carecen de conocimientos básicos sobre la iniciativa OBOR, incluso nunca han escuchado su nombre. Para quienes reconocen el nombre, sus fuentes de información son principalmente wechat, periódicos, noticias y red de amigos. Ante el desconocimiento, no pueden explicar ni interpretar nada sobre esta iniciativa. Por lo tanto, se les explicó brevemente la historia, objetivos oficiales básicos de OBOR, así como actividades que se habían realizado, posibles proyectos -como el ferrocarril Yi Xinou- para poder continuar realizando la entrevista sobre este aspecto en caso de que pudieran aportar algo a partir de esa breve introducción a OBOR, pero sin ningún resultado.

Impacto de OBOR sobre la empresa y vida personal

El objetivo de este tema era determinar el impacto de OBOR sobre los empresarios chinos de pymes en España desde su propia experiencia personal. De nuevo las respuestas e información proporcionada se divide en dos grupos: a) Reconocen el impacto o la expectativa del mismo en distintos ámbitos, y b) no reconocen el impacto ni tienen expectativas sobre el mismo. Para el primer grupo el tipo concreto de impacto se puede clasificar de acuerdo a los siguientes aspectos:

a) OBOR ha mejorado la imagen de China y de los empresarios chinos en España. Algunos informantes consideran que la posición social de los chinos en España ha alcanzado una cierta relevancia en los últimos años, incluyendo el reconocimiento de la sociedad española. Consideran que este cambio sobre su imagen está relacionado con la iniciativa OBOR.

“...OBOR aumenta el prestigio de China a nivel mundial (...) cada vez más españoles conocen China gracias a ella (...) la discriminación, diferencias y estereotipos van desapareciendo

conforme este conocimiento es mayor (...) Ese es un fuerte impacto, aunque invisible de OBOR sobre nosotros” (Entrevista con Z, 2017).

“...Antes cuando queríamos cooperar con los empresarios locales era difícil; ahora, cuando les llamamos, una vez que saben que somos chinos, siempre están muy contentos, aunque no conocen exactamente a OBOR, saben que es un gran proyecto de inversión; consideran que los chinos son ricos y siempre están preparados para invertir...” (Entrevista con Z2, 2017).

b) Más turistas chinos en España. Algunos informantes indican que el crecimiento de turistas chinos en España es una consecuencia del impacto de OBOR. Para los empresarios que gestionan negocios relacionados con el turismo –por ejemplo, agencias de viaje, tiendas de marcas de lujo–, esta consideración es habitual.

“...impacto (...) el crecimiento de viajeros chinos en Barcelona puede ser uno ¿no? En los últimos años vienen muchos más viajeros chinos (...) yo creo que esta política impulsa este cambio...” (Entrevista con Q, 2017).

c) Mejor entorno para el desarrollo empresarial. Otro impacto mencionado por los informantes es el entorno del mercado. Unos consideran que OBOR les ofrece un buen medio para desarrollar sus negocios. Por un lado, muchos empresarios piensan cómo transformar y desarrollar negocios aprovechando esta iniciativa. En este sentido OBOR proporciona una posibilidad positiva y activa para el crecimiento de las pymes chinas. Por el otro, consideran que gracias a esta iniciativa, las relaciones entre China y España son más estrechas que nunca. La intensidad de las relaciones diplomáticas también tiene impacto sobre sus negocios.

“...se ha organizado voluntariamente muchas actividades de asociaciones sobre el tema de OBOR (...) tengo muchos amigos que como yo hemos sido invitados a las conferencias para conocer OBOR (...) claro que tiene impacto sobre nosotros (...) lo más importante es que se ha creado un buen entorno, todos los empresarios inteligentes están pensando en hacer algo en este contexto...” (Entrevista con H, 2017).

“España también está incluida en OBOR (...) está interesada por China y por esta iniciativa (...) China y España tienen unas relaciones más armoniosas que nunca; estamos pensando aprovechar bien este momento histórico...” (Entrevista con Y5, 2017).

d) Oportunidades comerciales. Algunos informantes señalan que OBOR les proporciona la oportunidad para desarrollar sus negocios con nueva información, nuevas ideas, nuevos contactos y otros recursos importantes para mejorar sus negocios o hacer otros emprendimientos. Estos recursos pueden provenir de ambas partes y sentidos.

“...en los últimos años vienen muchas delegaciones empresariales y oficiales de China a España, celebramos reuniones sobre OBOR, hablamos de OBOR, intercambiamos ideas (...) he conocido a muchos empresarios chinos de éxito, tienen una visión amplia y son inteligentes...” (Entrevista con P3, 2017).

“Sí, creo que he recibido el impacto; cada vez más españoles me buscan para acceder al mercado chino (...) tengo buena relación con el gobierno español (...) están interesados en esta iniciativa...” (Entrevista con C, 2017).

e) Reducción del tiempo de la logística. Algunos informantes mencionan la reducción del tiempo de transporte y las facilidades logísticas para los empresarios chinos de pymes en España como consecuencia de la Iniciativa OBOR. Los empresarios que mencionan este aspecto son los que gestionan negocios relacionados con la venta al por mayor o al por menor, y de importación/exportación.

“...El ferrocarril de Yi Xinou reduce el tiempo de transporte desde Yiwu a España. Tengo muchos amigos que abren negocios de almacenes de mercancías (仓库 *cangku*), importan los artículos utilizando este ferrocarril, parece que ha facilitado mucho el transporte...” (Entrevista con P1, 2017)

“...OBOR tiene mucho impacto, lo más notable es la logística entre China y España, la velocidad es ahora mucho más rápida. Además, las empresas logísticas grandes como Aliexpress ya están montando almacenes en Europa. 飞鹰快递 (Feiying kuaidi, Agencia Logística Feiying), una empresa logística de China ha comenzado a dar servicio en España (...) en adelante esta velocidad podría aumentar más...” (Entrevista con D, 2017).

Opinión y consideraciones sobre la iniciativa OBOR

Al abordar este tema en las entrevistas el objetivo era conocer las posturas, actitudes y expectativas de los empresarios sobre esta iniciativa. De acuerdo con la información proporcionada por los informantes se les puede agrupar en tres grupos:

a) Positiva: Se considera que la iniciativa OBOR es favorable para el desarrollo de los negocios de los empresarios chinos de pymes en España, y también es buena para China a nivel mundial. Tienen expectativas positivas sobre esta iniciativa. Consideran que OBOR desempeñará un papel importante en el mundo y en España también.

“...OBOR tiene una función indispensable para el futuro de todo el mundo (...) traerá más impactos sobre nosotros, nos ayudará a mejorar la vida y los negocios aquí...” (Entrevista con Y5, 2017).

“Considero que OBOR todavía puede mejorar más (...) pero se debe reconocer su importancia, en el futuro será una fuerza importante tanto para China como para los migrantes como nosotros...” (Entrevista con Z, 2017).

“Confío en el presidente Xi, esta iniciativa nos ha ayudado a mejorar nuestra posición social en España; le ha proporcionado a los empresarios chinos más prestigioso y ahora son bienvenidos (...) seguro que en el futuro OBOR obtendrá éxito...” (Entrevista con H, 2017)

b) Neutral: Los informantes que no reconocen tanto la función de OBOR pero tampoco le quitan valor, consideran que OBOR puede ser una buena iniciativa para China en el mundo, o para ciertas personas y empresas, pero no tiene mucho que ver con ellos mismos. Entienden que OBOR es una estrategia de alta institucionalización, que no les va a afectar mucho a ellos. En general, su postura y actitud es neutral ante la Iniciativa OBOR.

“...OBOR, no lo sé, a lo mejor es una buena iniciativa, pero pienso que debería ser a nivel macro, es estrategia del Estado, entre países y gobiernos, creo que no tiene que ver con mi vida o negocio (...) en realidad, no me importa...” (Entrevista con L, 2017).

“Sinceramente, OBOR puede ser buena, pero me parece que está muy lejos de mí, no veo exactamente qué puede ofrecernos...” (Entrevista con C2, 2017).

c) Críticos: Los entrevistados que muestran una actitud y postura crítica ofrecen una referencia importante para el posterior análisis. Estos empresarios muestran su desconfianza sobre la iniciativa OBOR, no consideran que sea una iniciativa especialmente buena para China ni para los chinos en España. Manifiestan sus dudas sobre los objetivos de esta iniciativa. La incertidumbre también refleja su actitud hacia las autoridades chinas, así como sobre el Consulado General.

“...OBOR es totalmente una herramienta política (...) los líderes de cada generación tienen que presentar un lema, una estrategia, o una iniciativa (...) OBOR es la propuesta del presidente Xi (...) sirve más para la política, yo creo...” (Entrevista con C, 2017)

“Nunca he confiado en la política como tal (...) sólo son palabras sin significado (...) mira la burocracia del consulado (...) ¿cómo puedo confiar que esta iniciativa puede ser favorable para nosotros?” (Entrevista con S, 2017).

“...OBOR sólo es un juego para un pequeño grupo de gente, mira a los *Qiaoling*, siempre asisten a las actividades de OBOR (...) espero que el gobierno pueda hacer algo para todos los migrantes chinos aquí...” (Entrevista con P2, 2017).

Aspectos más importantes y expectativas sobre OBOR en los negocios

Este tema aborda las expectativas de los empresarios chinos a la iniciativa OBOR. En el caso de que lo que sus expectativas coincidan con los objetivos de la misma que se analizaron anteriormente, su impacto directo sería contrastado. En el caso contrario, el impacto de la iniciativa no se correspondería con los objetivos de la misma, e incluso podría ser nulo o negativo sobre estos empresarios chinos.

La información recogida sobre este aspecto es muy variada. Quienes la reconocen realizan muchos comentarios, mientras que los que no confían mucho en esta iniciativa o la desconocen no aportan mucho sobre este tema. A grandes rasgos, las expectativas se agrupan en los siguientes aspectos:

a) Préstamos para pymes: La financiación de la empresa es un aspecto mencionado habitualmente por los entrevistados. Considerando las dificultades para la financiación, esperan que con la iniciativa OBOR lleguen más bancos chinos, los cuales les puedan facilitar préstamos para mejorar el desarrollo de sus empresas.

“Para nosotros es difícil solicitar préstamos en España; hay muchos trámites, es muy complicado (...) si OBOR puede traernos algo, otros temas no me importan mucho, pero espero que pueda facilitarnos el acceso a préstamos...” (Entrevista con P3, 2017).

“He hablado muchas veces sobre los préstamos para pymes como las nuestras con ICBC, pero no me hacen caso (...) espero que conforme se desarrolle OBOR, si es realmente como se dice, pueda traernos facilidades; espero que pueda mejorar nuestra situación de financiación...” (Entrevista con C2, 2017).

b) Formación profesional: Los informantes esperan que OBOR ofrezca más oportunidades para estudiar las experiencias de éxito chinas. Debido a la crisis económica de España y al rápido desarrollo de China, muchos empresarios chinos de pymes entrevistados se interesan por este tema. Manifiestan que el impacto de OBOR que quieren recibir es que se organicen más actividades para recibir formación profesional.

“...espero que a partir de OBOR se organicen más cursos de formación, donde se invite a empresarios famosos chinos para enseñarnos (...) quiero mejorar mi negocio pero me encuentro ante cuello de botella por mis conocimientos limitados (...) ese es el principal impacto que espero que nos ofrezca OBOR (...) al igual que piensan también muchos empresarios aquí” (Entrevista con P3, 2017).

c) Más información sobre la inversión: Debido a su larga estancia de residencia fuera de China, la desconexión con el país para muchos empresarios chinos de pymes le ha impedido mantener una información actualizada sobre China. Especialmente en temas relacionados con información para invertir. Muchos de ellos tienen la expectativa de invertir en China, pero no saben ni sectores ni lugares donde poder invertir, ni cómo realizar esas inversiones.

“Estoy muy interesado en saber si la llegada de OBOR puede ofrecerme más información para la inversión (...) aunque con internet puedo acceder a noticias de China, pero son generales sin entrar en detalles (...) espero que OBOR sirva para crear un canal de información para los empresarios chinos aquí...” (Entrevista con S, 2017)

d) Oportunidad de visitas a China: Algunos empresarios chinos esperan que OBOR les ofrezca ocasiones para realizar viajes de negocios en China, y de esta forma conocer directamente y de primera mano el desarrollo del país, también para contactar con empresarios chinos y acceder a nuevas oportunidades.

“Si es posible, espero que OBOR organice visitas de negocios en China (...) grupos o delegaciones de los empresarios chinos de España para visitar China y estudiar y establecer contactos con las empresas chinas...” (Entrevista con P1, 2017).

e) Menos burocracia de las autoridades chinas: Varios empresarios manifiestan que esperan que OBOR pueda reducir la burocracia de las autoridades chinas, facilitar la vida de los migrantes chinos en España. Así como simplificar los trámites de las documentaciones requeridas, y atender mejor a los migrantes.

“...como ya vivo en España muchos años, tengo mi tarjeta de identidad china caducada. Cuando volví a China, el hotel no me permite utilizar mi pasaporte. Me enfadé mucho (...) me dijeron que tenía que ir a la policía para un papel o algo (...) En el contexto de OBOR, espero que se pueda mejorar la burocracia innecesaria, y facilitar la vuelta de los migrantes chinos...” (Entrevista con C2, 2017).

“No quiero decir otra cosa, el beneficio que podría traer OBOR, en primer lugar, espero que sea la reducción de la burocracia del Consulado chino aquí, no entiendo por qué siempre nos piden un montón de cosas sólo para hacer algo muy sencillo (...) tenía mi negocio propio, pero por un papel he tenido que ir muchas veces al Consulado...” (Entrevista con P2, 2017).

f) Atender mejor a los migrantes chinos en España: Los empresarios que manifiestan esta expectativa tienen quejas y mantienen una actitud y postura crítica sobre las autoridades chinas. Sus críticas van dirigidas hacia el beneficio global de todo el colectivo de los migrantes chinos en España. Ellos comparten la percepción de que si las autoridades chinas no pueden asegurar unos beneficios básicos a los migrantes chinos en España, no se puede hablar de impactos o nuevos beneficios de OBOR sobre ellos.

“...sólo espero que en el contexto de OBOR el Consulado pueda proteger más a sus propios empresarios en España (...) en el barrio de Cangku (almacenes, polígonos industriales) cada día se roba a mucha gente, cada día estamos perdimos dinero, la policía no nos presta suficiente atención, el Consulado tampoco habla por los empresarios chinos, así ¿qué podemos esperar del impacto que pueda traer OBOR?” (Entrevista con Y3, 2017).

“...espero que pueda orientar a los empresarios chinos a conocer y obedecer mejor la legislación de España aprovechando la iniciativa OBOR, de esta manera, los empresarios chinos serán más respetados y tendrán un mercado más sano (...) en lugar de sólo asistir a los banquetes de las asociaciones o tal...” (Entrevista con Z, 2017).

Hasta aquí se ha resumido y clasificado la información de los entrevistados sobre sus conocimientos, valoración, actitud y postura, impacto personal y expectativas sobre la iniciativa OBOR. En el apartado siguiente se analizará con más detalle el resultado de toda la información recogida.

Análisis de los resultados

El conocimiento y las expectativas sobre OBOR de los empresarios chinos de pymes en España es muy diverso. No obstante, lo que resulta evidente a partir de los entrevistados es que en comparación con la información procedente de fuentes públicas y oficiales su consideración general sobre esta iniciativa es muy diferente. Una parte considerable no considera que esta iniciativa influye o vaya a tener impacto en sus actividades o ni siquiera la conocen, incluso su posición sobre ella es crítica. En general existen dos perspectivas ante la Iniciativa OBOR, una es entusiasta y otra escéptica, crítica o la desconoce.

Tabla 1. Consideraciones de los empresarios de pymes chinas en España ante OBOR

	Entusiasta y asertivo (A)	Neutra y escéptica (B)
Conocimiento sobre OBOR	Relativamente elevado	Poco o nada
Impacto recibido de OBOR	Recibido o con la expectativa de recibirlo	Desconocido o no lo ha recibido
Postura y actitud sobre OBOR	Afirmativa y positiva	Neutros o crítica
Expectativa en OBOR	Ya es una realidad	Diversa

Fuente: Elaboración propia

A partir del resultado de las entrevistas realizadas a los informantes existe un continuum que va desde los que conocen bien OBOR y manifiestan haber recibido su impacto, a quienes consideran positiva la iniciativa, pero no tienen expectativas especiales sobre la misma. En el otro polo del continuum se encuentran quienes no conocen, o muy poco, OBOR y por lo tanto su impacto es desconocido, muestran desconfianza y dudas sobre ella. Este grupo incluye a los más críticos y con más quejas sobre la iniciativa. Algunos entrevistados se caracterizan por el buen conocimiento sobre OBOR, pero sin tener expectativas sobre esta iniciativa, o no han recibido su impacto –en concreto dos empresarios chinos que anteriormente fueron estudiantes con formación en economía y empresas-. En comparación con el resto de los entrevistados, estos dos casos son particulares y, por lo tanto, no se analizarán en profundidad en este análisis.

A nivel general las características de los empresarios chinos de pymes en España frente a la OBOR, de acuerdo a sus percepciones y expectativas se pueden clasificar en cuatro tipos.

a) Carencia de conocimiento sobre OBOR

En general los empresarios chinos de pymes en España no tienen un conocimiento claro y profundo sobre esta iniciativa. Para la mayor parte de ellos sus conocimientos son superficiales, sólo reconocen el nombre o saben que se han realizado actividades sobre ella que han aparecido en la prensa. No tienen muchas fuentes para conseguir información sobre la Iniciativa: los periódicos y las redes sociales, que incluyen tanto a las virtuales como las físicas son casi exclusivamente su única fuente de información. Algunos empresarios comparativamente tienen conocimientos más amplios sobre esta iniciativa y

mantienen una información actualizada sobre la misma, y se caracterizan por disponer de más fuentes para conocerla, incluso durante el trabajo de campo se ha constatado que tienen libros sobre OBOR en sus estanterías. A pesar de todo tampoco tienen un conocimiento profundo sobre ella, es decir, desconocen el contexto, motivaciones, y los objetivos de su planteamiento o su conocimiento es impreciso. Además, les resulta difícil presentarla con sus propias palabras, sus explicaciones coinciden con el discurso oficial. Por lo tanto, en general se puede afirmar que los empresarios chinos en España tienen un conocimiento limitado sobre la iniciativa OBOR.

b) Percepción personal variada sobre el impacto recibido de OBOR

Aunque no todos los informantes manifiestan que han recibido o tienen expectativas de recibir el impacto de esta iniciativa, una parte de los empresarios confirman o creen firmemente que en el futuro lo recibirán. Anteriormente, a partir de sus testimonios, se constata que el impacto es muy diverso. Algunos informantes no son capaces de explicar por qué los impactos que mencionan son consecuencia de esta iniciativa, ni de justificar por qué confían que en el futuro puedan recibir beneficios o influencias. Estas percepciones personales no se vinculan necesaria ni directamente con la iniciativa OBOR, sino que simplemente relacionan unos fenómenos emergentes con ella. Considerando las carencias de su conocimiento sobre OBOR, ni siquiera la variedad del impacto recibido que manifiestan acaba de demostrar que realmente la conocen.

c) Discrepancias en la valoración de la iniciativa

Es notable la gran discrepancia de los informantes sobre su valoración de la iniciativa. Por un lado, refleja el diferente criterio a la hora de valorar cada empresario a OBOR. En ocasiones la percepción que tienen sobre las autoridades chinas se extiende hacia OBOR, especialmente cuando desconocen más a esta iniciativa. Por otro lado, la discrepancia de valoraciones también revela que los beneficios e intereses que estos empresarios chinos podrían obtener gracias a esta iniciativa son diferentes.

d) Expectativas y esperanzas poco realistas

Excepto una parte de los informantes, la mayoría manifiesta que no espera nada de OBOR o no tiene expectativas sobre ella desde el principio. Algunos empresarios ofrecen respuestas muy variadas que están alejadas de la realidad. De acuerdo con las motivaciones y objetivos de OBOR, la mayor parte de las expectativas que manifiestan los informantes no tienen relación con OBOR, por ejemplo, facilitar créditos para la financiación de sus negocios, menos burocracia por parte de las autoridades chinas y

proteger más a los migrantes chinos en España. En general, no distinguen claramente cuál es el impacto posible asociado a esta iniciativa. Los informantes confunden las expectativas sobre OBOR con sus expectativas personales, y con su insatisfacción y quejas frente a las autoridades chinas. En cualquier caso, se pone de manifiesto lo que los empresarios chinos de pymes en España esperan del gobierno chino y de su política exterior.

La información obtenida en las entrevistas realizadas en el trabajo de campo permite distinguir a dos grupos de informantes con conocimientos y expectativas sobre OBOR muy diferente cuyo perfil se determina a partir de diversas variables y criterios: trayectorias empresariales, cargos de representación, tipo de negocios, etc. Las características comunes que comparten los empresarios de cada grupo se ponen de manifiesto en cuatro aspectos: identidad, transnacionalidad, institucionalidad y edad.

Tabla 2. Perfil de los empresarios chinos de pymes en España

	Grupo A	Grupo B
Identidad	Empresarios Qiaoling	Empresarios normales
Transnacionalidad	Empresarios con más Transnacionalismo	Empresarios con menos transnacionalismo
Institucionalidad	Contactos frecuentes de alta institucionalización	No tienen contactos de elevada institucionalización
Edad	Migrantes de primera generación	-

Fuente: Elaboración propia

Identidad: La identidad es la variable más evidente que diferencia a los empresarios de ambos grupos. En el Grupo A los empresarios tienen la identidad de Qiaoling, suelen ser presidentes asociaciones o fundaciones de migrantes chinos, o tienen algún cargo en ellas. También suelen tener una posición social elevada, son conocidos por la mayor parte de los migrantes y autoridades chinas en España, e incluso algunos también tienen un prestigio reconocido por la sociedad española. Además, siempre participan y/o organizan actividades sociales que incluyen reuniones temáticas, banquetes, fiestas culturales, etc. Frente a ellos, el Grupo B está constituido por los empresarios normales que no tienen cargos en asociaciones o si lo tienen son de bajo perfil, o sólo son miembros. No participan ni organizan actividades sociales en la comunidad china, tampoco tienen fama o prestigio en la comunidad china ni en la sociedad española.

Transnacionalidad: Los empresarios del grupo A se caracterizan por su elevado transnacionalismo. Por un lado, sus negocios conllevan de forma sobresaliente esta característica, tienen inversiones

transnacionales y un modelo de negocio transnacional o globalizado. Sus negocios no sólo se limitan a un lugar, una región o a España, sino que tienen un alcance geográfico más amplio y también e diversidad sectorial. Por otro lado, los empresarios en este grupo mantienen una movilidad transnacional constante y frecuente, suelen viajar entre China y España por negocios e invitaciones de las autoridades chinas, así como para asistir a conferencias, reuniones, formación, etc. Muchos empresarios del grupo B carecen de transnacionalismo en sus negocios o no lo muestran tanto, y si bien existen, las actividades transnacionales no forman una parte indispensable en sus negocios. Tampoco tienen una elevada frecuencia de viajes de ida y vuelta entre ambos países.

Institucionalidad: Los empresarios de Grupo A mantienen buenas y estrechas relaciones de alta institucionalización con China. Estas relaciones incluyen a la recepción de delegaciones de empresarios chinos provenientes de China; asistencia a las actividades organizadas por las autoridades chinas. En muchos casos, también sirven como canales de comunicación, puentes de contacto entre empresas o gobiernos locales de ambos países. Aparte de eso, algunos empresarios cuentan con cargos políticos del gobierno chino como miembros de la Conferencia Consultiva Política del Pueblo Chino. Los empresarios del grupo B no tienen relaciones estables ni constantes de alta institucionalización, sus contactos sólo se limitan a trámites de documentación o a encuentros ocasionales.

Edad: Los empresarios del Grupo A son migrantes de primera generación, llevan por lo menos 20 años viviendo y trabajando en España. En el grupo B, la distribución de la edad es más amplia, desde los 25 hasta los 60 años, e incluye tanto a los de la primera generación como a sus descendentes.

Las cuatro dimensiones anteriores muestran las características de cada grupo, pero para conocer la relación de estos perfiles con su posición ante la iniciativa OBOR, y descubrir los motivos de sus consideraciones es necesario profundizar en el papel de los migrantes chinos en esta iniciativa. El papel concreto que desempeñan los migrantes en la Iniciativa OBOR proporciona las claves para entender los motivos que se encuentran detrás de sus diferentes declaraciones, y para finalmente determinar el impacto de esta iniciativa sobre ellos.

Conclusión

1) Existen dos grupos de empresarios que muestran percepciones significativamente diferentes en relación con la Iniciativa OBOR y su impacto: a). Existe un grupo (grupo A) está bien informado sobre la iniciativa, aunque no es capaz de presentarla con sus propias palabras, muestran su aprobación a

OBOR, confirman su importancia y éxito, asimismo manifiestan que han recibido su influencia en un cierto nivel; b). Otro grupo (grupo B), no tienen suficientes conocimientos de la iniciativa, tampoco muestra interés por ella y al ser informados durante la entrevista sobre sus objetivos y lo que se difunde sobre ella en el discurso oficial, manifiestan su desconfianza a la iniciativa y las autoridades chinas. Este grupo no considera haber recibido ningún impacto de la iniciativa, y sus posibles expectativas en OBOR son muy variadas y poco realistas.

2) A partir de la comparación de los perfiles de los empresarios de cada grupo, aparecen cuatro aspectos comunes: identidad, transnacionalidad, institucionalidad y edad. a) El grupo A son los empresarios chinos con una posición social relativamente alta tanto en la comunidad china como en la sociedad española, es decir, son Qiaoling, una parte de la élite de la diáspora china. Participan activa y periódicamente en actividades transnacionales por sus negocios. Suelen mantener relaciones y una comunicación e intercambio intenso con las autoridades chinas y también con cargos políticos de la sociedad española. Asisten a las reuniones y a los cursos de formación organizados por las autoridades chinas. Son migrantes de la primera generación, con una larga estancia y experiencia que les ha permitido acumular recursos tanto económicos como políticos. b) El Grupo B está formado por los empresarios comunes, quienes no son conocidos en la comunidad china, el transnacionalismo tampoco es clave en sus negocios. Sus relaciones con las autoridades chinas son muy limitadas. El promedio de su edad es menor que los del grupo A.

3) A partir de las características de cada uno de los grupos anteriores se ha analizado su relación con la Iniciativa OBOR y sus diferentes consideraciones sobre la misma. Dado que el grupo A conoce los objetivos que intenta alcanzar OBOR, esta iniciativa y sus posibles proyectos en España necesitan de su participación. La elite y los Qiaoling son puentes de la diplomacia pública entre ambos países por los contactos y redes sociales que disponen en España. Este puente no sólo facilita la intensidad de las relaciones entre las autoridades de España y China, sino que también son vínculos importantes entre el gran capital chino y las empresas locales. En este sentido, China requiere que conozcan la Iniciativa OBOR y necesita acortar la “distancia” con ellos. Al mismo tiempo, por el transnacionalismo que caracteriza a sus negocios y los requerimientos de sus posiciones sociales, los Qiaolings también están interesados en participar en las actividades de elevada institucionalización dado que es un honor – reconocimiento– político y los contactos (guanxi) que establecen en ellas pueden ayudarles a lograr sus intereses económicos de una forma más o menos directa. La complementariedad de las demandas de ambas partes se refleja en sus consideraciones sobre OBOR. Los recursos de las autoridades chinas son

limitados y no llegan a todos los empresarios chinos por igual tal y como manifiesta el grupo B.

4) En definitiva, el impacto de OBOR sobre los empresarios chinos de pymes en España se caracteriza por ser indirecto, es decir ha influido únicamente en la mejora del entorno de los negocios. El poder económico de China es cada vez más reconocido en el ámbito empresarial español y, en parte como consecuencia, la imagen de los empresarios chinos también ha mejorado hasta cierto punto, siendo bienvenidos para realizar cooperaciones transnacionales. La accesibilidad del transporte de mercancías y pasajeros entre China y España se puede considerar, en parte, como un resultado de la iniciativa que les afecta directamente. Así el establecimiento de nuevas líneas aéreas y de ferrocarril, la movilidad tanto de personas como de mercancías y la logística para ellas han aumentado significativamente. Además, las oportunidades que ofrece el nuevo gran capital chino invertido en España gracias al impulso de esta iniciativa, también es un impacto indirecto de OBOR sobre las pymes chinas, así como el aumento de los servicios destinados a una clientela fundamentalmente china ejemplificado por el establecimiento de multinacionales como Airchina e ICBC.

Bibliografía

- BELTRÁN ANTOLÍN, Joaquín (2007). Migración, transnacionalismo y empresariado asiático en España. Revista CIDOB d'Afers Internacionals, 78, pp. 13-32.
- BELTRÁN ANTOLÍN, Joaquín. (2008a). Las comunidades asiáticas y la internacionalización de la economía española. Global Asia, 2, pp. 20-23.
- BELTRÁN ANTOLÍN, Joaquín (2008b). Transnacionalismo asiático. Globalización e internacionalización de la economía española. Ponencia en el Simposio internacional Nuevos retos del transnacionalismo en el estudio de las migraciones. UAB, Barcelona, 14-15 de febrero.
- DONG Li 董理 (2017). 西班牙列席两会侨胞韩杰: 侨商应借“一带一路”机遇转型升级 (Xibanya liexi lianghui qiaobao Han Jie: Qiaoshang ying jie yidai yilu jiyu zhuanxing shengji; Hanjie, Qiaobao de España presentado en APN y CCPPC: Los empresarios chinos deben mejorar sus negocios aprovechando la iniciativa OBOR) Oushinet, 05-03-2017. En: <http://www.oushinet.com/qj/qjnews/20170305/256776.html>
- WANG Gaofei; LIU Weijing, 王高飞 刘维靖 (2017). 海外华人谈“一带一路”: 助力经济合作提升中国形象 (Haiwai huaren tan yidai yilu: Zhuli jingji hezuo tisheng Zhongguo xingxiang; Los migrantes chinos internacionales hablan de OBOR: apoyar a la cooperación económica, mejorar la imagen de China). CRIonline, 13-03-2017. En: <http://news.cri.cn/20170313/5f852559-6956-f2a2-fbc5-519a3f0ea85e.html>
- ZHOU, Ruixuan (2017), 西班牙华侨华人协会主席徐松华: “一带一路”为华商提供了新商机 (Xibanya Huaqiao Huaren Xiehui zhuxi Xu Songhua: Yidaiyilu wei huashang tigong le xin shangji, El presidente de la Asociación de chinos en España Xu Songhua: OBOR ha ofrecido nuevas oportunidades para los empresarios chinos), Huayu Press, 04-05-2017. En: <http://cms2.newsduan.com/newsyun/zhuanli/2017/20170504yidaiyilu/20170504tuwen/20170515/8582.html>
- CHINA NEWS (2017). 裘援平寄语欧洲侨胞: “一带一路”建设 侨胞大有可为 (Qiu Yuanping jiyu Ouzhou qiaobao: yidai yilu jianshe dayou kewe; Qiu Yuanping habla a los migrantes chinos en Europa: “en la construcción de OBOR, los migrantes chinos tienen mucho que hacer). China News, 29-08-2017, En: <http://www.chinanews.com/hr/2017/08-29/8316468.shtml>