

OPORTUNIDADES DE NEGOCIO EN MONGOLIA, EL PARAISO AZUL DE GENGHIS KHAN



Dra. Patricia Ordóñez de Pablos
Universidad de Oviedo
Directora de *International Journal of Chinese Culture and Management*
Directora de *International Journal of Asian Business and Information Management*
patriop@uniovi.es

Quien haya visto el film “El perro mongol” de la directora Byambasuren Davaa comprenderá por qué los habitantes de Mongolia llaman a su tierra “Mongolia Azul”. Desde hace siglos, los viajeros han admirado este país por su cielo siempre soleado y claro y una naturaleza singular, llena de contrastes sorprendentes, desde las altas montañas y verdes valles a las inmensas estepas hacia el desierto del Gobi. Y sus gentes, siempre amables y hospitalarias, luciendo a diario y en ocasiones especiales, las “deel” o ropas tradicionales, con diferentes colores y estilos, que se adaptan a todas las estaciones del año y reflejan los diversos grupos étnicos de Mongolia. Y cómo no, con las típicas botas mongolas o “gutul”, ideales para montar a caballo en las estepas.

Las personas que viajado a Mongolia siempre destacan la extraordinaria hospitalidad de sus gentes. Las duras condiciones de vida de los habitantes de las tierras de Genghis Khan a lo largo de la historia han contribuido al desarrollo de fuertes tradiciones en torno a la hospitalidad y las normas sociales. Durante siglos las tribus nómadas del Imperio Mongol han vivido en las tradicionales “ger” (tiendas), fáciles de instalar y desmontar, para adaptarse a las necesidades de la vida nómada. Las extremas condiciones vida en las estepas, a kilómetros de los pueblos y ciudades, con duras condiciones climatológicas de temperaturas de -30°C a -50°C, hacen que cuando un visitante llega a un “ger”, sea recibido con una gran hospitalidad, ofreciéndole

comida y alojamiento, siempre bien recibidos tras largos y duros viajes a caballo por las estepas mongolas.

¿Qué lugar ocupa Mongolia en el panorama económico internacional y qué oportunidades de negocio ofrece a las empresas extranjeras? Localizada estratégicamente en Asia Central Oriental, entre dos grandes súper potencias, China y Rusia, hoy Mongolia es una república parlamentaria. Pese a su vasta extensión de 1.564.100 km², tiene una población de solo 2.900.000 habitantes, siendo el país con menos densidad de población del mundo. Más del 60% su población vive en ciudades y pueblos mientras que el resto de los habitantes continúan con el estilo de vida nómada, fieles a las tradiciones y costumbres de las tribus de Mongolia.

Sin lugar a dudas, este país está despertando un gran interés entre los inversores internacionales. ¿Qué ventajas comparativas ofrece Mongolia a las empresas extranjeras? Este país ofrece infraestructuras de buena calidad en continuo desarrollo (red de telecomunicaciones desarrollándose rápidamente, conexiones ferroviarias con Moscú y Beijing, buena red de transportes), sistemas financiero sólido (estabilidad financiera, alta liquidez, libre circulación de capital y rendimientos, convertibilidad plena de la moneda local), entorno adecuado para el comercio (economía de libre mercado, no restricciones a exportaciones e importaciones), bajos costes operativos, recursos humanos cualificados, calidad de vida aceptable y baja presión fiscal.

La globalización llega a todos los sitios y Mongolia no iba a ser una excepción en este proceso. El pasado 24 de agosto de 2008 Coca-Cola abrió una nueva planta embotelladora de 22 millones de dólares en Ulaanbaatar, la capital del país.

La UE es el cuarto socio comercial de Mongolia, tras China, Rusia y EE.UU. Las principales exportaciones de la UE a este país son maquinaria, equipamiento para oficinas, productos agrícolas y productos del sector químico, procediendo principalmente de Alemania y Francia. Los principales importadores de productos de Mongolia dentro de la UE son Reino Unido e Italia.

En junio de 2008 se conoció la noticia que Indra había conseguido su primer contrato en este país, por valor 10,4 millones de euros. Indra afrontará el reto de la modernización de los sistemas de gestión y control de tráfico aéreo de Mongolia en el plazo de un año. En febrero de 2009 la empresa constructora alemana Hochtief - donde ACS controla el 30% del capital- ganó el contrato para encargarse de la explotación durante seis años de una tercera mina de carbón en Ukhaakhudag. A comienzos de abril de este año, la Unión Europea firmó un acuerdo de aviación civil con Mongolia para reforzar las relaciones bilaterales en la materia e impulsando el tráfico aéreo entre los países comunitarios y Mongolia.

Mongolia también puede ser una extraordinaria oportunidad las instituciones educativas internacionales. Durante los días 31 de octubre-1 de noviembre de 2009 se celebrará 7th *The International Education Exhibition Mongolia 2009* en el Hotel Chinggis Kaan Mongolia de UlaanBataar. La feria es una gran oportunidad para que los jóvenes estudiantes con más potencial puedan conocer las ofertas formativas disponibles en el extranjero. El interés creciente por

realizar estudios en el extranjero se muestra en la cifra de más de 9.000 estudiantes mongoles que actualmente cursan estudios fuera del país. Los centros educativos de la UE debería considerar el potencial atractivo del mercado de estudiantes de Mongolia.

Al mismo tiempo, la globalización ha hecho que la crisis económica internacional actual también afecte a Mongolia. El crecimiento económico esperado su economía es del 2,7% para este año, una caída importante en comparación con la tasa del 8,9% en 2008, del 9,9% en 2007 y del 8,6% en 2006. No cabe duda que la crisis global está teniendo su repercusión en este país, especialmente debido al hundimiento de los precios de los minerales, que retornaron a los niveles 2004. A modo de ejemplo, el último informe *Mongolia Monthly Economic Update (2009)* publicado por el Banco Mundial en abril, señala el precio del cobre cayó en un 60%, de 8700\$/tonelada en abril de 2008 a 3500\$/tonelada en marzo de 2009.

La preparación de un viaje de negocios a Mongolia debe incluir en la agenda el conocimiento de la cultura del país y las normas básicas de protocolo y etiqueta social y de negocios; del mismo modo que la organización de una campaña de marketing debe adaptarse las costumbres, cultura, forma de pensar y hábitos de consumo del mercado objetivo. El protocolo y etiqueta social y de negocios en Mongolia no es tan complejo como en el caso de la vecina China. No obstante, es preciso conocer las normas básicas para causar una buena impresión a nuestros anfitriones y favorecer el desarrollo de las relaciones empresariales.

La gran mayoría de los habitantes de Mongolia no se sentirán ofendidos si un extranjero no conoce todas las costumbres del país. Sin embargo, un cierto conocimiento de las mismas causará una buena impresión a las personas que visitemos durante nuestro viaje de negocios.

Si le invitan a visitar un “ger” o a una casa en Mongolia, debe evitar algunos comportamientos, como silbar, tomar comida del plato con la mano izquierda u ofrecer algo a otra persona utilizando para sostenerlo solo dos dedos, pues dentro de las costumbres mongolas siempre es más educado utilizar la mano. Dentro del ger, nunca se apoye sobre una pared (la mayoría de los “gers” tienen 5 paredes) o una columna. Observará dentro del ger que sus habitantes han dispuesto un pequeño altar. Nunca se siente con los pies en dirección al altar (norte). Y a la hora de hacer regalos, debemos olvidarnos de entregar una caja vacía o un bol, pues se considera de mala suerte.

Sin duda Mongolia se trata de un gran desconocido para los empresarios e instituciones extranjeras, que ofrece grandes oportunidades de negocio, especialmente ahora, en medio de una profunda crisis económica y financiera internacional.

.....y cuando visite Mongolia no se olvide de probar la sabrosa “khushuur”, una empanada de carne frita con cebolla y harina. Saikhan khol-loo-roi! (¡Buen provecho!)

Bibliografía

Indra (2008): “Indra entra en el mercado de Mongolia al adjudicarse la modernización de los sistemas de gestión de tráfico aéreo del país por 10,4 millones de euros”, 17 de junio de 2008. http://www.indra.es/servlet/ContentServer?pagename=IndraES/Page/EstructI magen&cid=1086888264581&Language=es_ES

University Fairs (2009): *7th The International Education Exhibition Mongolia 2009*. www.universityfairs.com/fairs/international-education-exhibition-mongolia-44

World Bank (2009): *Mongolia Monthly Economic Update*. April 2009. http://siteresources.worldbank.org/INTMONGOLIA/Resources/Mongolia_Monthly_April_2009_ENG.pdf