

# Huawei, guerra y paz en el universo virtual

El análisis de los principios filosóficos de Ren Zhengfei para fundar el gigante tecnológico sirve de reflexión sobre la sociedad china

El País · 25 magg. 2019 · POR JUAN LUIS CEBRIÁN

En medio de la competencia entre Estados Unidos, Europa y China, la fatiga institucional ha comenzado a filtrarse en los sistemas de bienestar social y democrático en Occidente”. Este acertado diagnóstico es una de las conclusiones que se pueden leer en la historia del gigante tecnológico Huawei, hoy bajo la mirada del mundo. Sorprende que en medio del escándalo originado por la agresión del Gobierno americano a los principios del libre comercio en su guerra con el gigante asiático apenas hayan aparecido menciones del libro que Tin Tiao, profesor de la Universidad de Zhejiang, publicó el año pasado, también con la firma de otro colega chino y un catedrático de la Judge Business School de Cambridge. La obra analiza los principios filosóficos que animaron la aventura del creador y líder indiscutible de la compañía. Lejos de ser un manual de gestión al uso, se trata más bien de una reflexión sobre el carácter singular de la sociedad china, las motivaciones, los logros y los desafíos de quienes la dirigen en uno u otro ámbito.



Conocí a Ren Zhengfei, fundador, presidente y primer accionista de Huawei, la semana pasada en el cuartel general de la empresa. Junto con un reducido grupo de visitantes españoles, tuvimos todos oportunidad de oír sus reflexiones sobre lo que está sucediendo en lo que parece ya una guerra cibernética chino-americana. Se mostró cordial, hablador y seguro de sí mismo. Comprobé además que sus opiniones en privado coincidían casi al milímetro con sus declaraciones públicas, lo que no es tan frecuente ni en los guber-

nantes ni en los capitanes de empresa. Me pareció un hombre recio, de voluntad indomable y austeridad reconocida. También terco en la defensa de sus convicciones y la aplicación de sus principios. Vamos, todo un carácter. Por eso, la lectura de Huawei. Liderazgo, cultura y conectividad debería, en mi opinión, ser obligada para cuantos quieran, desde la política, los negocios o el periodismo, intervenir u opinar sobre la actual crisis. El protagonista es el propio Ren, que en edad ya madura fundó la compañía a la que ha dedicado desde entonces toda su existencia. “Su sacrificio”, dice el autor, “llevó a Huawei al éxito, y a él, a una difícil vida de soledad”. La construcción y el desarrollo de la empresa son reiteradamente descritos como la consecuencia de un esfuerzo intelectual, espiritual casi. El coronel Ren, ingeniero de comprobada competencia, ha logrado su éxito comportándose como un filósofo de la escuela confuciana, con ideas sencillas y pragmáticas, fácilmente comprensibles por y para todos, que demandan exigencia individual, espíritu de equipo y flexibilidad en su aplicación, pero sin abandonar nunca los principios básicos.

“¿Quién soy yo? ¿De dónde vengo? ¿Adónde voy?”. En mis recuerdos de juventud, estas frases que se pueden leer ahora en la obra de Tao sobresalen como introito a los ejercicios espirituales de Ignacio de Loyola: “¿Para qué he venido yo a este mundo?”. Esas son preguntas que según el autor deberían hacerse todos los empresarios, ya que expresan la visión estratégica de la tarea a emprender. Los valores de Huawei descansan en un trípode de fácil enunciación: todo se basa en el servicio al cliente y en la dedicación y perseverancia de los empleados. El primero de los enunciados fue aprendido por Ren en sus contactos con Occidente, de los que reconoce haber aprendido muchas cosas. Se trata de un axioma de la filosofía comercial del capitalismo, que el antiguo coronel cumple y hace cumplir a rajatabla. Si lo más importante es servir a los clientes, ellos, y no los mercados, deben primar a la hora de las decisiones. Su definitiva hostilidad a que la empresa, multimillonaria en facturación y beneficios, cotice en Bolsa se deriva de ello. Hay una crítica explícita a las grandes corporaciones cuyos ejecutivos, atentos a la cotización y la opinión de los analistas, descuidan lo fundamental: servir a los consumidores. Es llamativo el reconocimiento de que en sus orígenes Huawei comenzó ofreciendo productos de baja calidad y bajo precio, pero desde el primer momento buscó el liderazgo en los servicios. La mejora gradual y constante de sus operaciones la han convertido después en un gigante que garantiza

El ensayo recuerda que las mejores empresas del mundo apenas duran cien años frente a los miles de algunas religiones

el liderazgo futuro de China en la tecnología digital. Ren ha denunciado en repetidas ocasiones lo que llama el capitalismo de casino, definición frecuentemente utilizada por Felipe González también. Invertir supone riesgos, pero no es lo mismo que apostar. Al maximizar el valor para los accionistas, la ética tradicional de las empresas industriales se ha distorsionado. Como consecuencia, la centralidad en el cliente, que un tiempo supuso la aplicación del sentido común en el mundo de los negocios, se ha visto reducida al esfuerzo en “la búsqueda solitaria por parte de algunas empresas líderes”. La convicción al respecto del fundador de Huawei es tal que llegó a declarar que todos en la empresa deben fijar su atención en los clientes y dar la espalda a los jefes.

Semejantes reflexiones sobre la gestión de los emprendimientos nos remontan más a los libros de meditación que a los manuales de las escuelas de negocios. No en vano hay un

apartado dedicado a comparar la economía productiva con la del negocio espiritual y nos recuerda que las mejores empresas apenas duran cien años frente a los miles de permanencia de algunas religiones que se describen como el mejor negocio posible. Se asegura por ejemplo que los templos budistas son las cadenas de tiendas más exitosas que existen. Hay por lo demás un reconocimiento abierto de los triunfos de Occidente que en opinión de los autores ha llegado a alcanzar el apogeo absoluto de la civilización. Pero “60 años de prosperidad y paz tras la Segunda Guerra Mundial han llevado a muchos países occidentales a un estado de arrogancia y complacencia marcado por el consumo descontrolado, la inercia colectiva y una dependencia excesiva del bienestar, especialmente en Europa”. Quienes quieran intervenir en la guerra comercial chino-americanas, para agitarla o para frenarla, deben atender a estas reflexiones. La impresión que saca uno de su lectura es que para Occidente será más fácil buscar una paz negociada que obtener la victoria, que en realidad sería una derrota para todos, a comenzar por los clientes, ciudadanos que no parecen interesar ni a la Casa Blanca ni a sus ocasionales y sumisos aliados. Ren y su equipo no son de los que se rinden, y se hartan de recordar que entre otras cosas cuentan con un mercado interior de 1.300 millones de personas, lo que les permite atrincherarse con éxito, por muy grande que sea el daño infligido. Por lo demás, el libro está mal escrito, y aún peor traducido, pero es interesante y de lectura fácil en medio del desorden de sus capítulos. Constituye una cierta hagiografía del coronel Ren Zhengfei, que es admirado y casi adorado por la mayoría de sus casi 200.000 empleados, muchos de ellos accionistas de la empresa que en cierta medida se comporta como una cooperativa. Al fin y a la postre el culto a la personalidad del líder es algo común en el Imperio del Centro, acostumbrado a mirar y predecir el futuro de 50 en 50 años. Un arma difícil de combatir desde un Occidente en el que la prisa comienza a desafiar al éxito.

Huawei. Liderazgo, cultura y conectividad Tian Tao / David de Cremer / Wu Chunbo Traducción de Berlitz de México SA LID Editorial, 2019

392 páginas. 39,90 euros