

La experiencia empresarial española en Asia-Pacífico

Pablo Rovetta

Director para Relaciones con China de Técnicas Reunidas
y editor del boletín electrónico *Carta de Asia-Economía*, Casa Asia

Resumen

Asia-Pacífico no sólo es una región que crece y progresa, sino que además tiene un peso cada vez más importante en la economía y el comercio mundial; una región cada vez más fuerte y decisiva cuando hablamos a nivel global de inversiones, comercio exterior, materias primas, desarrollo industrial, consumo, o ciencia y tecnología. España, y sus empresas, han estado tradicionalmente más alejadas de Asia-Pacífico que cualquier otro país de su entorno, sin embargo, la región se está transformando ya en un nuevo mercado directo para un creciente número de empresas españolas que exportan y que invierten en esa región. Este artículo pretende llamar la atención sobre la relación cada vez intensa y dependiente entre la economía española y Asia-Pacífico, una relación que no es siempre claramente visible, pero que existe y que tenderá a incrementarse de forma continua en el futuro. Si bien a día de hoy la presencia española sigue siendo poco significativa, es posible afirmar que se producen los primeros indicios de que nuestras empresas han tomado consciencia de esta situación y no sólo están aumentando sus vínculos con Asia de forma acelerada, sino que están diversificando su presencia desde el punto de vista sectorial y geográfico, al tiempo que crecen desde el punto de vista cualitativo. Otro aspecto positivo es que en una gran proporción, la experiencia empresarial de España en Asia-Pacífico no sólo es positiva, sino también con perspectivas de una mejora constante.

Asia-Pacífico en la economía mundial

Asia-Pacífico ha sido en los últimos años y es hoy sin lugar a dudas una de las regiones de mayor dinamismo económico y uno de los motores de la economía y el comercio mundial.

Quizás China e India sean los casos más destacados en la región, por lo espectacular de su desarrollo sin precedentes y por tratarse de los dos países más poblados del planeta.

Sin embargo al hablar de Asia-Pacífico no debemos olvidarnos de los países industrializados de la región como Corea del Sur, Australia, Nueva Zelanda o Japón –la segunda economía del planeta– de los importantes centros financieros y de comercio mundial como Hong Kong y Singapur, o del dinamismo de economías como las del Sudeste Asiático, desde las “tradicionales” como Tailandia o Malasia, hasta las de desarrollo más reciente como Vietnam.

Asia-Pacífico no sólo es una región que crece y progresa, sino que además tiene un peso cada vez más importante en la economía y el comercio mundial; una región cada vez más fuerte y decisiva cuando hablamos a nivel global de inversiones, comercio exterior, materias primas, desarrollo industrial, consumo, o ciencia y tecnología.

En los últimos años Asia ha contribuido a la mitad del crecimiento del PIB mundial y en el 2006 fue la primera zona del mundo entre las regiones en desarrollo en flujos recibidos de Inversión Extranjera Directa (IED), con más del 60% del total mundial.

Mientras China es el primer país del mundo en desarrollo por inversiones directas recibidas, Singapur y Nueva Zelanda, por ejemplo, han liderado en el 2007 la clasificación mundial en facilidad para realizar negocios

según el Banco Mundial, *ranking* en el cual también figuran Hong Kong y Australia entre los primeros diez clasificados.

Por otro lado China es también ya la tercera potencia comercial del mundo, y varias economías de la región, como Japón, Corea del Sur, Hong Kong, Singapur o Taiwan figuran entre los principales exportadores mundiales.

Como resultado de ello, ha sido constante y creciente el número de empresas de todo el mundo y de las grandes multinacionales que se han interesado por Asia-Pacífico, que invierten, compran y venden en los diferentes países de la región. El interés y la entrada de las empresas extranjeras en las últimas décadas se ha ido extendiendo geográfica-

TABLA 1.
Asia-Pacífico en el ranking de *Doing Business 2008*

Países		Otros países de Asia	
1	Singapur	36	Fiji
2	Nueva Zelanda	38	España
3	Estados Unidos	47	Tonga
4	Hong Kong (China)	52	Mongolia
5	Dinamarca	60	Maldivas
6	Reino Unido	61	Samoa
7	Canadá	62	Vanuatu
8	Irlanda	71	Kazajstán
9	Australia	73	Kiribati
10	Islandia	76	Pakistán
11	Noruega	78	Brunei
12	Japón	79	Islas Salomón
13	Finlandia	83	China
14	Suecia	84	Papúa Nueva Guinea
15	Tailandia	89	Islas Marshall
16	Suiza	91	Vietnam
17	Estonia	94	Kirguistán
18	Georgia	101	Sri Lanka
19	Bélgica	107	Bangladesh
20	Alemania	111	Nepal
21	Países Bajos	112	Micronesia
22	Letonia	119	Bhután
23	Arabia Saudí	120	India
24	Malasia	123	Indonesia
25	Austria	133	Filipinas
26	Lituania	135	Irán
27	Islas Mauricio	138	Uzbekistán
28	Puerto Rico	145	Camboya
29	Israel	153	Tayikistán
30	Corea del Sur	159	Afganistán
		164	Laos
		168	Timor-Leste

Fuente: *Banco Mundial (2008)*

mente como una gota de tinta; de forma paulatina y progresiva las empresas se fueron acercando a Hong Kong, Singapur o Japón –los países que estas empresas consideraban más “fáciles”, atractivos y más “occidentales” en sus formas de hacer negocios–, luego al Sudeste Asiático, posteriormente a China, y más recientemente a India, sin olvidarnos de Vietnam, o en menor escala, de sus vecinos Camboya y Laos.

Se puede decir sin temor a exagerar que las principales empresas del mundo, sea cual sea el sector del que estemos hablando, están ya instaladas o tienen planes para instalarse en Asia-Pacífico.

España y sus empresas en Asia-Pacífico

La relación entre España y Asia-Pacífico

Razones históricas, culturales y las relacionadas con el propio desarrollo español y su evolución en el mundo han motivado, como se ha mencionado que la presencia española en la región siga estando muy por debajo de la de su competencia.

Sin embargo, a pesar de este distanciamiento, la evolución reciente de Asia-Pacífico, y en menor medida la evolución de España, ha hecho que, de forma directa en unos casos, y de forma indirecta y casi impalpable en otros, la importancia de esa región para España, su sociedad, su economía y sus empresas se haya incrementado significativamente.

La realidad de Asia-Pacífico ya ha afectado, está afectando y afectará, directa e indirectamente, para bien o para mal, la evolución de las empresas españolas. Lo que sucede es que en muchos casos esa relación no es directa, y por eso con frecuencia y en muchos sectores se tiene la sensación de que aquella región “está muy lejos” y de que lo que allí pasa no tiene mucho que ver con España y sus empresas.

Veamos algunas de las situaciones existentes. En primer lugar, ya es una realidad que Asia-Pacífico se está transformando en un nuevo mercado directo para un creciente número de empresas españolas que exportan y que invierten en esa región. En unos casos por la demanda del mercado asiático, y en otros para reducir costes y poder seguir compitiendo a nivel global.

En otros casos, nos encontramos con algunas empresas que suministraban desde España a sus clientes multinacionales o europeos –el sector del automóvil es un ejemplo– y han tenido que desplazarse e instalarse en Asia para seguir vendiendo a esos mismos clientes trasladados a esa región. Así, algunas empresas españolas no van a Asia movidas por el deseo de vender allí a un cliente asiático, sino porque su cliente habitual se ha instalado en la zona y le “exige” estar allí para seguir comprándole.

El fenómeno de Asia-Pacífico puede hacer también que una empresa no-exportadora, por ejemplo, se vea afectada por la competencia asiática dentro del mismo mercado español (el caso del calzado o de los juguetes puede ser un ejemplo). Por otro lado otra empresa, cuyo mercado tradicional haya sido América Latina, por ejemplo, se puede encontrar allí bien con un competidor o bien con un socio, o incluso con un cliente asiático.

Los precios de muchos metales y materias primas en el mundo, y por consiguiente en España, los está fijando ya la

demanda asiática, y por lo tanto los costes de muchas empresas españolas, incluso de aquellas que no exportan o que trabajan en otros mercados, se ven afectados por Asia-Pacífico.

La primera conclusión pues a la que podemos llegar en este análisis es que ya existe un grado importante de relación, dependencia e influencia de Asia-Pacífico sobre la economía española y sus empresas a pesar de que esa importancia y esa relación no se manifieste muchas veces de forma muy clara ni directa. Además esta situación tenderá a incrementarse de forma continua en el futuro. Por otro lado también hay que reconocer que es una situación y relación difícil de medir si nos limitamos a las cifras de importación-exportación o de inversión.

La posición de España y sus empresas en Asia-Pacífico

¿Cuál es entonces la posición y la situación de España y sus empresas en Asia-Pacífico? Con frecuencia se menciona que España y sus empresas han llegado tarde a Asia-Pacífico y se polemiza sobre este tema. También se dice a menudo que las empresas españolas no se han interesado por Asia, ya que han estado concentradas principalmente en América Latina.

Dejando de lado esta polémica, sí hay dos hechos que son irrefutables. En primer lugar, que España y sus empresas tienen una posición muy insignificante en Asia-Pacífico si se la compara con la presencia de los otros países llamados del entorno de España. En segundo lugar, y ésta puede ser la buena noticia, que las empresas españolas se están acercando e instalando cada vez más en la región.

En cuanto al primer fenómeno, creemos que no debería asombrar mucho la débil posición de España y sus empresas en Asia-Pacífico, ya que no deja de ser el fiel reflejo en primer lugar de la estructura del comercio exterior español, de la evolución de la economía y la exportación española, y de la presencia y tradición española y de sus empresas en el mundo.

El análisis del comercio exterior (ver Tabla 2) nos muestra que Europa en general, y la Unión Europea en particular, es el principal mercado para la exportación española. En el año 2006, el 77,48% de las ventas españolas tuvo como destino final Europa. Este fenómeno ha sido una constante en el sector del comercio exterior español, ya que si nos remontamos al año 1995 vemos que las ventas a Europa representaron el 77,36% del total.

“ España y sus empresas tienen una posición muy insignificante en Asia-Pacífico si se la compara con la presencia de los otros países llamados del entorno de España. [Sin embargo, parece] que las empresas españolas se están acercando e instalando cada vez más en la región.”

En cuanto a América Latina, ha sido muy importante allí el fenómeno de la inversión española, en especial en sectores como las finanzas, las telecomunicaciones o la energía. Sin embargo, si analizamos la exportación vemos que las ventas de España a América Latina en el año 2006 representaron sólo el 4,8% del total mundial.

Las estadísticas oficiales de comercio exterior del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio no incluyen la noción de Asia-Pacífico. Por un lado agrupan todo lo que es el continente asiático –incluida Asia Central y Oriente Medio– y por el otro Oceanía. Pues bien, incluso abarcando a todos los países de lo que conocemos como

Oriente Medio, el total de las exportaciones españolas a todo el continente asiático y Oceanía apenas representó un poco más del 6% del total de la exportación española en el año 2006. Esto quiere decir que en realidad las ventas a Asia-Pacífico están muy por debajo de ese porcentaje, ya que en Oriente Medio existen mercados con volúmenes de exportación española muy significativos (por ejemplo los Emiratos Árabes Unidos, Arabia Saudí o Israel).

Por lo tanto la situación de la exportación española a Asia-Pacífico es un reflejo de lo que ha sido tradicionalmente una estructura exportadora que tiene a Europa como principal receptor de las mercancías españolas. Tampoco se puede hablar, al menos en lo que a exportaciones se refiere, de una supremacía del mercado latinoamericano sobre el asiático.

Si a esto le sumamos que el desarrollo, la apertura e internacionalización de España y sus empresas fue más tardía que la de los países de su entorno, no debería entonces

TABLA 2.
Exportaciones españolas por regiones (2006)

Región	Valor (millones de €)	% sobre el total
Europa (UE + resto de Europa)	132.060,7	77,48
América del Norte	8.307,6	4,87
América Latina	8.282,4	4,86
Asia (incluye Asia Central y Oriente Medio)	9.666,1	5,67
África	6.997,0	4,11
Oceanía	969,9	0,57
Otros	4.154,8	2,44
Total	170.438,6	100

Fuente: *Secretaría de Estado de Turismo y Comercio, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio*

extrañar mucho que la presencia española en Asia-Pacífico esté muy por detrás de países como Alemania, Francia, Italia o Inglaterra, poner algunos ejemplos. No nos olvidemos que hasta 1986, por ejemplo, España no era ni siquiera miembro de la entonces llamada Comunidad Económica Europea (CEE) y que ya a mediados de los ochenta países como China o los del Sudeste Asiático ya estaban recibiendo inversiones, importaciones y presencia de empresas europeas, japonesas y estadounidenses.

Esto obviamente no quiere decir que haya que sentirse satisfecho y complacido con la presencia empresarial española en Asia-Pacífico, que las cosas no hayan podido ser mejor, que los medios y los esfuerzos hayan sido los suficientes y los más correctos. Pero sí es una realidad que no deberíamos olvidar cuando hablamos de la presencia de España en Asia-Pacífico y la comparamos con la de otros países.

La segunda conclusión es entonces que la presencia empresarial de España en Asia-Pacífico no deja de ser un reflejo de la situación de la exportación y presencia española en los mercados internacionales.

La buena noticia es la favorable evolución de España y sus empresas en Asia-Pacífico. En efecto la presencia empresarial española en la zona se está incrementando de forma acelerada, se está diversificando desde el punto de vista sectorial y geográfico y está creciendo desde el punto de vista cualitativo. El otro aspecto bueno es que en una gran proporción, la experiencia empresarial de España en Asia-Pacífico no sólo es positiva sino también con perspectivas de una mejora constante.

La experiencia empresarial

Si bien el auge del interés y del acercamiento empresarial español en Asia-Pacífico es algo reciente, no sería justo olvidar la experiencia, las referencias y las acciones de un grupo reducido de empresas españolas que, décadas atrás, empezaron a trabajar en la región. Entre ellas encontramos fabricantes de bienes de equipo –por ejemplo del sector de la maquinaria y herramientas–, empresas dedicadas al sector de la alimentación, de ingeniería y construcción, dedicadas al comercio exterior o de diferentes tipos de servicio, como por ejemplo el transporte.

Tampoco sería justo no reconocer el apoyo que la administración española, las asociaciones de exportadores, las cámaras de comercio y otras organizaciones empresariales brindaron a esas empresas décadas atrás. En algunos casos

proporcionando financiación para permitir a la empresa española competir con otras empresas de su entorno, en otros realizando importantes actividades de marketing y promoción –canalizadas principalmente a través de lo que hoy se conoce como ICEX, entonces llamado el Instituto Nacional de Fomento de la Exportación (INFE)– y de las pocas y pequeñas oficinas comerciales de España que existían en la región.

“ Al hacer una radiografía de la presencia empresarial española en Asia-Pacífico el primer elemento a reconocer entonces es la existencia de un grupo reducido de empresas españolas, que llevan ya décadas instaladas y trabajando con éxito en muchos de los países de ese mercado.”

Como en otros aspectos del tema que estamos tratando se podrá discutir y existe una polémica sobre si ese apoyo ha sido y/o es suficiente, si ha con-

tado o cuenta con los medios y los recursos financieros y humanos suficientes, o si es similar al que otros países brindan a los competidores españoles.

El hecho, la realidad es que ese apoyo y esas acciones en muchos casos fueron decisivos y en otros un importante complemento para facilitar la presencia de las empresas españolas en la región.

Al hacer una radiografía de la presencia empresarial española en Asia-Pacífico el primer elemento a reconocer entonces es la existencia de un grupo reducido de empresas españolas, que llevan ya décadas instaladas y trabajando con éxito en muchos de los países de ese mercado.

Esas empresas pioneras pudieron triunfar, décadas atrás, a pesar de las distancias geográficas, de la no existencia de vuelos directos con España, de las diferencias culturales y de las dificultades idiomáticas; todo esto “agravado” por la inexistencia por entonces de internet, de teléfonos móviles y por las dificultades logísticas existentes entonces para desplazarse y para viajar por la región.

Y esto es necesario resaltarlo, ya que hasta el presente se reitera con frecuencia que una de las razones de la escasa presencia empresarial española en Asia-Pacífico serían esas dificultades. Ni esas dificultades impidieron a esas empresas pioneras entrar con éxito en la región, ni esas dificultades fueron menores para los países del entorno español.

El empresario italiano, francés, alemán, inglés o estadounidense también tenía y tiene problemas de distancias, idioma, cultura, etc., lo cual no le ha impedido, lo mismo que a las empresas españolas pioneras en la región, realizar una gestión exitosa en Asia.

El segundo elemento a reconocer es que en los últimos años las tasas de crecimiento de la presencia española están siendo muy importantes y en algunos casos espectaculares,

aparte de que se han producido una serie de hechos que hacen mirar con optimismo el futuro.

En primer lugar analicemos la evolución de las exportaciones y de la inversión española.

Las exportaciones españolas a los principales mercados de Asia-Pacífico han tenido un crecimiento bastante destacado en los últimos años, a pesar de factores adversos como puede ser la fortaleza del euro en una región muy ligada al dólar. El caso más espectacular ha sido el de China, donde las ventas se han multiplicado por más de tres sólo en el período 2000-2006; seguido por India, donde el incremento ha sido del 157%. Así, siguiendo la tendencia global, China e India no sólo se van consolidando como los principales mercados de España en Asia-Pacífico sino que además son los países de la región donde más crece la exportación española (ver Tabla 3).

En este mismo período 2000-2006, el crecimiento global de las exportaciones españolas fue del 37%, por lo cual las ventas de España en los principales mercados asiáticos están creciendo muy por encima de la media. Existen excepciones muy destacadas, como es el caso de Hong Kong o Singapur donde, se si toma el período 2000-2006 el balance es negativo, sobre todo debido a factores internos de esas economías y no a un empeoramiento de la oferta española. En los últimos tres o cuatro años, sin embargo, se está notando un repunte de las de España.

TABLA 3.
Principales mercados para la exportación española en Asia-Pacífico (2000-2006)

	Exportaciones 2006*	Exportaciones 2000*	% variación
China	1.722,2	553,5	211
Japón	1.265,8	1.215,0	4
Australia	749,8	392,7	91
India	546,3	212,4	157
Corea del Sur	512,1	274,3	87
Hong Kong	508,8	585,6	-13
Singapur	446,1	505,6	-12
Irán	329,10	349,7	-6
Taiwan	274,7	283,0	-3
Malasia	231,8	146,2	58
Tailandia	229,5	164,2	40

*En millones de euros

Fuente: *Secretaría de Estado de Turismo y Comercio, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio*

Varias han sido las causas de esta evolución creciente y favorable de la exportación y presencia española en la región. Aparte de los esfuerzos de promoción y de la creciente atracción de Asia para la empresa española, ha habido una serie de cambios y acontecimientos en la región y en el mundo que han servido como catalizadores de ese incremento en la presencia española. Algunas de ellas han sido las siguientes:

En primer lugar hay que recordar que el marco jurídico de muchos países de Asia-Pacífico ha cambiado de forma profunda en los últimos años y que éstos han abierto o están abriendo paulatinamente sus puertas a la inversión en sectores que hasta hace poco estaban cerrados y que son pre-

“China e India no sólo se van consolidando como los principales mercados de España en Asia-Pacífico, sino que además son los países de la región donde más crece la exportación española (...) [En el primer caso las] ventas se han multiplicado por más de tres sólo en el período 2000-2006; [en el segundo] el incremento ha sido del 157%.”

cisamente aquéllos donde la inversión española en general ha sido muy activa en otras regiones. Nos estamos refiriendo en concreto al sector de las telecomunicaciones y al sector financiero. En algunos casos, la apertura ha sido consecuencia de compromisos internacionales –por ejemplo los acuerdos

con la Organización Mundial de Comercio (OMC)– y en otros de procesos internos de apertura al exterior.

Uno de los casos más destacados es el de China, que después de su entrada en la OMC tuvo que abrir al exterior de forma paulatina el sector de la banca y de las telecomunicaciones. Es en este contexto que tienen lugar en los últimos años operaciones de inversión muy importantes como las de Telefónica en China Netcom, las del BBVA con el CITIC Group o la participación de La Caixa en el Bank of East Asia de Hong Kong, operación realizada con la vista puesta en la China continental.

Solamente estas tres operaciones representaron un salto radical en las inversiones españolas en China, significaron la entrada al mercado de marcas españolas muy reconocidas en otras regiones del planeta y, en definitiva, fueron operaciones estratégicas de apuesta por el mercado. No deja de ser importante el que estas operaciones hayan permitido a empresarios españoles empezar a formar parte de los consejos de administración de grandes empresas chinas.

La inversión española, sin embargo, no sólo se ha disparado en China y en el sector de las finanzas y las telecomunicaciones, sino también en sectores productivos y en las infraestructuras. Un creciente número de empresas está realizando grandes inversiones también en Corea del Sur, India, Singapur o Australia, por citar algunos ejemplos, en sectores como las energías renovables, la maquinaria, las infraestructuras, la alimentación o los servicios.

Las operaciones de inversión en el exterior son muy complejas y por ello no es fácil que puedan ser reflejadas de forma completa, clara y sencilla en simples estadísticas, y exigen un análisis mucho más profundo. Lo que sí podemos destacar de forma clara es la tendencia; y la tendencia en un país como China –el principal receptor de inversiones extranjeras del mundo en desarrollo– es de un crecimiento espectacular de las inversiones españolas. Si entre el 2001 y el 2003 esas inversiones eran de un promedio anual de 20 millones de euros, en el 2004 y 2005 se pasó a los 60 millones, en el 2006 rozó la cifra de los 100, y en los primeros nueve meses del 2007 batió todos los récords y alcanzó los 572 millones de euros.

En valores acumulados desde el año 2000 hasta finales del 2007, Australia, China, Japón, Hong Kong e India eran los principales receptores de las inversiones españolas. Las perspectivas para el futuro son bastante optimistas y hacen prever un fuerte incremento si nos guiamos por los continuos anuncios de grandes empresas y pymes sobre planes de inversión en la región.

Otro factor importante en el incremento de la presencia empresarial española en Asia-Pacífico estos últimos años ha sido que el espectacular desarrollo económico y social de la región ha generado nuevas demandas de consumo en sus sociedades. Esto ha permitido a empresas líderes españolas del sector del consumo, de la moda, de artículos de lujo y de materiales de construcción, ampliar en gran medida su red de ventas y sus mercados que, hasta hace pocos años, estaban limitados a los países o regiones más ricos de la zona, como Japón, Hong Kong o Singapur.

Lo mismo ocurre con el sector agroalimentario, donde junto a las mejoras en los niveles de vida de la población de muchas de las sociedades de Asia-Pacífico, los esfuerzos de la administración y las empresas por eliminar las barreras no arancelarias están permitiendo abrir nuevos mercados en sectores tradicionales de la economía española que hasta ahora tenían sus puertas cerradas en Asia –como pueden ser el caso del aceite de oliva, de los productos cárnicos, de los vinos o de los cítricos–. Aquí la “expansión” comercial española va desde países y sociedades muy desarrolladas como Japón, Hong Kong o Corea del Sur, hasta las nuevas economías emergentes de China e India.

El efecto importador de Asia-Pacífico y la instalación en la región de grandes empresas internacionales, junto a la globalización de la economía, ha sido otro de los factores importantes en el incremento de la presencia empresarial es-

pañola. Por un lado el desarrollo de Asia-Pacífico ha generado una demanda creciente a nivel global no sólo de materias primas sino de materiales, bienes de equipo, de consumo o de servicios que en muchos casos ha tenido que ser solucionada por el importador asiático. Así, en algunos casos, ese incremento de las exportaciones a Asia-Pacífico ha sido resultado, más que de una labor exportadora desde España, de una labor importadora desde Asia-Pacífico. El importador ha venido a comprar a España, directamente en

unos casos, indirectamente y vía otros países de la Unión Europea, en otros.

Por otro lado, la instalación en Asia-Pacífico de grandes empresas multinacionales ha desviado hacia esa zona muchas exportaciones españolas que hasta hace poco se quedaban

en Europa. El que exportaba un producto a un cliente de Alemania, por ejemplo, ahora lo exporta a ese mismo cliente, pero en Asia.

Tampoco debemos olvidar, al analizar la presencia empresarial española en Asia-Pacífico, otros dos aspectos importantes como son la deslocalización y la importación, ya que muchas veces se relaciona la presencia española como sinónimo de exportación.

Si en las exportaciones y la inversión Asia-Pacífico representa una proporción muy limitada del comercio exterior español, en las importaciones la situación es muy diferente.

China, por ejemplo, el principal cliente de España en Asia-Pacífico representa sólo un poco más del 1% en las exportaciones globales españolas, pero sin embargo más del 5% en las importaciones, lo que generó un déficit comercial de 12.647 millones de euros en el 2006. De hecho ese año la República Popular fue el origen del 13,7% del déficit comercial español.

En realidad, el déficit comercial es una constante con los principales clientes de España en Asia-Pacífico, aunque por otro lado, en cierto modo esto es también un reflejo de la estructura del comercio exterior español, cuyo déficit fue de 92.248,6 millones de euros en el 2006. Lo “grave” de Asia-Pacífico es que se ha transformado en uno de los principales orígenes del déficit comercial español y es donde el comercio exterior español tiene una de sus peores tasas de cobertura (ver Tabla 4).

Los orígenes de este déficit comercial con Asia-Pacífico son variados. En algunos casos juega un papel importante el factor energético (como por ejemplo con Irán), y en otros las

“ En algunos casos, el incremento de las exportaciones a Asia-Pacífico ha sido resultado, más que de una labor exportadora desde España, de una labor importadora desde Asia-Pacífico. El importador ha venido a comprar a España, directamente en unos casos, indirectamente y vía otros países de la Unión Europea, en otros.”

TABLA 4.
Déficit comercial español en Asia-Pacífico con respecto a los principales países (2006)

	Exportaciones*	Importaciones*	Balance
China	1.722,2	14.369,6	-12.647,4
Japón	1.265,8	5.917,6	-4.651,8
Corea del Sur	512,1	3.878,7	-3.366,6
Irán	329,1	2.002,4	-1.673,3
Indonesia	159,1	1.703,8	-1.544,7
India	546,3	1.858,7	-1.312,4
Tailandia	247,7	1.303,0	-1.028,3

*En millones de euros

Fuente: *Secretaría de Estado de Turismo y Comercio, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio*

inversiones asiáticas en España –como en el caso de Japón o Corea del Sur–. Sin embargo, el déficit comercial con China –similar en su “gravedad” al que tienen los países del entorno económico de España– está basado principalmente en la importación de una amplia gama de bienes de consumo, materiales y bienes de equipo.

Aparte de la actividad exportadora de las propias empresas asiáticas en general y chinas en particular, que muchas veces son criticadas en Europa como las responsables de competencia desleal y de la pérdida de puestos de trabajo, no sería justo no mencionar que una parte de esa exportación desde Asia es realizada por empresas españolas que o bien compran directamente en la región, o bien se instalan para producir y exportar a España desde allí.

Por ello merece la pena también destacar entonces que el incremento de la presencia empresarial española en Asia-Pacífico no sólo es sinónimo de aumento de la inversión y de la exportación, sino también de importación.

Por último, al analizar la presencia empresarial española en Asia-Pacífico, también es necesario mencionar el creciente número de empresas españolas que trasladan a Asia-Pacífico partes o líneas completas de su producción, en lo que se conoce como “deslocalización”.

El balance

Las empresas españolas, grandes y pymes, tienen por lo tanto un creciente interés por Asia-Pacífico y trabajan desde el punto de vista geográfico y sectorial en un campo de acción en constante crecimiento. Tenemos en la región empresas españolas que venden maquinaria y bienes de equi-

po, empresas que realizan proyectos industriales, empresas que venden artículos de consumo y de alimentación, que invierten en sectores industriales y de servicios, que instalan fábricas y que compran en la región.

Creemos que podemos decir sin temor a equivocarnos que en general la experiencia de las empresas españolas ha sido y sigue siendo positiva en Asia-Pacífico. Obviamente esto no quiere decir que no existan dificultades y ejemplos de fracasos en la región.

Es difícil buscar una vara para medir el grado de satisfacción de las empresas españolas en Asia-Pacífico. Sin embargo, los hechos nos muestran que las cosas deben ir razonablemente bien por las siguientes razones:

- En primer lugar se incrementa de forma acelerada y constante el número de empresas españolas que se acercan y se instalan en Asia-Pacífico. Todas las estadísticas anuales sobre el número de empresas españolas instaladas o que visitan los diversos países de la región muestran un crecimiento destacado.

- En segundo lugar son pocos o poco conocidos los casos de empresas españolas que se hayan retirado de Asia-Pacífico. En alguno de los pocos casos conocidos, la empresa española se ha retirado del mercado en sectores donde otras empresas sí han triunfado, lo cual daría a entender que o bien la estrategia de esa empresa, o el socio buscado, o el producto ofrecido, no han sido lo más adecuado.

- En tercer lugar vemos que las empresas que han invertido, no sólo incrementan sus inversiones, sino que anuncian nuevos proyectos. Esto se aplica tanto para las empresas instaladas años atrás, como para las recién llegadas.

- En cuarto lugar, la mayor parte de las empresas incrementan su presencia tanto cuantitativa como cualitativamente (tienen cada vez más personal, más oficinas, más fábricas, una presencia más consolidada y amplia).

- En quinto lugar, amplían su ámbito de actuación geográfica no sólo dentro de un mismo país sino en la región: el que empieza en Beijing, al cabo de unos años está en otras ciudades de China; mientras que el que empieza en Tailandia extiende su mercado hasta Vietnam, por citar sólo dos ejemplos.

Tampoco es fácil sacar conclusiones de cómo es el mercado de Asia-Pacífico y cómo debe ser abordado por una empre-

“ El déficit comercial es una constante para España en Asia-Pacífico, [lo que no es más que] un reflejo de la estructura del comercio exterior español. (...) [Sin embargo en Asia-Pacífico] es donde el comercio exterior español tiene una de sus peores tasas de cobertura”

sa española. En primer lugar porque cuando hablamos de Asia-Pacífico estamos hablando de realidades muy diferentes no sólo entre los países de la región sino incluso dentro de un propio país.

Sin embargo, y a pesar de los mitos sobre las dificultades del idioma o la cultura, la experiencia de la mayoría de las empresas españolas allí instaladas, y lo que es más importante aún, la de miles de otras empresas extranjeras y grandes multinacionales, son la mejor prueba de que –aun no siendo fáciles las cosas– es una región donde se puede trabajar y triunfar. Una región segura, con buenas infraestructuras, y con un alto grado de profesionalidad en sus principales mercados.

Quizás, más que los aspectos idiomáticos o culturales, los mayores problemas para la empresa española que trabaje allí estén en la competencia (de las empresas locales, y de todas las empresas extranjeras ya instaladas), en el alto grado de exigencia de la mayoría de esos mercados, en la necesidad de estar presentes de forma constante y permanente, y en las dificultades que tiene la empresa española en general para conseguir y desplazar personal a la región.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Banco Asiático de Desarrollo, *Asian Development Outlook 2007*,
<http://www.adb.org/Documents/Books/ADO/2007/default.asp>

Banco Mundial, *Doing Business 2008*,
<http://www.doingbusiness.org/>

Casa Asia,
<http://www.casaasia.es>

Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD) *World Investment Report 2007*,
<http://www.unctad.org>

Secretaría de Estado de Turismo y Comercio, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio del Gobierno de España,
http://www.mcx.es/nuevo_mcx/default1.htm