Real Instituto Elcano
de Estudios Internacionales y Estratégicos

La experiencia empresarial de España en Asia-Pacífico

Manuel Valencia
Vicepresidente ejecutivo de Técnicas Reunidas Internacional

Permitidme, tras las doctas presentaciones que me han precedido sobre comercio e inversiones con Asia, dar sólo unas pinceladas sobre la experiencia empresarial, teniendo en cuenta, que ésta es variopinta por definición y yo sólo conozco algunos aspectos de la misma.

La experiencia empresarial de España en el área Asia-Pacífico no es muy exitosa. En general, es un reflejo bastante preciso de lo que las empresas españolas representan en realidad en materia comercial y de inversión. Vamos a repasar las cifras de comercio y tener así la foto de este comportamiento comercial.

En el año 2003 las exportaciones a Asia bajaron un 0,7% por segundo año consecutivo, en un contexto de crecimiento de las exportaciones españolas al mundo en un 5,4% respecto al 2002. Si consideramos Asia Meridional y Oriental, la caída fue aún más acusada, del 2,8%.

No obstante, Asia representa el 5,4% de las exportaciones totales de España (Asia Meridional y Oriental 3,3%, y 2,1% Oriente Medio), por encima de América del Norte (4,6%) y América Latina (4,4%).

Sin embargo, en este escenario las dirigidas a China crecieron un 40% en relación al 2002 y superaron los 1.000 M€, convirtiéndose ese país en el principal cliente en Asia, desplazando a Japón. Lo más importante es que esta tendencia es sostenida desde el año 2000, lo que indica una exportación asentada en ese mercado. Si además sumamos a la República Popular, Hong Kong y Macao (puertos de entrada de la R.P. China), alcanzamos casi los 1.500 M€, y si sumamos Taiwán estirando el concepto hasta la Gran China, alcanzaríamos los 1.731 M€, con lo que superaríamos a nuestros mayores clientes iberoamericanos, y en Europa a Polonia, Suiza o Turquía.

Salvo el caso de acabo de relatar de China, al que hay que sumar el de Irán e Indonesia, las exportaciones al resto del continente no crecen, y Japón está estabilizado en 998 M€ desde hace algunos años. Bajan en el 2003 Singapur, Taiwán e India.

Esta es la "foto fija" de las empresas españolas en un continente en dinámica expansión, donde solamente China multiplicó por 4 su PIB en los últimos 15 años (recordemos que en España cuando "sólo" se multiplicó por 2 se denominó el milagro español!) y en 2003 creció su economía al 9% anual, indicando que la tendencia sigue imparable. En Asia, arrastrados por el "tirón" de la economía china, están creciendo a altas tasas la mayoría de los países del sudeste asiático, incluido Japón (que hasta ahora era el motor

económico de Asia y que ha dejado este cometido a China) y cuyo PNB, no lo olvidemos, equivale al francés, alemán y británico unidos.

China pues es un motor del crecimiento mundial y destino ineludible de las empresas de todos los sectores y países.

Se habla hoy de España como el 6º inversor en el mundo, pero este flamante título se debilita al constatar que está ausente de Asia. La fuerte presencia de las inversiones españolas en Iberoamérica constituye un motivo de orgullo, pero al mismo tiempo no olvidemos su fragilidad, puesto que son inversiones que no llevan aparejado comercio. Así, a pesar de la masiva inversión los últimos 10 años de bancos, "utilities" y otras empresas en América Latina, las exportaciones -como hemos visto- apenas se han dinamizado, carecen de marketing de empresa vendedora y no llevan en general aportaciones tecnológicas. Por otro lado, las reiteradas declaraciones sobre permanencia durante la reciente crisis que sufrió el subcontinente son muy significativas de su mero carácter financiero. Es cierto, la penetración en mercados no sólo se circunscribe a las exportaciones de mercancías, pero en este caso ¿dónde está la tecnología?, ¿dónde los procesos innovadores?.

Estas carencias quedan muy patentes en el mercado asiático, posiblemente el más competitivo del mundo y donde la inversión española está ausente.

Tanto grandes sectores de las empresas como de la Administración española todavía no se han percatado realmente de lo que Asia representa. No me resisto a dar alguna cifra sobre China: hace 25 años la República Popular exportaba 2.300 M$ a EEUU y el déficit chino era de 1.100 M$. Hoy exporta a EEUU 177.000 M$ con un superávit de 123.000 M$. Si a esto sumamos que China (y algún otro banco de Asia) es el gran financiador del déficit fiscal americano, reciclando los dólares del superávit comercial y permitiendo así que los tipos de interés de EEUU sigan bajos y así lograr la recuperación de la "locomotora americana",

Otro dato: según los analistas, la razón del aumento del precio del petróleo en los últimos meses a pesar del crecimiento considerable de la producción, especialmente fuera de la OPEP, es el "tirón" del consumo en Asia y especialmente en China, cuya producción es insuficiente. Si tenemos en cuenta que el precio del barril condiciona la recuperación económica global, tendremos otro dato importante sobre la escena internacional. Lo mismo podemos decir sobre el acero (encarecido en el último año casi un 30% a pesar del aumento de la oferta). Todos estos datos ponen de manifiesto que la historia económica del mundo se "cuece" entre EEUU y China y que el gran mercado del mundo es hoy ese continente, y España no está prácticamente presente.

Existe entre los empresarios el movimiento reflejo de culpar al Estado, a la Administración. No lo voy a hacer; quien vende es el empresario.

Cada vez soy más consciente que las excusas que algunos de nuestros empresarios formulan son poco consistentes. ¿Qué está lejos?: Más lejos está Santiago de Chile que Beijing. ¿Lengua difícil?: ¿Es que el no dominio del árabe, ruso u otros idiomas exóticos ha impedido a los españoles vender en esos países?. ¿Costumbres diferentes?: Me consta que la palabra empeñada por los hombres de negocio en Asia es frecuentemente más sólida que en Iberoamérica. ¿No están nuestros vecinos europeos

en Asia?: ¿Por qué no podemos estarlo nosotros?. ¿Qué la Administración no hace lo suficiente para apoyar a las empresas?: Ahí está el Plan Asia, Casa Asia, la multiplicación de las visitas oficiales, el aumento de los recursos financieros y personales de la Secretaría de Estado de Comercio ..... Por lo tanto, los empresarios tenemos hoy pocas excusas para no encarar seriamente ese mercado.

Al aludir al Plan Asia no puedo dejar de hacerle una leve crítica y un ruego. La primera es que no se valore tanto lo cuantitativo como lo cualitativo. No se trata de enviar más Ministros a China, sino de mantener el número de los que han ido el año pasado -siguiendo la pauta de otros países europeos- pero preparar esas visitas mejor: cumplir el calendario del viaje sin retrasarlo sobre la marcha y con poco margen para improvisaciones; no hacer o estar presentes en más ferias pero prepararlas mejor, por ejemplo imprimir los catálogos en chino de las empresas; reforzar el aumento de becas para el aprendizaje del idioma; y reforzar las iniciativas tipo Escuela de Negocios de Shangai frente al aumento de entes más burocráticos.

Y mi ruego o recomendación es el de ser constante. Que la Administración no interrumpa el esfuerzo que se lleva a cabo en la última década y se olvide de Asia. Sólo así se podrá ver algún resultado. Ya se sabe, en Asia todo se cuenta por 10.000 años para arriba .....

No quiero ser sólo negativo y pesimista. Yo represento a una empresa, Técnicas Reunidas, cuya experiencia es un poco la contraria a la anterior, pues llevamos 20 años en Asia y pensamos seguir en ella. Esto pone de manifiesto que los deseos y objetivos que sostengo más arriba son posibles para una empresa española mediana a escala mundial.

¿Cómo se produjo esta involucración de TR en Asia?. Fue una decisión empresarial, al más alto nivel, una vez que se fue consciente que el desarrollo industrial español daba muestras de un menor dinamismo, TR tuvo que buscar mercados exteriores donde asentarse. Europa y EEUU le están vedadas por razones tecnológicas, por lo que tuvo que buscar otros países.

En los 70 y 80, en las empresas españolas que tenían un producto exportable en calidad y precio pero sin marca consagrada ni presencia histórica en mercados de Asia (salvo el caso de Filipinas)s se utilizó como instrumento de penetración el apoyo que brindaba el Gobierno a través de una línea de crédito en mercados muy seleccionados a los que se les atribuyó un alto valor político: Indonesia por ejemplo.

Así en Indonesia se logran adjudicaciones llave en mano de plantas de cemento (Centunión), fábricas de aviones (CASA), refinerías (como la que vendió Técnicas Reunidas junto con Centunión por 1.400 M$) plantas siderúrgicas, etc., gracias a una línea de crédito a la exportación. Así Técnicas Reunidas logra introducirse en Indonesia y con ella arrastra un grupo muy numeroso de empresas españolas que colaboran en el proyecto de la Refinería.

Lo que se sembró en Indonesia permitió tener una imagen de marca en ese país que pervive, y cuando las condiciones económicas lo han permitido, las empresas españolas han vuelto a estar presentes en Indonesia.

Otra experiencia: China, donde el gobierno español utilizó los mecanismos del crédito mixto FAD-comercial, como lo hicieron otros países europeos, para poder entrar en ese mercado. El efecto es que se reduce vía financiación el número de empresas competidoras sobre una base de precio y calidad técnica de las ofertas semejantes.

Ya que es un producto escaso, el FAD fue un acto de voluntad política hace 20 años de apostar por un país. China e Indonesia eran países con riesgo político y debilidad financiera.

A esta decisión política del gobierno (FAD) se sumó necesariamente la asunción del riesgo por parte del empresario (traducido en alto coste comercial para esta penetración en ese mercado y preparación de ofertas), lo que permitió conseguir, en dura competencia, proyectos como el de acería de Wuhan (un llave en mano de 750 M$).

Hoy sin embargo, EEUU sigue impulsando el llamado consenso OCDE, que prohíbe la concesión de créditos blandos a los proyectos comercialmente viables. Este reduce drásticamente la aplicación del crédito concesional FAD a proyectos industriales. Con esta prohibición se produjo en paralelo la pronunciada caída de la exportación española a China en los 90. Salvo excepciones como la de TR y algún otro, no se ha conseguido rentabilizar su entrada y ganarse la aceptación de los clientes chinos y así permanecer en su país, que hoy es radicalmente distinto.

Esta limitación del FAD lesiona a un país como España en Asia pues todavía la percepción de marca-país y de marca industrial es débil y no le permite competir con países de nuestro entorno. El FAD tenía una finalidad de apoyo a la exportación. El consenso OCDE lo ha convertido en un instrumento residual para la exportación española.

Esto me lleva a hacer la siguiente reflexión:

- si a pesar de los esfuerzos la diferencia tecnológica (I+D) de España no está a nuestro favor, y las grandes marcas industriales son extranjeras (Siemens, etc.) (no menosprecio las empresas bienes de consumo, pero su “tirón” es menor)

- si los costes salariales no es deseable socialmente que bajen en España

- ¿cómo consigue un empresario darse a conocer y competir en mercados emergentes de Asia?.

Para mí la única respuestas posible está en:

1. apoyar al empresario, animándole e incentivándole, para que encuentre nichos de mercado (rendijas donde pueda vender y mejorar su productividad e innovación tecnológica). Esto se logra con una “batería” de medidas, menores en su impacto al FAD, pero que bien jugadas pueden ser muy útiles (ayudas ICEX, gastos oficinas, gastos oferta, FEV, apoyo político, apoyo a inversión ...), y que

2. el Estado aporte con celeridad el seguro de crédito para estos mercados con riesgo. Ambos tienen que arriesgar. No vale el “matching” financiero con otras ECAS. Hay que anticipar la disponibilidad en muchos casos.

No se trata de soslayar los consensos OCDE, se trata de usarlos con criterios empresariales para que España se arriesgue como las empresas. Son decisiones políticas.

La nueva regulación del FAD constituye un paso en la buena dirección, aunque quizá se podría ir un poco más lejos en materia de liberalidad o en el FEV.

Volviendo al caso de China, que me parece oportuno seguir estudiando, TR ha seguido su meteórica evolución de cerca, y hoy:

- China no necesita muchas veces lo que nos empeñamos en ofrecerle desde España. Existe tradición china en seguir una política de importaciones selectivas para favorecer producción local y crear empleo, al que su movimiento demográfico le obliga. Obras públicas y una parte sustancial de la construcción de plantas industriales saben hacerlas ellos. Hay que exportar otras fórmulas de tecnología más sofisticada aún, sabiendo que en breve llegarán a dominarlas. Pero esto es el mundo global.

- El esfuerzo financiero público (FAD ...) habría que circunscribirlo preferentemente a las regiones del Oeste, que es donde precisan el concurso del capital exterior.

- En el Este, el dinero no es precisamente escaso y se están llevando a cabo inversiones gigantescas multinacionales; en China por ejemplo (BASF, SHELL) del orden de 4.000 M$ cada una. La posibilidad de haber trabajado antes en China, ha abierto a Técnicas Reunidas la posibilidad de llevar a cabo unidades en estos complejos sin utilizar financiación comercial ni pública. Este es el nuevo mercado chino de TR.

- España no tiene “portaaviones” asiáticos (bancos, “utilities” grandes empresas) como se decía que disponía en América Latina. No dispone de grandes multinacionales que inviertan en Asia. Alternativamente parece lógico apoyar a las ingenierías que arrastran empresas. 1 M$ exportación crea 25 puestos de trabajo de alta tecnología. Un proyecto de refino de unos 100 M$ arrastra 90 empresas. A las que se hace:

    - promoción comercial

    - se refuerza su competitividad en licitaciones internacionales

    - se mantiene el tejido industrial español y se da imagen de desarrollo tecnológico punta.

Sólo una actuación conjunta administración/empresas puede remediar ese déficit país que España tiene en Asia.

Ambas van a asumir su riesgo, sobre todo el empresario, pero el Estado debe alentar este esfuerzo con los mecanismos a su alcance.

Se están dando los pasos en la dirección adecuada por la Administración y CESCE. Es importante seguir profundizando en ese camino.

Además existen países como Vietnam donde todavía tenemos una oportunidad de entrar. Está siguiendo el modelo chino tanto en tasas de crecimiento como en su esquema de desarrollo. Es importante estar allí ahora.

Sólo teniendo una presencia realmente global, las empresas españolas podrán subsistir. Al conjunto de las empresas españolas, no basta estar en Iberoamérica o Europa, hay que estar también en Oriente Medio, Asia, Rusia. Los esfuerzos en mejoras tecnológicas deben proseguir. Asia es un acicate para la I+D española. España es una economía entre las 10 primeras del mundo y no puede reposar sólo en los vientos de los servicios por muy estructural que sea su oferta.