



Charlando con...



GUILLERMO COBELO, presidente de la Cámara de Comercio de España en Emiratos Árabes Unidos. Vicepresidente de FEDECOM para Oriente Medio y África. CEO Regional Técnicas Reunidas

“Las empresas españolas tienen en Emiratos una muy buena imagen y se aprecia mucho su profesionalidad y su competitividad”.

“Las relaciones personales tienen una gran importancia y es muy difícil hacer negocios con personas a las que no se conoce personalmente”.

“Dubai es el sexto país del mundo en turismo sanitario y Abu Dhabi el noveno”.

“La labor que realizan la Embajada y a Oficina Comercial es fundamental, en ocasiones incluso decisoria y colaborando entre todos, los resultados son muy positivos.

“La atención y el apoyo de las empresas españolas al papel de España en Expo están siendo excelente”.

Guillermo Cobelo es presidente de la Cámara Oficial de Comercio de España en Emiratos Árabes Unidos y CEO Regional de la empresa de ingeniería Técnicas Reunidas. También



es vicepresidente para Oriente Medio y África de FEDECOM (Federación Española de Cámaras de Comercio en el Exterior) que agrupa a todas las Cámaras oficiales de España en el mundo salvo América.

En esta entrevista nos habla de las empresas españolas en el mercado de Emiratos Árabes Unidos, la imagen de España, recomendaciones para abordar el mercado emiratí, el impacto de la exhibición Expo 2020 Dubái, etcétera.

¿Cómo se percibe a las empresas españolas en Emiratos Árabes Unidos (EAU)? ¿Qué imagen ofrece en general España? ¿Qué se podría hacer para mejorar esta imagen?

La imagen de España y sus empresas en EAU es de gran calidad, es un país que despierta grandes simpatías y cuya cultura es muy apreciada. Pero además, y muy importante, es que las empresas españolas tiene una muy buena imagen y se aprecia mucho su profesionalidad y su competitividad.

Muchas empresas españolas han desarrollado o están participando en proyectos emblemáticos y estratégicos para el país como el Parque Solar Al Maktoum, en el que participan Acciona y Abengoa, el campo petrolífero de Bu Hasa que desarrolla Técnicas Reunidas, el metro de Dubái a la EXPO 2020 que diseñó y construyó Acciona con la participación de Sener, o la construcción del museo del Louvre de Abu Dabi por San José Construcciones.

Además, hay profesionales españoles en puestos de gran relevancia en empresas emiratíes muy importantes como Etisalat o en instituciones como la Escuela Diplomática, Abu Dhabi Global Market, IRENA o la Khalifa University.

Para mejorar la ya positiva imagen, se podría comunicar más y mejor estos logros de las empresas y profesionales españoles. No hay duda de que los socios de las empresas conocen nuestra valía, pero es importante alcanzar un mayor impacto mediático y lograr posicionar la Marca España al nivel de la tecnología alemana o el diseño italiano. Sería muy positivo utilizar el conocimiento que tenemos para promocionar el turismo español, para promocionar también a las propias empresas españolas como Marca España.

¿Qué dos o tres recomendaciones básicas daría a las empresas españolas que quieran abordar el mercado de EAU?

Mis tres recomendaciones básicas son:

- Trabajar mucho la diplomacia corporativa y las relaciones personales. Aunque pueda parecer que Emiratos es una sociedad muy moderna en la que la digitalización y los últimos avances tecnológicos están muy presentes, las relaciones personales tienen una gran importancia y es muy difícil hacer negocios con personas a las que no se conoce personalmente. Además, el país es un destino de paso para muchas empresas y profesionales por lo que los emiratíes aprecian mucho las empresas que apuestan por el país



a largo plazo y se consolidan en el tiempo. Es importante transmitir este compromiso de permanencia.

Las empresas que decidan abordar este mercado deben saber que al principio hay que invertir mucho tiempo y esfuerzo en crear lazos para el futuro.

- Apostar por la implantación local. Debido al componente de temporalidad que ya he mencionado, en EAU cada vez tienen mayor importancia acompañar la ejecución de los proyectos con programas de In Country Value ("ICV"). Actualmente es muy difícil ganar proyectos de relevancia si la empresa no apuesta por la creación de valor en el país ya que el índice de ICV que tiene una empresa es un parámetro clave de la selección.

Esta creación de valor no se limita a las inversiones locales, existen alternativas como los programas de transferencia del conocimiento. Lo que es muy importante es demostrar ese interés por el largo plazo y por desarrollar proyectos que beneficien a las dos partes.

- Analizar bien qué valor añadido se puede ofrecer y ser competitivos en precio. EAU está localizado en un punto estratégico al que llegan los productos de todas las partes del mundo, desde los últimos avances tecnológicos y el gran lujo hasta los productos más económicos y competitivos en precio. Para las empresas españolas actualmente es muy complicado competir en precio por lo que hay que ofrecer un valor adicional que justifique el precio mayor.

¿Cuáles son los principales atractivos que ofrece EAU para inversiones y negocios en general de empresas españolas?

EAU es un mercado pequeño pero que es muy interesante como hub regional ya que está flexibilizando la regulación para favorecer la actividad empresarial y desde aquí se puede abordar toda la región. Actualmente EAU está en el puesto 16 de países por facilidad para hacer negocios frente al 43 de Bahréin, el 62 de Arabia Saudí o el 63 de Omán.

En el último año se ha llevado a cabo una intensa campaña de reformas entre las que destacaría la Ley de Sociedades Comerciales que permite a los inversores extranjeros ostentar el 100% de las empresas LLC (Limited Liability Company), las visas para trabajadores en remoto de Dubái y una expansión del programa de visas a largo plazo de 10 años, la reforma de la legislación laboral para fomentar el empleo en el sector privado y como último punto la adaptación del fin de semana al calendario occidental.

En su opinión, ¿en qué sectores tienen mejores oportunidades las empresas españolas, tanto para inversión como para exportación?

En relación a la estrategia económica, el gobierno está apostando por el desarrollo de sectores que consideran clave para los próximos años y que pueden ser una oportunidad para las empresas españolas: la innovación tecnológica en diferentes sectores, la digitalización, por ejemplo con la IA, y la automatización y la transformación energética.



A pesar de tener grandes reservas de petróleo, EAU está diversificando sus fuentes de energía y el pasado octubre se convirtió en el primer país de la región en comprometerse a eliminar las emisiones para 2050 y a invertir casi 165.000 millones de dólares en energías limpias.

Aunque el sector de las energías renovables tradicionales está saturado, hay otros nuevos como el hidrógeno o el de la generación de la energía a través de los residuos que ofrecen oportunidades. Muy ligado a la transformación energética, ofrece oportunidades el sector de la eficiencia energética.

En el campo de la innovación tecnológica hay que destacar también la apuesta que se está haciendo por atraer los últimos avances médicos y la digitalización de la medicina y por desarrollar la agrotecnología, lo que supone una gran oportunidad para las empresas españolas al ser punteras en estos campos.

EAU se sitúa entre los primeros 20 países en gasto sanitario lo que fue debido al crecimiento y cambio del perfil demográfico del país y en gran medida al auge del turismo sanitario, que ha impulsado el desarrollo de proyectos de infraestructura sanitaria promovidas por el Gobierno y el sector privado. Muchos pacientes procedentes de países vecinos se desplazan a EAU para someterse a procedimientos quirúrgicos que no están disponibles en sus países. EAU es el sexto país del mundo en turismo sanitario y Abu Dhabi el noveno.

En relación a la agrotecnología, en 2021 se inauguró en Dubai el Food Tech Valley que pretende ser un hub para la innovación de la agricultura y que continúa la Estrategia Nacional de Seguridad Alimentaria. Reconociendo la experiencia de España en esta área, en el mes de abril tuvo lugar una reunión de la Embajada y la Oficina Comercial de España con la Ministra de Estado para la seguridad alimentaria y se analizaron vías de colaboración en producción agrícola, exportaciones, I&D y agricultura ecológica.

Las licitaciones siguen activas y continúan publicándose grandes proyectos de infraestructuras que no sólo son positivos para las empresas que las desarrollan, sino también para todas las empresas que se ven arrastradas por las grandes empresas a las que ofrecen servicios auxiliares como despachos de abogados, servicios de IT, consultoría, etc.

¿Qué importancia tienen los factores culturales en las relaciones empresariales entre España y EAU? ¿Cuáles son los principales problemas que pueden surgir, y que deben tener en cuenta las empresas españolas? ¿Cómo pueden prepararse para afrontar estas barreras culturales?

En cualquier proceso de internacionalización, los factores culturales son muy importantes, pero creo que en el caso de Emiratos Árabes su relevancia es aún mayor. Los emiratíes están muy orgullosos de su cultura y aprecian mucho cuando su interlocutor demuestra conocimiento y respeto sobre ella. La cultura emiratí está muy basada en las tradiciones y en el mundo de los negocios, muchos acuerdos se cierran siguiendo estas tradiciones.



Las empresas españolas deben tener en cuenta que las negociaciones pueden ser muy lentas y que se pueden dilatar mucho en el tiempo. Es importante que las empresas no traten de forzar los plazos y urgir a cerrar los acuerdos.

Hay que cuidar las relaciones personales, antes de empezar una conversación profesional es importante tomar un café e interesarse por la familia, siempre de forma general, no llegando a cruzar los límites de la educación. No es recomendable rechazar una invitación a café o hacer sentir al interlocutor que no estás interesado en estas conversaciones iniciales.



Guillermo Cobelo en firma del memorando del pabellón de España en la Expo de Dubai 2020

Existen profesionales que acompañan a las empresas durante todo el proceso de implantación y que además ayudan a conocer y sobre todo comprender la cultura emiratí o de la región y puede ser una pequeña inversión que resulte muy rentable con el paso del tiempo.

Los expatriados españoles, ¿se encuentran en general bien preparados para la expatriación? ¿Cuáles serían los principales defectos, o limitaciones, que vería en los expatriados españoles?

Actualmente sí, los expatriados que vienen a Emiratos son profesionales muy cualificados que en muchos casos tienen experiencia previa a nivel internacional. Emiratos es un mercado interesante tanto para las empresas como para los profesionales a nivel personal y de proyección por lo que hay mucha competencia para venir y eso eleva el talento que finalmente es seleccionado para instalarse aquí.

¿Cómo valora la actuación de la Administración española en EAU?

En los últimos meses la Administración española está muy presente y activa en EAU y las empresas lo agradecemos mucho. En el último año y medio hemos recibido la visita de la ministra de Exteriores, el ministro de Cultura, la ministra de Transportes, el presidente de Castilla-La Mancha y de dos Secretarios de Estado.

Además, a principios del mes de febrero tuvimos la vista del presidente del Gobierno acompañado de varios ministros. Para las empresas estas visitas son muy importantes ya que muestran el compromiso de España con el país y como ya he mencionado, el largo plazo y los compromisos sólidos son esenciales en este mercado.



Tampoco me puedo olvidar del trabajo del día a día, a veces silencioso pero constante, de la Embajada de España y de la Oficina Económica y Comercial. La labor que realizan es fundamental, en ocasiones incluso decisoria y colaborando entre todos, los resultados son muy positivos.

¿Cómo puede ayudar la Cámara de Comercio española a las empresas españolas en EAU? ¿Cuáles son las principales actividades que desarrolla?

La Cámara de Comercio ayuda fundamentalmente a las empresas en la promoción comercial e institucional en el mercado, en la creación de sinergias y en el desarrollo del networking. La Cámara de Comercio tiene además el reconocimiento oficial de Dubai Chamber y por tanto forma parte de la red de *business councils* en Emiratos, lo que también nos permite ofrecer la oportunidad de entablar relaciones con la diversa comunidad internacional de Emiratos.

Las principales actividades que desarrollamos son eventos tanto presenciales como virtuales para posicionar el conocimiento y experiencia de las empresas españolas, presentaciones de novedades que afecten a los negocios de las empresas españolas en EAU, presentaciones del mercado a empresas españolas interesadas en comenzar su actividad, reuniones individuales de asesoramiento y bienvenida a empresas que se quieren instalar, actividades lúdicas que fomenten la creación de relaciones en un ambiente más relajado, etc.

Como representantes oficiales de las empresas españolas, colaboramos con la Embajada en la organización del Día Nacional y en la recepción de autoridades y en todas aquellas actividades en las que la comunidad española esté presente.

Además, estamos trabajando de forma activa en la creación de lazos con las instituciones empresariales emiratíes para potenciar las relaciones entre nuestras empresas. El mes pasado firmamos un *Memorandum of Understanding* con el UAE International Investors Council, del que esperamos buenos resultados.

¿Cómo valora la Expo Dubái? ¿Cuáles son las principales oportunidades que ofrece?

Expo 2020 Dubái es sin lugar a dudas la mayor herramienta de marketing y promoción que el país va a ofrecer a las empresas en los próximos años. Expo 2020 Dubái es el mejor escaparate en el que presentarse a los potenciales clientes del mercado asiático ya que es la primera vez que la organización de una Expo está apostando tanto por el enfoque empresarial.

Además de las actividades culturales, en el recinto de la Expo se están desarrollando actividades empresariales de muy alto nivel. Este enfoque se ve también en el contenido de los pabellones que exponen las últimas tecnologías e innovaciones desarrolladas en sus países.

A pesar de la incertidumbre que sigue generando la pandemia, Expo 2020 Dubái ha recibido más de siete millones de visitantes en los primeros tres meses.



¿Cómo valora las actividades que están desarrollando España en la Expo? ¿Y cómo valora la atención/participación de las empresas españolas?

La participación de España en Expo está siendo muy positiva y de forma destacada, la participación de las empresas españolas. Desde la Cámara de Comercio estamos colaborando de forma muy activa con Acción Cultural para fomentar la presencia de las empresas miembro en el pabellón, y durante los seis meses que dura Expo muchas empresas españolas están realizando actividades en el incomparable marco institucional que supone el pabellón de España.

Guillermo Cobelo en la Expo de Dubai 2020

Además, hay que destacar el papel esencial que han jugado las empresas patrocinadoras del pabellón de España sin cuya participación, la presencia de España hubiera sido más difícil. Muchos de estos patrocinadores son además miembros de la Cámara de Comercio lo que demuestra su constante compromiso con España.

La propia Cámara organizó, en colaboración con la Embajada de España, la fiesta del Día Nacional en el pabellón de España demostrando el interés y el apoyo de las empresas españolas a la presencia de nuestro país en Expo. También es importante destacar aquí que 20 empresas apoyaron la celebración patrocinando el evento.

Con todos estos hechos, puedo decir con orgullo que la atención y el apoyo de las empresas españolas al papel de España en Expo están siendo excelente.