

Este artículo pertenece al nº7 de la newsletter: **“Proyección exterior de la economía española”**.

Haz clic [aquí](#) para leer la newsletter completa.

CHARLANDO CON... JAVIER PARRONDO, DIRECTOR GENERAL DE CASA ASIA



JAVIER PARRONDO, DIRECTOR GENERAL DE CASA ASIA.

“Es necesario focalizar y concentrar los esfuerzos en uno o en unos pocos países porque los recursos no son ilimitados para ninguna empresa”.

“Debemos de ser más constantes en la promoción del país con una presencia institucional continuada y un aumento de visitas de alto nivel”.

“El interés de nuestras empresas se ha concentrado mayoritariamente en Asia Oriental (China, Japón y Corea del Sur) y en menor medida en los países de la ASEAN e India”.

“No es posible ni recomendable aislar totalmente a China de Europa y formar dos bloques porque perderíamos todos”.

Casa Asia es un organismo de diplomacia pública creado en 2001 e integrado por el Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación, la Generalitat de Cataluña y los Ayuntamientos de

Barcelona y de Madrid. La institución tiene su sede en Barcelona, y cuenta con un centro en Madrid. Casa Asia se creó con la voluntad de contribuir a un mejor conocimiento y al impulso de las relaciones entre las sociedades de Asia-Pacífico y España.

Su director general, el diplomático Javier Parrondo, ha desempeñado en el pasado diversos cargos en representaciones diplomáticas españolas en el exterior. En esta entrevista para la Newsletter sobre Proyección Exterior de la Economía española habla de los planes de Casa Asia, las relaciones de España con Asia, la presencia empresarial española, la imagen de España, los países y sectores asiáticos que ofrecen mejores oportunidades, etc.

¿Cuáles son las líneas estratégicas prioritarias en la actividad de Casa Asia a medio y largo plazo?

Casa Asia pretende consolidarse en España como la principal institución de diplomacia pública con la región de Asia y el Pacífico. Nuestra apuesta estratégica consiste en fortalecer los lazos entre las Administraciones públicas y las sociedades civiles de nuestro país y ese continente.

Este año hemos elaborado precisamente un Plan Estratégico que habrá de ser aprobado en el mes de julio por el Consejo Rector de Casa Asia, y que define las seis líneas principales de trabajo de la Casa, entre las que destacaría la colaboración con las comunidades asiáticas en España, que entendemos que tienen un enorme potencial de desarrollo; la digitalización, porque tras la pandemia hemos llegado a nuevos públicos a través de actos híbridos u online; y por último, la labor de asesoramiento a instituciones públicas y privadas sobre su estrategia de internacionalización hacia Asia y el Pacífico.

Es fundamental crear conciencia sobre la importancia del continente asiático entre los principales actores con intereses o voluntad de implantarse en Asia.

Es corriente escuchar que la presencia española en Asia es muy baja, inferior a la que correspondería teniendo en cuenta la realidad (económica, política, etc.) de España. ¿Está de acuerdo con esa apreciación? ¿Cómo valora la presencia de España en Asia, en especial su evolución en los últimos años?

Es cierto que nuestras relaciones económicas y comerciales con Asia tiene margen de mejora. Por poner un par de ejemplos: en 2020, según datos de la Secretaría de Estado de Comercio, las exportaciones españolas a Asia-Pacífico representaron el 6,9% del total de nuestras exportaciones y las importaciones, el 19,1%; la IDE (inversión directa en el exterior) española dirigida a Asia-Pacífico representó el 4,3% de nuestra IDE total. Esto resulta aún más llamativo cuando nos comparamos con otros países europeos, como Bélgica, que con un PIB de en torno al 40% del español y sin vínculos históricos con Asia, exportó a dicha región un 65% más que España.

Aun así, creo que cabe ser optimista. La crisis de 2008 forzó a nuestras empresas a internacionalizarse y muchas de ellas descubrieron el mercado asiático. Está surgiendo en este sentido una generación joven

de empresarios y expertos de empresas con conocimiento de Asia y sus mercados. Muchas grandes empresas están abriendo oficinas de representación en Asia-Pacífico, porque han entendido que se trata de una región en la que las relaciones personales y la generación de una base de confianza son imprescindibles.

Conocemos mejor los mercados asiáticos y hemos comprobado que en algunos sectores tenemos productos y tecnología competitivos, como demuestra el hecho de que en los últimos años nuestras empresas hayan ganado importantes licitaciones en la región.

¿Cree que el interés de las empresas españolas por Asia es el adecuado, o es todavía insuficiente?

Teniendo en cuenta que en 2020 Asia por primera vez representó el 50% del PIB mundial o que en 2030 concentrará el 60% del crecimiento económico mundial, no cabe duda de que el interés de nuestras empresas debería de ser mayor.

No obstante, se ha mejorado con respecto a la situación que teníamos hace 15 años, especialmente en lo que respecta a las exportaciones. Actualmente aproximadamente un 8% de las exportaciones españolas se dirigen a la región.

Sin embargo, en inversiones andamos muy por detrás de otros países europeos. No ha habido una apuesta clara de las grandes empresas españolas por Asia, ya que claramente han focalizado sus esfuerzos en Europa, América Latina y en menor medida Estados Unidos.

Debido a los movimientos de integración como el RCEP (Asociación Económica Integral Regional) o el CPTPP (Acuerdo Transpacífico de Cooperación Económica), cada vez más se va a ver la necesidad de tener inversiones en alguno de los países que forman parte de estos acuerdos para poder aprovechar las ventajas que ofrecen los desarmes arancelarios o las ventajas de integración de las cadenas de suministros.

¿Cuáles son en su opinión los principales obstáculos para promover una mayor presencia española en Asia?

Quizá deberíamos de empezar diciendo que, en los consejos de administración de las grandes empresas españolas, salvo excepciones, hay pocas personas que entiendan bien los mercados asiáticos, y esto representa un problema para que haya una apuesta más decidida hacia la región.

También es cierto que existen trámites burocráticos (en especial en los países menos desarrollados de la región) que dificultan que las relaciones sean más fluidas. La firma de acuerdos de libre comercio con países como Japón, Singapur o Vietnam tienen, además de las reducciones arancelarias, una enorme

importancia a la hora de eliminar trabas existentes al comercio y a la inversión, por lo que se debería de aprovechar más este marco favorable que existe con los países con los que la UE ha firmado acuerdos.



Obviamente las diferencias culturales son grandes, pero son las mismas para todos los países de la UE o para Estados Unidos, por lo que pueden solventarse con una adecuada política de recursos humanos que contemple la contratación de personal que entienda bien la cultura local. En Casa Asia ofrecemos un servicio de empleo en el que generalmente empresas españolas buscan candidatos asiáticos, y es una de las secciones más visitadas de nuestra web.

Se suele mencionar la lejanía como uno de los factores que más dificultan nuestras relaciones con la región, pero tampoco me parece un argumento que debiera condicionar nuestras relaciones. En primer lugar, porque la digitalización nos permite un contacto mucho más fluido e instantáneo con contrapartes asiáticas, y en segundo lugar porque la distancia entre Madrid y Buenos Aires es la misma que existe entre Madrid y Tokyo.

Sí que veo como un obstáculo la dispersión que existe en Asia, porque estamos hablando de países que no tienen nada que ver entre sí. Por ejemplo, la diferencia en el PIB per cápita entre Myanmar y Singapur es de 1 a 45, y esto no se da en ninguna región del mundo. Además, los sistemas políticos, la religión, el idioma o la cultura son diferentes en cada país, y esto puede incitar a una cierta confusión.

Es necesario focalizar y concentrar los esfuerzos en uno o en unos pocos países porque los recursos no son ilimitados para ninguna empresa.

Por su experiencia como director de Casa Asia, ¿cómo cree que es la imagen de España en Asia, y cómo ha evolucionado en los últimos tiempos? ¿Cómo podría mejorarse?

La imagen en general es positiva, pero bastante dispersa en comparación con la que se tiene de otros países europeos y centrada más en aspectos como el patrimonio arquitectónico, la gastronomía o el deporte.

Creo que la imagen se mejora a través de actuaciones en diversos ámbitos, entre los que destacaría en primer lugar la promoción del turismo asiático, porque los visitantes de los países de la región suelen llevarse una imagen muy positiva de nuestro país. En especial, el turismo de congresos y ferias es muy relevante.

También es necesario promocionar más nuestra oferta tecnológica. Pocos asiáticos saben, por ejemplo, que España es un país líder en la gestión de infraestructuras a nivel mundial.

También debemos de ser más constantes en la promoción del país con una presencia institucional continuada y un aumento de visitas de alto nivel.

¿Cuáles son en su opinión los países y sectores que ofrecen mejores oportunidades para las empresas españolas?

En primer lugar, me gustaría decir que el avance de la digitalización en Asia ha sido enorme, y la elevada utilización de plataformas de *e-commerce* por parte de los asiáticos es una buena prueba de ello. China ha sido el primer país del mundo en el que las ventas on-line han superado a las ventas en comercios físicos, y muchas empresas españolas de diversos sectores están intentando entrar en los principales mercados de la región a través de la venta de productos on-line.

Hay que destacar que las plataformas son diferentes a las utilizadas en Occidente (Tmall en China, Rakuten en Japón, Lazada en el Sudeste Asiático, etc.), por lo que las empresas necesitan adaptar sus estrategias a cada plataforma.

Si hablamos de sectores en los que hay mayores oportunidades, tenemos que mencionar el agroalimentario, los componentes de automoción, el químico, la moda o la energía en menor medida.

También hay que destacar que, de forma excepcional, existe una gran presencia de empresas españolas en el ámbito de las infraestructuras, agua o energía en Australia. La presencia de las empresas españolas de este sector en otros países es más reducida, pero es un buen ejemplo de lo que podemos hacer en la región.

Por países, el interés de nuestras empresas se ha concentrado mayoritariamente en Asia Oriental (China, Japón y Corea del Sur) y en menor medida en los países de la ASEAN (Singapur, Malasia, Filipinas, Indonesia, Tailandia Vietnam) e India.

El término “desacoplamiento” se ha puesto de moda. ¿Cree que vamos hacia un desacoplamiento paulatino de las economías occidentales en relación con la economía china?

En algunos ámbitos efectivamente vamos a ver un cierto desacoplamiento, tanto por motivos estratégicos como por otras causas, como el aumento de los precios de los fletes marítimos, el acortamiento de las cadenas de suministros, o el aumento de los costes de la mano de obra en China.

También podemos hablar de un desacoplamiento tecnológico, que es un fenómeno visible en las principales economías en el mundo, incluyendo a China, la UE, Estados Unidos o Japón.

Sin embargo, se trata de una cuestión de grado, y de la misma forma que competimos en algunos ámbitos podemos colaborar en otros. No es posible ni recomendable aislar totalmente a China de Europa y formar dos bloques porque perderíamos todos.

En 2023 se conmemoran los 50 años del establecimiento de relaciones diplomáticas entre España y China. ¿Tiene Casa Asia planeadas actividades para celebrar este aniversario?

Este es un aniversario importante y desde el Ministerio de Asuntos Exteriores me consta que le quieren dar la importancia que merece. En Casa Asia estamos trabajando en una programación especial dedicada a China, que muestre una imagen moderna de ese país, lejos de estereotipos, y que refleje de qué forma los dos países se han beneficiado de la relación bilateral.

En 2023 tenemos interés en organizar alguna exposición sobre arte contemporáneo chino, ciclos de tertulias y posiblemente una actividad que nos permita reflexionar sobre el papel de China en América Latina y sus implicaciones para España.

¿Qué valoración haría de estos 50 años de relaciones España-China? ¿Cómo ve las perspectivas de cara al futuro? ¿Se pueden ver afectadas por las crecientes tensiones de China en sus relaciones internacionales, en especial con la Unión Europea (congelación del CAI (acuerdo de inversiones), resolución del parlamento europeo sobre Xinjiang, etc.)?

En general, las relaciones hasta la fecha han sido buenas, y cabe destacar que existen intereses comunes como la defensa del multilateralismo, la lucha contra el cambio climático o el interés en mejorar las relaciones comerciales.

Dicho esto, también hay que tener en cuenta los intereses europeos y nacionales de disponer de mayor autonomía estratégica en algunos ámbitos, o de tener una mayor reciprocidad en el tratamiento de las inversiones.

Como no podría ser de otra manera, la estrategia española tiene que estar alineada con la europea y es necesario consensuar una postura común que, aunque sea difícil de lograr en ocasiones, es la que nos permite hablar de igual a igual con China.

PROYECCIÓN EXTERIOR DE LA ECONOMÍA ESPAÑOLA

