

Este artículo pertenece al nº12 de la revista electrónica: **“Proyección exterior de la economía española”**.

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

CHARLANDO CON... RAMÓN MARÍA MORENO, SECRETARIO GENERAL DE LAS FUNDACIONES CONSEJO ESPAÑA ASIA PACÍFICO



RAMÓN MARÍA MORENO, SECRETARIO GENERAL DE LAS FUNDACIONES CONSEJO ESPAÑA ASÍA PACÍFICO.

“El siglo XXI ha traído una apuesta creciente de España hacia Asia Pacífico”.

“El número de empresas que han ido llegando a Australia ha ido en constante crecimiento, y a la empresa española le atrae mucho este mercado por su estabilidad”.

“La existencia de profesionales cualificados, que tengan competencias, conocimientos y experiencia específicos en Asia-Pacífico, sigue siendo un déficit español”.

“Los consumidores chinos son cada vez más sofisticados, por lo que hay que tener las cosas muy claras y tener un producto de alta calidad y muy diferenciado. No creo que un desacoplamiento sustancial de China sea posible”.

“Japón es un socio muy fiable para las empresas españolas”.

El diplomático Ramón María Moreno es Secretario General de las Fundaciones Consejo España Asia Pacífico (China, Japón, India y Australia). En esta entrevista con nuestra revista electrónica habla del papel de las fundaciones, las relaciones de España con Asia Pacífico, las dificultades y oportunidades de las empresas españolas, la situación de la zona, el 50 aniversario del establecimiento de relaciones diplomáticas entre España y China, etc.

¿Qué son las Fundaciones Consejo? ¿Cuáles son sus objetivos?

Las Fundaciones Consejo son entidades privadas sin ánimo de lucro que trabajan para fomentar las relaciones entre España y una serie de países considerados estratégicos para la política exterior española.

Por un lado, su financiación es básicamente privada; proviene de aportaciones de empresas: ya sean empresas españolas presentes en el país en cuestión o empresas de dicho país que tengan actividad en España. Por otro, las Fundaciones Consejo trabajan bajo el amparo del Ministerio de Asuntos Exteriores: su secretario general es un diplomático de carrera, están alineadas con la política exterior española y, de hecho, físicamente se encuentran en una de las sedes del Ministerio.

Las Fundaciones intentan ser un nodo donde se encuentran Administración, empresas, instituciones y actores de la sociedad civil, con el objetivo de fortalecer el diálogo con países clave en nuestra política exterior.

¿Qué tipo de actividades desarrollan las Fundaciones Consejo?

La mayoría de las Fundaciones Consejo estuvieron muy vinculadas, en su concepción, a la organización de los Foros: grandes encuentros bilaterales, con carácter anual, que funcionarían como plataformas de encuentro entre Administraciones y sociedades civiles.

Como suele ocurrir, después cada Fundación ha ido tomando su propio camino. Por ejemplo, en el caso de la Fundación Consejo España Japón, el Foro está muy vivo, hace apenas dos meses celebró su vigésimo segunda edición en Kioto, tras un parón por la pandemia, y ya estamos trabajando en la edición número veintitrés, que se celebrará el año que viene en España. El Foro España – Estados Unidos, que está fuera del área Asia Pacífico, también sigue muy activo. En el caso de China, el Foro lleva varios años sin celebrarse en formato presencial, principalmente por las restricciones a la movilidad impuestas por la pandemia.

Muchas Fundaciones Consejo también tienen programas de visitantes. Organizan estancias en España para profesionales, normalmente jóvenes de estos países con objeto de proyectar la imagen de España y crear redes de contactos. El programa Futuros Líderes Chinos lleva ya 14 ediciones, más varios encuentros digitales, y su red de “alumni”, con más de 100 integrantes, está agrupada en la Sociedad China de Amigos de España.

Por lo demás, las Fundaciones desarrollan muchas otras actividades destinadas a fomentar el entendimiento entre España y otros países: seminarios, encuentros con autoridades, mesas redondas, elaboración de informes, contenidos digitales o podcasts, entre otras muchas cosas.

Es corriente escuchar que la presencia española en Asia Pacífico 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 Pacífico, en especial su evolución en los últimos años?

En España no se ha mirado mucho hacia Asia Pacífico, aunque esto está cambiando. Los tres grandes focos de atención de España, por diversos motivos, han sido Europa, el Norte de África e Iberoamérica. Pero en los últimos años, tanto en la Administración como en las empresas se ha ido tomando conciencia de que el centro global de gravedad se está desplazando, de manera inexorable, al entorno de Asia-Pacífico, y se está obrando en consecuencia.

Así, el siglo XXI ha traído una apuesta creciente de España hacia Asia Pacífico con un incremento continuado de la presencia española tanto en el ámbito gubernamental como en el privado. Una prueba de ello son las cuatro Fundaciones Consejo España Asia Pacífico (con China, Japón, India y Australia).

En efecto, los esfuerzos por proyectar nuestra imagen en la zona Asia-Pacífico han aumentado, y creo que es una tendencia al alza: la existencia de cuatro Fundaciones Consejo en esta área, la pujanza de instituciones como Casa Asia o la expansión del Instituto Cervantes en la zona, de la que tenemos un ejemplo reciente con la apertura del tan esperado centro en Seúl, son sólo algunos ejemplos.

En el Ministerio de Asuntos Exteriores, vemos que los diplomáticos de las nuevas promociones están, cada vez más, especializados en Asia Oriental.

Pero las relaciones bilaterales con la zona, aunque han aumentado, tienen todavía un gran potencial que debería ser satisfecho. Sin embargo, destaca en este sentido el caso de Australia, con una balanza comercial favorable a España a diferencia de los otros tres países. De hecho, desde 2007, con el conocido "efecto Navantia" (cuando la empresa española gana un importante contrato con la armada australiana), el número de empresas que han ido llegando a Australia ha ido en constante crecimiento, y a la empresa española le atrae mucho este mercado por su estabilidad.

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

En línea con la última pregunta, es evidente que se ha avanzado mucho, pero que todavía hay mucho trabajo por hacer. La proyección de la imagen de España en Asia-Pacífico debería ir acompañada de una presencia creciente en el comercio y las inversiones.

Las empresas españolas deben apostar por dicha zona, ya lo están haciendo, de la misma manera en la que lo han hecho por Iberoamérica o por Europa. Asia-Pacífico será la zona de más dinamismo económico de este siglo XXI. Y aunque se podría decir que nuestras empresas comenzaron su implantación con un cierto retraso respecto a otros países, cada vez van siendo más numerosas.

La inversión española también va aumentando, aunque sigue existiendo un enorme potencial de crecimiento. Así mismo, el volumen del comercio bilateral crece en los últimos años, pero sigue siendo inferior al comercio con otros países de nuestro entorno, salvo excepciones. No obstante, la empresa española mira el mercado de esta zona con cada vez mayor interés.

¿Cuáles son en su opinión los principales obstáculos para promover una mayor presencia española en Asia Pacífico? (diferencias culturales, imagen, riesgos en muchos mercados asiáticos, falta de conocimientos sobre éstos, etc.).

Es una mezcla de varios de estos factores que se apuntan en la pregunta. Los mercados asiáticos son, en general, complicados, aunque esto suponga una generalización y cada país tenga sus particularidades. Es difícil competir con empresas locales, que están mucho mejor sintonizadas con lo que los consumidores demandan. Además, la poca conexión de los tejidos empresariales y el desconocimiento mutuo empresarial impiden que se formen mayor número de alianzas, acuerdos y colaboraciones.



Las barreras comerciales y a las inversiones no ayudan. En el caso de China, por ejemplo, todavía no hay una reciprocidad total en cuanto a las condiciones de acceso para empresas extranjeras, aunque se han dado pasos

positivos en este sentido y se espera que la tendencia continúe. En Japón, el Acuerdo de Libre Comercio con la UE es un hito histórico, aunque todavía es pronto para evaluar sus efectos, habida cuenta que entró en vigor casi cuando empezaba la pandemia.

Existen, así mismo, diferencias en la cultura empresarial, como la importancia de la jerarquía y de la edad, las disfuncionalidades en el proceso de toma de decisiones o las diferencias entre los términos y tiempos, problemas que dificultan la comunicación, por ejemplo, entre empresas de España e India, aunque pueda haber una cierta sintonía empresarial.

La existencia de profesionales cualificados, que tengan competencias, conocimientos y experiencia específicos en Asia-Pacífico, sigue siendo un déficit español. Cabría paliarlo con más recursos educativos y de formación especializada.

Tampoco ayuda, en algún caso, la distancia, especialmente con Australia, lo mismo que el volumen de inversión que exige ese mercado. Es un mercado donde las grandes empresas españolas están apostando sin problema, pero para las PYMES es más complicado.

En cualquier caso, la internacionalización en la zona Asia-Pacífico exige una estrategia de implantación e inversión a largo plazo adaptada a las especificidades de los mercados locales.

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

España es un país atractivo y simpático y que proyecta una imagen positiva. Así, por ejemplo, en una encuesta de mayo y junio de 2020 en el marco del proceso de reflexión del Informe España-India –una iniciativa de la Fundación Consejo España-India–, más del 75% de los participantes indios valoraron la imagen de España en India como excelente o buena.

Pero creo que sigue costando comunicar que España no es sólo cultura adicional, flamenco, gastronomía o fútbol y deporte (aunque también es todo eso), y transmitir que en España también hay muchas empresas que innovan y compiten en primera línea a nivel mundial. Aunque en numerosos casos las empresas españolas han conseguido una exitosa implantación en la zona Asia-Pacífico, pocas veces se ha realizado asociando su producto a la marca país española. Y normalmente los vínculos empresariales entre España y Asia-Pacífico están por debajo de los que mantienen otros países de nuestro entorno.

La imagen de España en Asia-Pacífico sólo puede mejorarse trabajando en ella, fomentando el diálogo y los intercambios a todos los niveles y un mayor conocimiento mutuo. Administraciones, empresas, universidades, entidades de la sociedad civil, todos juntos debemos promover nuestra marca en el que, indiscutiblemente, será el próximo centro de gravedad del mundo, si es que no lo es ya.

Debería haber también viajes de más altos cargos españoles a la zona, sin dejar pasar mucho tiempo entre uno y otro, lo que daría visibilidad y ayudaría a nuestra imagen. Así como utilizar los referentes bilaterales con que cuenta España, en muchos casos ligados al deporte, para fortalecer la imagen y el posicionamiento de nuestro país, utilizándoles en campañas en las redes sociales lo que incrementaría el interés mutuo, mejoraría la imagen y aumentaría el impacto de las iniciativas bilaterales. En ese sentido desde las Fundaciones Consejo trabajamos por tratar de aumentar ese conocimiento mutuo a través de las actividades que desarrollamos.

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

China sigue siendo un mercado atractivo pero difícil, con una enorme clase media que ofrece muchas oportunidades para las marcas de consumo. Sin embargo, los consumidores chinos son cada vez más sofisticados, por lo que hay que tener las cosas muy claras y tener un producto de alta calidad y muy diferenciado para poder abrirse camino allí. Las empresas españolas de comestibles y bebidas han sido de las que mejor desempeño han tenido en China en los últimos años, por poner un ejemplo de un sector que está teniendo éxito en el país asiático.

Japón es un socio muy fiable para las empresas españolas. Es, también, un entorno en el que puede ser complicado entrar, pero una buena estrategia a largo plazo puede dar excelentes réditos. En el Patronato de la Fundación Consejo España Japón tenemos varios ejemplos de empresas españolas con una presencia consolidada allí, por ejemplo, en automoción o en el campo de la moda. Las energías renovables y la digitalización son sectores también de mucho potencial, como quedó de manifiesto en el pasado Foro España Japón. Sin olvidar casos de “joint ventures” exitosas, por ejemplo en el sector sanitario.

La presencia española en India es multisectorial, teniendo especial relevancia el sector de las infraestructuras y la construcción, el sector del producto auxiliar e ingeniería industrial, el sector de maquinaria avanzada, las energías renovables y la sostenibilidad ambiental, las TEIC (Tecnologías de la Electrónica, Información y Comunicación) y el sector de la automoción y los componentes de automoción.

La inversión bilateral ha experimentado una gran expansión en la última década, especialmente en el caso de empresas españolas en India en sectores como las infraestructuras de transporte, la automoción o las energías renovables.

La nueva coyuntura económica provocada por el contexto geopolítico, así como las necesidades sanitarias y de higiene derivadas de la pandemia, ofrecen nuevas oportunidades para la participación de la empresa española en la economía india en una serie de sectores como la economía digital, el desarrollo urbano, la sostenibilidad o los recursos hídricos y la industria alimentaria.

En Australia los sectores principales son las infraestructuras, las energías renovables, así como la defensa y las telecomunicaciones, pero con la esperada firma del TL UE-Australia en 2023, se abrirían muchos otros sectores.

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 y otras economías asiáticas?

La crisis de las cadenas de valor que trajo la pandemia y la guerra de Ucrania han puesto de manifiesto una realidad que no podemos seguir ignorando en Europa: construir dependencias críticas con respecto a otros países puede ser peligroso.

España y Europa son muy dependientes de China y, en menor medida, de otras grandes economías asiáticas. Esto, que en condiciones normales no tiene por qué ser un problema, sí lo es en el contexto de una pandemia global o de una guerra.

En ese sentido, a largo plazo, España y Europa intentarán reducir, en la medida de lo posible, estas dependencias críticas con respecto a China. Sin embargo, no creo que un desacoplamiento sustancial de China sea posible. En cualquier caso, que deberíamos trabajar para equilibrar nuestra balanza comercial, donde acusamos un déficit muy notable.

En 2023 se conmemoran los 50 años del establecimiento de relaciones diplomáticas entre España y China. ¿Tiene la Fundación Consejo España-China planeadas actividades con motivo de este aniversario?

En estos momentos, todavía se está dando forma a la programación del año que viene, en el que, desde luego, el cincuenta aniversario de las relaciones diplomáticas tendrá un papel muy destacado.

Podría ser un buen momento para volver a reunir, en Pekín, a la Sociedad China de Amigos de España, compuesta por participantes en nuestro programa Futuros Líderes Chinos. El último encuentro de esta Sociedad fue en 2019; este año hemos intentado volver a darnos cita en la capital china, pero las restricciones por el COVID lo han hecho imposible.

Asimismo, queremos estudiar, junto con nuestra contraparte china, la reanudación del Foro España China, aunque probablemente tenga que ser en formato digital o híbrido.

En cualquier caso, el aniversario de las relaciones llenará nuestras actividades de análisis, reflexión y diálogo. En estos casi 20 años de la Fundación Consejo España China, la Fundación ha puesto su grano de arena para tender puentes entre los dos países y estoy seguro de que seguirá haciéndolo durante mucho tiempo.

¿Qué valoración haría de estos 50 años de relaciones España-China? ¿Cómo ve las perspectivas 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 acuerdo de inversi, resolución del parlamento europeo sobre Xinjiang, etc.?)

La política hacia China está muy enmarcada dentro de la relación de la Unión Europea con el país asiático. Es evidente que, en los últimos años, ha habido ciertos factores que pueden haber dado lugar a alguna aspereza.

Sin embargo, el balance general de estas cinco décadas de relación bilateral es positivo. Además, estoy seguro de que ambas partes seguirán colaborando en las muchas dimensiones que reportan beneficios mutuos y que, al mismo tiempo, se mantendrá un diálogo franco y constructivo en aquellos puntos en los que pueda haber posibles desacuerdos.

En este sentido, un hito positivo fue la reunión que mantuvieron los dos presidentes en el marco de la reciente cumbre de G20. Asimismo, esperamos que, a medida que las restricciones a la movilidad en China se vayan relajando, los intercambios a todos los niveles se vayan normalizando. Esto sólo puede redundar en un fortalecimiento de las relaciones y en mutuos beneficios.