

La presencia empresarial española en el Sudeste Asiático

Mario Esteban (coord.)

Presencia económica española en Vietnam: intercambio comercial, inversiones y expectativas de futuro

Tema

Vietnam es uno de los mercados más dinámicos del mundo. Combina un fuerte crecimiento económico con una política comercial abierta orientada al mercado que alimenta grandes oportunidades comerciales y de inversión para las empresas españolas. El presente ARI pretende presentar una serie de recomendaciones para intensificar la presencia económica española en Vietnam.

Resumen

Vietnam ofrece vastas oportunidades a las empresas españolas, cuyas necesidades de importación muestran similitudes con la estructura actual de las exportaciones españolas. Por otro lado, Vietnam demanda inversión extranjera en sectores en los que en muchos casos la empresa española es especialmente importante. En este texto se presentan varias recomendaciones para facilitar que empresas españolas puedan aprovechar estas oportunidades.

Análisis

La población de Vietnam es joven, casi un 27% tiene menos de 14 años y el 50% menos de 30. Además, es en un 70% rural, aunque la tasa de urbanización aumenta cada año. La tasa de alfabetización es del 97%. La principal ciudad del país es Ciudad Ho Chi Minh (Saigón) con casi 8 millones de habitantes. La capital, Ha Noi, tiene casi 4 millones de habitantes y les siguen Hai Phong, con casi 2 millones, y Da Nang y Can Tho, con algo más de un millón.

Vietnam es un país en vías de desarrollo, que ha crecido en los últimos años una media del 8% anual en términos del PIB y que ha conseguido reducir de forma significativa la tasa de pobreza hasta el 12% de la población.

A pesar de la crisis económica internacional, la economía está creciendo en torno al 7% y la producción industrial se expande al doble de esa tasa (entre un 14% y un 16%) y en camino de doblar su tamaño durante la próxima década.

La parte del PIB correspondiente a agricultura ha disminuido desde aproximadamente el 25% en 2000 a menos del 20% en 2013, mientras que la cuota de industrial aumentó del 36% a más del 42% en el mismo período. Las exportaciones representan un 70% del PIB, mientras que las importaciones un 82% del gasto. En 2013 las exportaciones aumentaron en más del 12% respecto al año anterior. Las empresas estatales representan alrededor del 40% del PIB.

El inicio del crecimiento económico es consecuencia de las reformas que el país emprendió en 1986 y que se pueden sintetizar en:

- Reconocimiento de la propiedad y la iniciativa privada.
- Apertura (gradual) a la inversión directa extranjera.
- Estímulo del comercio exterior, especialmente de las exportaciones.

Las principales características de la economía vietnamita pueden resumirse en:

- Crecimiento impulsado por las exportaciones y la Inversión Extranjera Directa (IED).
- Importante déficit en infraestructuras.
- Concentración del crecimiento económico en Ha Noi y Ciudad Ho Chi Minh.
- Gran importancia social y económica de la agricultura y del mundo rural. El sector primario supone cerca del 20% del PIB y emplea a un 60% de la población activa.
- Mano de obra barata y alfabetizada.
- Una inflación de en torno al 5% en 2013, que aunque alta es inferior a la de otros países de la región y que afecta a todos los sectores.
- Renta per cápita modesta –1.704 dólares, 3.905 dólares por ppa– pero en rápido aumento.
- Alto peso del sector público empresarial en la economía, cerca del 40% del PIB, aunque reduciéndose.
- Transformaciones estructurales pendientes y en proceso.
- Perspectivas generalmente favorables a medio y largo plazo. Aunque se han sentido los efectos de la crisis internacional, se han mantenido altas cotas de crecimiento en un contexto exterior muy desfavorable.

La incorporación a la OMC –y su adhesión a la Asociación de Naciones del Sudeste Asiático (ASEAN)– supone la integración del país en el circuito institucional del comercio mundial, además de permitir al país beneficiarse de la llegada de IED Extranjeras que están teniendo un papel fundamental en la industrialización del país.

Posteriormente Vietnam se adhirió a varios acuerdos de libre comercio (ALC) en el marco de la unión ASEAN con Japón en 2008, y Australia, Nueva Zelanda, la India y Corea del Sur en 2010. El Acuerdo ASEAN-China Free Trade Agreement (ACFTA) entró en vigor el 1 de enero de 2010 y es el mayor del mundo por número de consumidores, además del tercero del mundo por volumen de negocio, con unos 200.000 millones de dólares (140.000 millones de euros) de intercambios.

En la actualidad el país se encuentra inmerso en las negociaciones de un nuevo ALC con la UE, proceso que comenzó en junio de 2012, y se espera alcanzar septiembre de 2014 y una vez implementados todos sus aspectos, la regulación y legislación vietnamita tendrá que homogeneizarse al estándar europeo.

A nivel agregado la UE es el mayor importador e inversor de Vietnam, por lo que el acuerdo supondría un impulso al proceso de modernización económica y crecimiento económico del país asiático.

El Acuerdo de Asociación Transpacífico (TPP) actualmente en negociación, pretende eliminar los aranceles a un número más limitado de productos pero de aplicación en países como EEUU, Canadá, México, Chile y Perú. Entonces Vietnam será uno de los países con acuerdos de libre comercio más extensos.

En el año 2012 las exportaciones vietnamitas presentaron un patrón dominado por una intensidad tecnológica alta y media, con un 36% y un 29% respectivamente, mientras que las manufacturas de baja intensidad tecnológica y especialización supusieron un 16% y las intensivas en trabajo y recursos un 19%. La UE fue el principal destino de las exportaciones vietnamitas, absorbiendo un 27% del total. Sin embargo, la UE apenas copa un 9% del mercado vietnamita.

Los principales productos importados por Vietnam de la UE alcanzaron la cifra de 5.351 millones de euros en 2012 y los más frecuentes fueron maquinaria y equipos de transporte, productos químicos, generadores de electricidad, máquinas eléctricas, vehículos, hierro, acero, fertilizantes y productos farmacéuticos y textiles.

El número de empresas españolas que exportaron a Vietnam en 2012 fue de 1.509, el doble que en 2007. El saldo de la balanza comercial de mercancías españolas con Vietnam es deficitario, con una tasa de cobertura del 11% en 2012, con exportaciones por valor de 203 millones de euros e importaciones por valor de 1.830 millones. En términos relativos las exportaciones españolas a Vietnam supusieron casi el 0,10% del total de exportaciones españolas en el año 2012 frente al 0,17% de Alemania, el 0,14% del Reino Unido y el 0,12% de Italia. En el año 2003 estos porcentajes fueron del 0,06% para España, el 0,09% para Alemania, el 0,05% para el Reino Unido y el 0,07% para Italia.

En ese proceso de apertura y crecimiento el papel de España es muy discreto. De los intercambios comerciales entre España y Vietnam en la última década pueden extraerse una serie de conclusiones:

- La evolución de nuestras ventas a Vietnam ha estado lejos de presentar una progresión estable.
- Las oscilaciones son muy notables y en muchos casos están asociadas a suministros de proyectos concretos que no se mantenían en el tiempo.

- Sólo en los últimos años se observa un mayor dinamismo en nuestras exportaciones, que sin embargo no consiguen compensar el rápido crecimiento de las importaciones procedentes de Vietnam.
- Por el contrario, destaca la continua y firme progresión de las exportaciones de Vietnam a España, que no hacen sino reflejar el creciente potencial y la competitividad de los productos fabricados en ese país.

Como consecuencia, España ha experimentado un continuo deterioro de la tasa de cobertura en sus relaciones comerciales con Vietnam, pasando a un nivel inferior al 20%, muy por debajo de la media que España mantiene en su comercio exterior con el total del mundo.

Analizando el comportamiento comparado de nuestras exportaciones a Vietnam con las exportaciones totales vemos que España presenta un cierto atraso con respecto a otros países de nuestro entorno y la brecha con nuestros socios europeos ha ido aumentando. Donde España se aparta de la "normalidad" no es tanto en la magnitud del déficit como en nuestro menor volumen de exportaciones a Vietnam.

Los flujos de IDE que Vietnam recibió de inversores extranjeros alcanzaron los 8.368 millones de dólares en 2012 (un total de capital registrado en el período 2003-2012 de unos 180.000 millones de dólares) y han experimentado un importante crecimiento en los últimos años debido al potencial de la zona para atraer inversión extranjera.

En el período 2003-2012 la IDE total española a Vietnam ascendió a 5,5 millones de euros, aunque casi el total de la inversión de la serie histórica se llevó a cabo en los años 2004 y 2007, presentando cinco años sin inversión, lo cual coloca a España más allá del puesto 50 en la clasificación de países con inversión en Vietnam. Por solo poner algunos ejemplos, la inversión de Japón en ese período en 1.849 proyectos ascendió a 28.699,6 millones de euros, la de Corea en 3.197 proyectos a 24.816 millones de euros, y las de países de nuestro entorno como Francia a 3.142,7 millones de euros (381 proyectos) y el Reino Unido 2.617.3 de euros (161 proyectos).

Tanto en el ámbito comercial como inversor se puede constatar un déficit de presencia española cuyas razones hay que explicar en base a una serie de factores:

- Falta de tradición y conocimiento mutuo. Esto se traduce en que hasta muy recientemente Vietnam no ha estado en el mapa de la empresa española.
- Cierta incompatibilidad en los patrones industriales y de comercio. Vietnam ha sido demandante de tecnología y más recientemente de materias primas. España no tiene una orientación exportadora especialmente fuerte en ninguno de los dos ámbitos.
- Ausencia de ventajas comparativas específicas para la empresa española, a diferencia de otras regiones como Sudamérica y el Norte de África en las que la empresa española cuenta con ventajas de partida.

- Dificultades del mercado vietnamita para las PYMES españolas. El orden de magnitud de los proyectos en Vietnam, las dificultades de la gestión en este país y la larga maduración del ciclo de negocio no ha hecho de Vietnam, hasta recientemente, un entorno atractivo para las PYMES exportadoras españolas.
- Escasez de recursos humanos con conocimiento del país y del idioma para facilitar la presencia española en Vietnam.
- Ausencia de grandes grupos empresariales españoles, al estar absorbidas la mayoría de sus capacidades de gestión en la expansión internacional en otros mercados y áreas más evidentes en aquellos momentos.
- Falta de proyección tecnológica de España en Vietnam y ausencia en general de una imagen de país definida.

A pesar de la aún escasa presencia empresarial española en Vietnam se aprecia una dinamización de la misma en los últimos años. Esta creciente actividad se da tanto en el ámbito del comercio como en el de las inversiones y muestra un horizonte esperanzador.

Atractivos

En el caso de Vietnam no nos encontramos ante un proceso de crecimiento culminado sino en una fase ascendente, lo que abre grandes posibilidades de negocio si se anticipan suficientemente los factores determinantes.

Atisbar las oportunidades que el mercado vietnamita puede ofrecer a las empresas españolas requiere comprender lo que está ocurriendo en Vietnam y la naturaleza de su proceso de transformación. Este se puede resumir en una serie de rasgos principales:

- Proceso de crecimiento sostenido desde hace más de 15 años con cifras que se acercan en muchos períodos al 10%, manteniendo simultáneamente un control razonable de sus principales macromagnitudes, lo que llevaría a Vietnam a la cabeza de las principales economías en un plazo de tiempo no demasiado lejano.
- Proceso de transformaciones económicas profundas, hasta el punto de que a pesar de que se mantiene la denominación “comunista” del partido que controla el poder, resulta difícil encontrar restos de los elementos económicos propios de estos sistemas políticos. De hecho, no es fácil determinar la naturaleza del sistema económico vietnamita en la actualidad, ya que conviven áreas de una feroz competencia de mercado con otras áreas de fuerte intervención estatal. Se trata de un sistema económico mixto, con una clara orientación hacia el mercado, pero donde el papel del Estado todavía es muy relevante, especialmente en aquellos sectores considerados estratégicos. La interferencia entre el ámbito público y privado de las decisiones tiende a ser habitual. Es más, conviene no perder de vista, a este respecto, que el concepto sobre el papel del Estado en estas culturas orientales, de tradición confuciana, difiere en cierta medida del que nosotros entendemos debe jugar en nuestras sociedades, liberales y abiertas.

- Proceso de integración en la economía mundial. Más allá de su proceso de crecimiento y transformación, lo que resulta novedoso en la historia de Vietnam es su actual proceso de incorporación a la comunidad económica internacional. La velocidad y la magnitud de este fenómeno es también un hecho sin precedentes que está dejando ya sentir sus efectos en muchos ámbitos económicos (energía, materias primas, flujos inversores, logística internacional, etc.) y seguramente estará siendo objeto de análisis por muchos centros de estudios estratégicos. El proceso de integración económica puede observarse igualmente en toda una serie de indicadores económicos (tasas de crecimiento del comercio exterior vietnamita, volumen de inversión extranjera, volumen de reservas internacionales...) suficientemente difundidos en los medios de comunicación como para no ser necesario incidir más en este artículo.
- Proceso de cambios sociales profundos. Obviamente todo este cambio está introduciendo una serie de transformaciones sociales de hondas consecuencias. A pesar de las barreras impuestas por el idioma y por la fuerte personalidad de la cultura, se observan nuevas tendencias en el comportamiento de la población, o al menos de algunos sectores de la misma. Tendencias que casi todas ellas presentan una plasmación en el patrón de consumo y en consecuencia en el ámbito de los negocios. En un plazo de tiempo relativamente reducido el número de la población de las ciudades se ha casi duplicado y el fenómeno, a pesar de las limitaciones a la libre circulación de personas, se mantendrá en los próximos años, especialmente si se siguen acentuando las diferencias de renta campo-ciudad. Adicionalmente se ha ido configurando una clase media emergente cuyo número va claramente en aumento, a la par que sus capacidades adquisitivas y de ahorro. Podemos describir este fenómeno de cambio social en base a una serie de características relevantes:
 - Aparición de una joven clase media.
 - Rápido proceso de urbanización.
 - Mimetización del modo de vida occidental en muchos ámbitos de consumo y estilo de vida.
 - Desarrollo acelerado de un tejido empresarial privado muy competitivo.
 - Aparición de una cultura de ocio y servicios.

Oportunidades para la empresa española

Los procesos económicos y sociales mencionados anteriormente tienen su concreción en una serie de campos que pueden ofrecer posibilidades a las empresas españolas y que merece la pena examinar.

No se trata de magnificar las posibilidades de la empresa española. Las limitaciones existen y el mercado, aun encontrándose en muchos aspectos en fases preliminares, es enormemente competitivo y con una gran potencial de generar nuevos competidores. No nos encontramos en absoluto el contexto de una economía emergente y desprovista de actores económicos. Los elementos políticos y sociológicos que se requieren para desencadenar un proceso de crecimiento y transformación se dan en Vietnam con el consiguiente resultado de un

entorno enormemente dinámico y con un número creciente de operadores, algo que no lo hace un mercado fácil. Las complejidades culturales y políticas del país, son factores adicionales de dificultad.

El gran desarrollo de infraestructuras que el país necesita sólo será posible con la incorporación adicional de capital foráneo de origen privado. Se encuentran en fase de construcción o reparación buena parte de las infraestructuras de tratamiento, suministro de agua potable, alcantarillado y depuración de aguas residuales del país. Los diversos proyectos de exploración y explotación de petróleo y gas y de complejos químicos están generando incrementos de la demanda de equipos para la manipulación de fluidos (tuberías, bombas y válvulas) y otros materiales.

Hay un intenso proceso de inversión pública. La modernización de Vietnam está conllevando un intenso programa de regeneración y ampliación de sus infraestructuras, tanto viarias como ferroviarias, portuarias y aeroportuarias. Este esfuerzo se extiende por todo el país pero con una intensidad especial en las zonas más deprimidas del Centro y del Norte. Aunque la obra pública y la construcción en sí no ofrecen muchas posibilidades a las empresas extranjeras, sí que hay aspectos concretos en el que las empresas españolas encuentran posibilidades de negocio (señalización, control, peaje, comunicaciones, etc.). El área que puede ofrecer un mayor espacio para las empresas españolas es el que se deriva de la creciente tendencia a la privatización y explotación en régimen de concesión de muchas de estas infraestructuras, campo en el que las empresas españolas cuentan con una amplia experiencia internacional.

En cuanto a compras del sector público, el Estado, en forma de instituciones públicas o empresas estatales, es el principal comprador en Vietnam. El proceso de desarrollo y modernización en que está embarcado Vietnam plantea la necesidad urgente de ampliar las infraestructuras de generación, transmisión y distribución de energía eléctrica. Importantes empresas españolas en este campo se podrán beneficiar de este desarrollo. El Ministerio de Planificación cifra en 135.000 millones de dólares las necesidades de inversión en infraestructuras en los próximos cinco años. Están previstas inversiones importantes, con fondos propios vietnamitas y de organismos multilaterales como las ventanillas Asian Development Fund (ADF) y Ordinary Capital Resources (OCR) del Banco Asiático de Desarrollo (BASD), del Fondo Monetario Internacional (FMI) y del Banco Mundial (BM), entre otros.

Se está produciendo un rápido proceso de urbanización. Como en el caso de las infraestructuras, el rápido desarrollo de las ciudades está obligando a una adecuación de todas sus necesidades públicas. Así, junto a las infraestructuras de transporte colectivo, surgen nuevas necesidades en los servicios municipales en los que las empresas españolas tienen mucha experiencia y excelentes referencias.

Se están reposicionando las estrategias de inversión en China. Las protestas en algunas empresas, condiciones de trabajo muy criticadas en empresas subcontratistas, y el aumento de costes salariales en China hacen que numerosas compañías manufactureras estén ubicando sus centros de investigación y sus plantas de producción en Vietnam. Esto se

conoce como la estrategia China + 1. Esta estrategia busca diversificar riesgos y reducir costes de producción, además de atacar otros mercados como los de ASEAN. Este proceso está impulsando el desarrollo de la industria auxiliar, incrementando las capacidades del tejido industrial local y mejorando las condiciones y el atractivo para nuevas inversiones.

El incremento de los niveles de vida conlleva toda una serie de consecuencias como son el aumento y la diversificación de demanda de consumo, que hace que la población acceda a una serie de productos que hasta hace pocos años le resultaban culturalmente ajenos. En lo que a España se refiere, y aunque a niveles muy limitados, el efecto puede apreciarse en la demanda de vino y de aceite de oliva. Este último duplicando las cifras de venta de año en año, aunque todavía con carácter testimonial.

Junto al aumento de la demanda, la mejora en las condiciones de vida implica también una mayor sofisticación de los canales de distribución. Este sector se ha abierto recientemente a empresas con capital 100% extranjero, generando nuevas oportunidades de negocio a algunas empresas españolas especialmente en el segmento de comercialización de la moda, incluyendo textil, calzado y marroquinería de calidad.

Por su parte, el sector agroalimentario está atrayendo a un número creciente de empresas, especialmente en el procesado de pescado. La agricultura y la ganadería, la alimentación animal, los productos veterinarios y los fertilizantes, así como los suministros para la industria transformadora local, se están convirtiendo en sectores interesantes para nuestras empresas y varias de ellas se están planteando establecerse de forma permanente en Vietnam.

Los sectores de servicios, como los financieros y los servicios públicos, tienen hasta el momento una participación pequeña por tratarse de sectores sensibles y es precisamente en algunas de esas áreas donde se abren mayores perspectivas para los grandes grupos empresariales españoles.

Por último, un sector de especial importancia para España, consecuencia del incremento en el nivel de vida, es el relativo a ocio y turismo. Tanto en lo que se refiere a la captación de turismo como a la satisfacción de las demandas de ocio, España tiene mucho que ofrecer a Vietnam, además de compensar los abultados déficit comerciales. Obviamente es un sector que todavía requerirá tiempo y maduración pero en el que resulta necesario trabajar desde ahora y no sólo pensando en desplazamientos de turistas a España sino también en la venta de servicios de ocio.

Ayudas a la inversión en Vietnam

Resulta difícil exportar de forma importante y continuada a Vietnam sin realizar alguna implantación o inversión, mediante una sucursal o una oficina de representación, o sin colaborar estrechamente con un distribuidor local.

El gobierno vietnamita está decidido a crear un entorno de inversión competitivo. En esa línea hay ciertos sectores y actividades que gozan de incentivos a la inversión extranjera.

Entre ellos se encuentran los siguientes:

- Grandes proyectos de infraestructura.
- Las exportaciones.
- Inversión en tecnología punta y capital intelectual.
- Investigación y desarrollo.
- Uso eficiente de materias primas y recursos naturales.
- Protección del medioambiente.
- El cultivo, recogida y procesamiento de productos agrícolas, forestales y acuáticos.
- Industrias intensivas en mano de obra.

En la actualidad la prioridad es el desarrollo de las industrias auxiliares dado que el gobierno quiere incrementar el valor añadido local de las exportaciones.

Dentro de estos sectores el gobierno vietnamita hace una diferenciación a efectos de reducción de los gravámenes fiscales y períodos de exención entre los proyectos especialmente incentivados y los no incentivados.

Entre los proyectos especialmente incentivados están:

- Nuevos proyectos de inversión establecidos en zonas con dificultad económica media en Zonas Económicas Especiales o en Áreas de Desarrollo Tecnológico.
- Alta tecnología, desarrollo tecnológico y estudios científicos.
- Inversiones en plantas de tratamiento de aguas, plantas eléctricas, puentes, carreteras y vías férreas, aeropuertos y puertos, u otro tipo de infraestructuras determinadas por el primer ministro.
- Productos de software.
- Establecimientos de empresas que operan en “Sectores de Interés Social” como los sectores de la educación, formación profesional, tratamientos de salud, cultura, deporte y medio ambiente.
- Y, sobre todo, los proyectos Construcción-Operación-Transferencia (BOT en inglés) o con formulaciones similares.

Los proyectos incentivados abarcan un mayor número de sectores, entre ellos:

- Eléctrico.
- Petróleo y gas.
- Mueble y artesanía.
- Telecomunicaciones y telefonía.
- Turismo y hostelería.
- Cuero, calzado y componentes.
- Textil y confección.
- Pesca, piscicultura, tratamientos de calidad, químicos y transformación de productos.
- Transformación de productos agro-pecuarios e industria alimentaria.

Tabla 1. Impuesto de sociedades (bonificaciones y exenciones)

Imposición en zonas Industriales y zonas de exportación	Tipo impositivo	Duración de los incentivos	Excepción de gravamen (vacaciones fiscales) a partir del momento en que se generen beneficios fiscales	Período adicional de reducción del tipo en un 50% tras el período de excepción
Proyectos incentivados (servicios)	20%	10 años	2 años	3 años
Proyectos incentivados (manufactura)	15%	12 años	3 años	7 años
Proyectos especialmente incentivados	10%	15 años	4 años	9 años

No hay diferencias efectivas entre las Zonas Industriales y las Zonas Francas Industriales. Ambas conceden los mismos incentivos. Sin embargo, las Zonas Económicas, como la de DungQuat, sí que pueden proporcionar incentivos aún mayores que las Zonas Francas industriales (véase <http://industrialzone.vn/>).

No existe limitación o restricción a la repatriación de beneficios o del capital invertido.

Riesgos

Sin entrar en consideraciones de índole política, el hecho cierto es que el modelo económico presenta algunos riesgos evidentes. Por citar los más importantes, y sin entrar en detalles, cabe señalar:

- (a) El ritmo del proceso de apertura de la economía vietnamita, que es paulatino y siempre muy controlado por las autoridades políticas.
- (b) La excesiva dependencia política de altos niveles de crecimiento económico. En el sistema político actual de Vietnam la base última de legitimidad radica en la capacidad de mejorar las condiciones de vida de la población, algo que requiere unos elevados niveles de crecimiento que en determinadas circunstancias podrían poner en riesgo la sostenibilidad del modelo.
- (c) El desequilibrio del modelo de crecimiento económico, excesivamente sesgado a la inversión y a la demanda externa, y en consecuencia proclive a generar sobrecapacidades y deflación, un riesgo que dado su nivel de integración mundial no atañe ya solo a Vietnam.
- (d) Los crecientes desequilibrios de renta entre campo ciudad, Norte y Sur, que corren el riesgo de generar una fractura social de imprevisibles repercusiones políticas.
- (e) Entrando en ámbitos más concretos, los problemas derivados de la precaria situación del sistema bancario vietnamita, que todavía absorbe el 87% de la actividad financiera del país y que resulta por tanto una pieza clave en la canalización del ahorro hacia la inversión, base del proceso de crecimiento.

Todos ellos son problemas de evidente enjundia que requerirían un extenso análisis y que pueden plantear numerosos interrogantes de cara al futuro. Sin embargo, en última instancia, podría concluirse que la experiencia de los últimos años, y la capacidad mostrada por las clases dirigentes para ir sorteando con éxito los distintos problemas surgidos a lo largo de ese período, concede un crédito a sus responsables políticos y permite una mirada razonablemente optimista hacia el futuro.

Recomendaciones

España estuvo ausente en las anteriores citas históricas de Vietnam con Occidente. En esta ocasión se abre una nueva oportunidad que no debe perderse. En esa línea ha venido actuando la administración española desde finales de la década de los 90, haciendo de Vietnam un mercado prioritario en el que confluye una amplia panoplia de instrumentos de política comercial. Pero si alguna lección puede sacarse de la experiencia de estos años de política comercial pro activa es que ningún esfuerzo público tendrá éxito sin una sincronización de objetivos e intereses con los operadores privados. Afortunadamente, el interés empresarial por Vietnam va en aumento en estos últimos años. Esta circunstancia abre nuevas posibilidades a la política comercial con Vietnam. A continuación se planteas una serie de sugerencias por si pudiesen contribuir en este empeño.

En primer lugar, se aprecia una enorme dispersión de esfuerzos por parte de múltiples actores institucionales (organismos de promoción de exportaciones a nivel nacional y autonómico: ICEX, Acció10, SPRI, IGAPE, Consejo Superior de Cámaras de Comercio y cada una de las cámaras de comercio en sus respectivos ámbitos, Comunidades Autónomas, Diputaciones, Consejos Reguladores de Denominaciones de Origen, asociaciones de exportadores, y un larguísimo etc.), lo que sin duda no permite obtener la mayor eficacia en las actuaciones de promoción.

Seguramente no sobra ninguno de los agentes actuales, pero tal vez, desde la perspectiva de la empresa usuaria, se echa en falta una mayor claridad en la asignación del papel jugado por cada uno de ellos, sustentado en el conocimiento y cercanía a la empresa, mejorando la cooperación o colaboración entre ellas. Cualquier iniciativa que permita coordinar actuaciones y buscar sinergias redundará en una mejora de la imagen del país y en un mejor aprovechamiento de los recursos públicos y privados.

Es necesario concentrar los esfuerzos en sectores de futuro y en actividades de mayor valor añadido. Esto se haría fomentando sectores de contenido tecnológico y desarrollando planes plurianuales que permitan una continuidad y profundidad en las actuaciones. Entre los posibles sectores estarían infraestructuras, medio ambiente y energías renovables, máquina herramienta, equipos para manipulación de fluidos y desalinización, industria naval, etc.

A imagen y semejanza de nuestros socios occidentales, deberíamos acoplar nuestros instrumentos de apoyo a proyectos que impliquen una participación mayor de empresas españolas.

En los grandes proyectos de infraestructura financiados en gran medida con fondos públicos habría que buscar fórmulas para integrar producto de empresas españolas en los mismos.

Sería preciso remover los obstáculos de acceso al mercado vietnamita. A pesar del acceso a la OMC y la reducción de los aranceles y eliminación de contingentes, subsiste un gran número de barreras técnicas que requieren un escrutinio continuo y unas negociaciones permanentes con las autoridades vietnamitas, bien directamente bien a través de la Comisión Europea.

Junto a los instrumentos habituales de información, que se han reforzado en gran medida en el caso de Vietnam, se debe completar el proceso canalizando información hacia la otra parte del mercado: el empresario o usuario vietnamita.

Hay que dar una mayor publicidad a los instrumentos de apoyo financiero que deben permitir apoyar la presencia de proyectos españoles en el mercado vietnamita y que lamentablemente no suelen ser conocidos por las empresas españolas.

Son necesarios instrumentos de formación e información. Gran parte de los problemas de las empresas españolas en este mercado derivan de un déficit de conocimiento o de una falta de personal capacitado o con experiencia en Vietnam. En ese sentido, los programas de becarios o la formación de jóvenes profesionales vietnamitas en empresas españolas pueden ser una cantera de personas que actúen de puente entre ambos países.

Habría que establecer líneas de apoyo al acceso a licitaciones, fomentando la participación de empresas españolas en proyectos en el exterior mediante la financiación de parte de los gastos de preparación, presentación y seguimiento de ofertas técnicas en concursos o licitaciones internacionales.

El Plan Estratégico de Internacionalización de la Economía 2014-2015, presentado el 26 de mayo de 2014, en el Ministerio de Economía y Competitividad, recoge una larga aspiración del sector exportador español, como es la necesidad de facilitar el acceso a la información para aumentar la participación de empresas españolas en contratos de licitaciones internacionales, así como asegurar la financiación externa que les permita competir en contratos internacionales, comprometiendo al Servicio Exterior del Estado en las labores de información, acompañamiento y gestiones ante las autoridades de los países en los que están acreditados. No obstante, la medida debería ampliarse a líneas de apoyo o crédito que ayuden a la pequeña y mediana empresa a financiar parte de los gastos extraordinarios de preparación, presentación y seguimiento de ofertas técnicas en concursos o licitaciones internacionales.

Hay que proveer a los inversores de asesoría e información relevante para la toma de decisiones de inversión directa, con énfasis en el conocimiento de los beneficios, garantías, entidades, instancias e instrumentos disponibles. Al mismo tiempo, se debe fomentar la atracción de inversiones de Vietnam a España.

Documento de Trabajo

La presencia empresarial española en el Sudeste Asiático

Es necesario potenciar la imagen, los productos y los sectores considerados estratégicos en Vietnam.

Con la promoción del turismo vietnamita en España se aprovecharán las transformaciones sociales que se están produciendo y la creciente demanda de una cultura del ocio, consumo, servicios y modos de vida occidentales.

En cuanto al empresariado español, debe ir a Vietnam conociendo algunos principios básicos de la cultura empresarial de este país. Vietnam es una sociedad marcadamente confuciana y sus prácticas de negocios a menudo son más similares a las de China, Japón y Corea que a las de sus vecinos del sudeste asiático. La dinámica social y la visión global de la sociedad de Vietnam se reflejan en el clima de negocios, y en cuestiones tales como “cara”, consenso y el juego de “suma cero”.

“No perder la cara” es extremadamente importante para muchos vietnamitas. Es fundamental no poner a los homólogos vietnamitas en una situación embarazosa en público. El miedo a perder la cara a menudo hace que los vietnamitas sean cautos a la hora de tomar decisiones espontáneamente.

Hay que entender su concepción del consenso. La toma de decisiones consensuadas está muy arraigada en el comportamiento vietnamita. En Vietnam el consenso suele significar que todas las partes con voz pueden ejercer el derecho de veto y por tanto todos los interlocutores deben ser convencidos. En el proceso de construcción del consenso, la opinión de la minoría debe ser especialmente valorada y tenida en cuenta.

Hay que tener capacidad de adaptación a una lógica de suma cero. Los empresarios españoles, por lo general, asumen que las situaciones win-win son comunes y relativamente fáciles de alcanzar con sus contrapartes vietnamitas. Pocos vietnamitas probablemente compartan esa percepción. Para la mayoría, el negocio es una relación de suma cero. Hay un ganador y un perdedor. Este modelo de suma cero es el que probablemente defina la relación del empresario español con su homólogo vietnamita y la relación de su homólogo vietnamita con el mercado local.

Es preciso aceptar que las relaciones personales y la empatía son fundamentales para entablar relaciones empresariales en Vietnam. Antes de hacer negocios, la contraparte va a querer saber con quién está tratando.

Conclusiones

Las oportunidades que ofrece la economía vietnamita para las exportaciones e inversiones de las empresas españolas son elevadas, por el tamaño de su mercado, por su crecimiento actual y las favorables expectativas futuras, y por el proceso de apertura del modelo económico emprendido. Las ayudas a la inversión, los incentivos, las garantías jurídicas y la posibilidad de repatriación de capital y beneficios hacen que este país sea muy atractivo a nivel internacional.

A la empresa se le recomienda perseverancia, adaptación, paciencia y voluntad de permanecer para trabajar en el mercado vietnamita. Hay que aprender a adaptarse a las formas y maneras de pensar y de hacer que tienen los vietnamitas sin pretender imponer o implantar nuestro estilo de trabajo.

Corresponde a la administración la remoción de obstáculos de acceso al mercado vietnamita, mejorar en el aprovechamiento de los recursos generados, centrando los esfuerzos en sectores de futuro y en actividades de mayor valor añadido, proveer a las empresas exportadoras e inversoras de asesoría e información relevante para la toma de decisiones, y publicitar más ampliamente los instrumentos de apoyo financiero para el fomento y promoción de las exportaciones e inversiones. La administración debe comprometerse a llegar a ser, día a día, el instrumento ágil y eficaz que esperan las empresas como respuesta a ese reto que se nos está viniendo desde Vietnam.

Juan Inoriza

Director y partner de Inoriza Southeast Asia Consultants, Project Manager de Fluidex.