

La presencia española en Tailandia: análisis y sugerencias para potenciar las relaciones empresariales y culturales

Gloria García | Doctora en Economía, Cultura y Negocios con Japón, directora del Máster en Dirección de Negocios Internacionales de ICADE Business School y *visiting reseacher* del ISS de la Universidad de Tokio.

Tema

Este ARI estudia los diferentes elementos que reflejan la situación de Tailandia y su posición en el Sudeste Asiático, así como las relaciones económicas entre España y Tailandia y los aspectos culturales que subyacen en ellas.

Resumen

Tailandia sigue siendo uno de los países más abiertos e importantes del Sudeste Asiático, a pesar de los conflictos que vienen ocurriendo desde los últimos años y de la actual situación política. Este ARI estudia la influencia de estos sucesos en la situación y relaciones de Tailandia con el propósito de obtener algunas conclusiones que puedan incitar la reflexión del sector empresarial y de la administración españolas y contribuir a una toma de decisiones adecuada que potencie la presencia española en Tailandia.¹

Análisis

Perspectivas de Tailandia

En 2011 el Banco Mundial elevó la clasificación de Tailandia a la categoría de economía media-alta en base a su renta nacional bruta ya que, a pesar de las dificultades externas e internas, había realizado un gran progreso en su desarrollo social y económico. La crisis asiática de 1997 paró el crecimiento medio anual del 9,2% durante 1986-1996. Se recuperó y durante 2000-2012 creció a una media del 4,2%, a pesar del golpe de Estado en 2006, de la crisis financiera global de 2008-2009, de los continuos conflictos políticos y de las devastadoras inundaciones en 2011. El entorno de negocios favorable de Tailandia ha atraído la inversión directa del exterior, la cual ha contribuido a la ampliación productiva desde una base agrícola a otra de mayor valor añadido orientada a la exportación y a la expansión a nuevos mercados exteriores. Las exportaciones, el turismo y la inversión directa recibida han sido elementos clave en su desarrollo.

¹ La autora agradece los comentarios de Emilio de Miguel, de la Subdirección General del Pacífico, Sureste Asiático y Filipinas y de la Oficina Comercial de España en Bangkok, así como los de los miembros del Grupo de Trabajo del Real Instituto Elcano y las indicaciones de Mario Esteban.

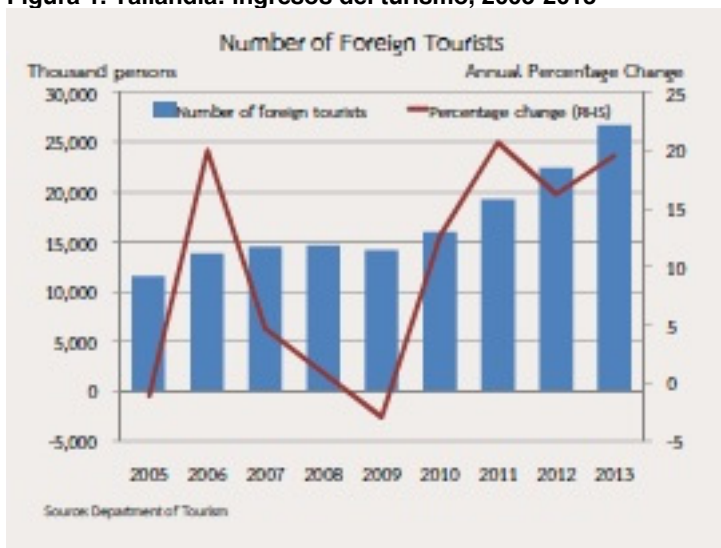
Situación del país

Tailandia tiene una población de 67 millones de habitantes, con un nivel de alfabetización del 95,6%, un sistema de salud de cobertura universal y un salario mínimo nacional, y ha logrado reducir la pobreza del 60% en 1988 al 13% en 2011.

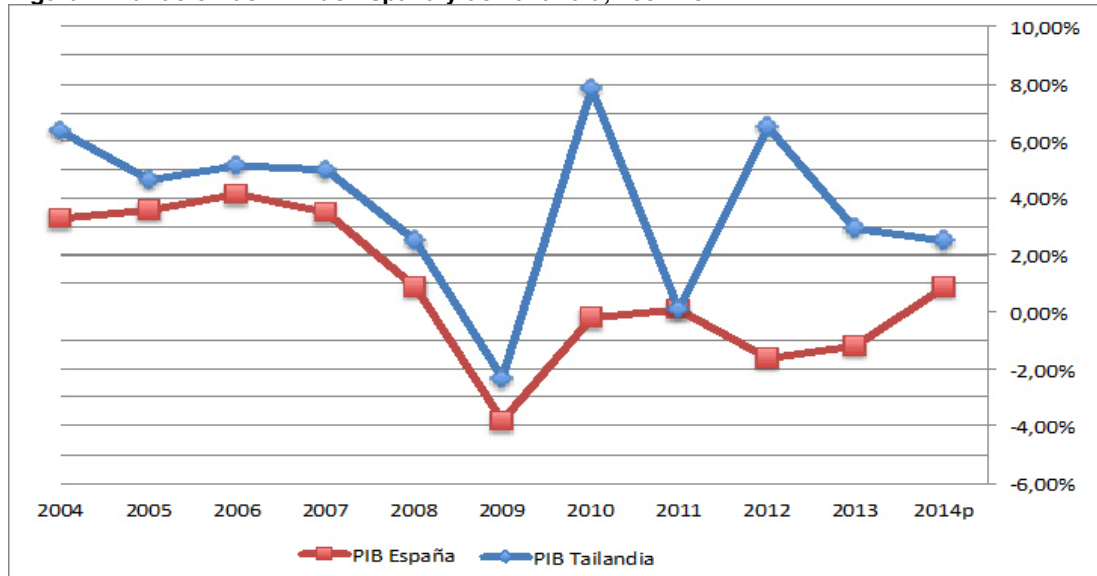
En 2013 la economía tailandesa tuvo un crecimiento del 2,9% real (el 5,8% nominal) debido a la disminución de la demanda interior, el retraso en los planes de inversión pública y la lenta recuperación de las exportaciones, que no pudieron aprovechar la recuperación mundial.

Las exportaciones suponen el 60% de su PIB y son el motor de la economía pero en 2013 registraron la primera contracción en 12 años –excluyendo la de 2009, debida a la crisis económica mundial–. Así, el crecimiento en 2013 se debió el fuerte incremento del turismo, a pesar de la situación política (Figura 1). Esta pujanza del turismo ha permitido que la balanza de servicios de Tailandia tuviese superávit en 2013 por primera vez desde hace años.

Figura 1. Tailandia: ingresos del turismo, 2005-2013



El turismo ha tenido un crecimiento continuado superior a la media mundial y el más alto de la zona ASEAN, obteniendo un incremento del 16,2% en 2012 y del 19,6% en 2013, año en el que alcanzó una cifra record de 26,7 millones de turistas. Además, se ha producido un cambio notable en el origen de los turistas, pasando de los europeos y norteamericanos a turistas procedentes de China y otros países asiáticos y de Rusia.

Figura 2. Variación del PIB de España y de Tailandia, 2004-2014

A pesar de todas las dificultades, entre 2004 y 2014 la economía tailandesa ha mostrado una mejor evolución de su PIB que la española (Figura 2), aunque la cifra de las tasas de crecimiento del PIB de ambos países no sean comparables por tener diferentes niveles de desarrollo.

En 2013 el PIB de Tailandia fue un 28,5% del PIB de España, es decir, el PIB de España fue 3,5 veces el tailandés; además, presentan unas estructuras económicas muy diferentes (Figura 3).

Figura 3. Contribución al PIB de los sectores de la economía, 2013 (%)

	Tailandia	España
Sector agropecuario	12	3
Sector industrial	43	25
Sector servicios	45	72

Fuente: elaboración propia basada en datos de TNSO y el Ministerio de Economía.

La agricultura representó un 12% del PIB tailandés, siendo cuatro veces el de España. Tailandia es el mayor productor y exportador mundial de arroz, aunque en 2013 las exportaciones se redujeron por la pérdida de competitividad debido al programa público del arroz (*Paddy Pledging Program*). Este programa finalizó en febrero de 2014 por la falta de fondos públicos, ya que el gobierno tailandés compraba el arroz a los agricultores a un precio superior al de mercado. Aunque la mitad de la tierra cultivable está dedicada al arroz, también son importantes el caucho, el aceite de palma, el maíz, la tapioca y la caña de azúcar, de la que es el primer productor del Sudeste Asiático y el cuarto mundial. Las industrias avícola y pesquera también son significativas ya que es el primer exportador mundial de gamba congelada y el tercero de pollo.

El sector industrial aportó un 43% al PIB de Tailandia, casi el doble que en el caso español. La industria se ha desarrollado en base a la inversión extranjera, principalmente japonesa, y está orientada a la exportación, como, por ejemplo, aparatos eléctricos, alimentación y bebidas, componentes electrónicos, vehículos y sus componentes, productos del caucho, y textil y calzado.

El sector servicios de Tailandia representó un 45% del PIB, siendo el turismo la industria clave, con un 10% del PIB. Existe una desigualdad regional en los servicios públicos, tales como el transporte, las comunicaciones, la salud y la educación. Por ejemplo, en Bangkok hay 3,5 veces más médicos por persona que en el resto del país.

Tailandia es una monarquía constitucional, siendo el rey el jefe de Estado y el primer ministro el jefe de gobierno. Está formada por cuatro regiones geográficas y dividida en 77 provincias administrativas, registrándose una gran desigualdad regional entre la capital Bangkok en la región central y las provincias del norte y del sur.

El 75% de la población pertenece a la etnia tai, siendo las dos minorías étnicas más importantes los descendientes de chinos (14%) y los malayos de religión musulmana (4%). En la actualidad, aproximadamente el 80% de los grandes grupos empresariales tailandeses están controlados por tailandeses de origen chino.

Tailandia tiene una trayectoria de gobiernos militares y civiles consecuencia de los 12 golpes de Estado ocurridos desde el final de la monarquía absoluta en 1932, año en que comenzó a denominarse Tailandia; lo cual contrasta con el hecho de ser el único país del Sudeste Asiático que no ha sido colonizado por ningún país europeo. Los problemas políticos-sociales no se limitan a la polarización de la sociedad en dos partidos políticos, ya que Tailandia sufre otros conflictos adicionales, tales como el resurgimiento de la violencia en 2004 entre musulmanes y budistas y la dicotomía entre gobierno civil y militar (golpe de Estado en 2006 y en 2014). La Junta Militar, denominada Consejo Nacional para la Paz y el Orden, gobierna Tailandia desde el golpe de Estado del 22 de mayo de 2014.

Posición de Tailandia en el marco de la región del Sudeste Asiático

Tradicionalmente Tailandia ha tenido un papel preponderante en la región del Sudeste Asiático y en la subregión del Gran Mekong,² por su estratégica situación geográfica e importancia económica. Según la última clasificación del Banco Mundial (Figura 4), Tailandia continúa siendo una economía de renta media-alta.

² La subregión del Gran Mekong comprende Camboya, China (provincia de Yunan y región autónoma Zhuang de Guangxi), Laos, Myanmar, Tailandia y Vietnam.

Figura 4. Clasificación de las economías según su renta nacional bruta per cápita (GNI p.c. US\$)

Renta baja ≤ US\$1.045	Renta media-baja US\$1.046-4.125	Renta medio-alta US\$4.126-12.745	Renta alta ≥ US\$12.746
Camboya	Indonesia	Tailandia	Singapur
Myanmar	Filipinas	Malasia	Brunei Darussalam
	Vietnam		
	RDP Laos		

Fuente: elaboración propia basada en datos del Banco Mundial del 1 julio 2014.

Tailandia fue uno de los cinco miembros fundadores de la Asociación de países del Sudeste Asiático (ASEAN) en 1967, junto con Indonesia, Malasia, Filipinas y Singapur. En la actualidad la ASEAN está formada por 10 países y, a pesar de los incidentes soportados en los últimos años, Tailandia sigue manteniendo una posición importante dentro de esta región como se analiza a continuación.

La Figura 5 recoge los datos básicos que reflejan la posición de Tailandia dentro de la ASEAN.

Figura 5. Posición de Tailandia en la ASEAN-10, según diversos datos de 2013

	Población	PIB	Per cápita ppa	Exportación productos	Exportación servicios	IDE recibida	IDE emitida
1º	Indonesia	Indonesia	Singapur	Singapur	Singapur	Singapur	Singapur
2º	Filipinas	Tailandia	Brunei D.	Tailandia	Tailandia	Indonesia	Malasia
3º	Vietnam	Malasia	Malasia	Malasia	Malasia	Tailandia	Tailandia
4º	Tailandia	Singapur	Tailandia	Indonesia	Indonesia	Malasia	Indonesia
5º	Myanmar	Filipinas	Indonesia	Vietnam	Filipinas	Vietnam	Filipinas
6º	Malasia	Vietnam	Filipinas	Filipinas	Vietnam	Filipinas	Vietnam
7º	Camboya	Myanmar	Vietnam	Brunei D.	Camboya	Brunei D.	Camboya
8º	RDP Laos	Brunei D.	RDP Laos	Myanmar	–	Myanmar	Brunei D.
9º	Singapur	Camboya	Camboya	Camboya	–	Camboya	RDP Laos
10º	Brunei D.	RDP Laos	Myanmar	RDP Laos	–	RPD Laos	–

Fuente: elaboración propia basada en datos del BM, OMC, FMI y UNCTAD.

De acuerdo con la UNCTAD,³ Tailandia recibió en 2013 un flujo de inversión directa de 12.946 millones de dólares que la situó en el tercer puesto dentro de la ASEAN. Según el Banco de Tailandia, para seguir captando IDE Tailandia debe mejorar su competitividad y evitar competir en costes con Indonesia y Vietnam. Deberá mejorar su infraestructura, así como la asistencia sanitaria y la educación para elevar la calidad de su capital humano y aumentar su nivel de investigación y desarrollo. También es preciso que realice reformas institucionales, principalmente para eliminar la corrupción y restablecer la estabilidad política para volver a elevar el clima inversor.

³ UNCTAD: United Nations Conference on Trade and Development.

La Figura 6 muestra la posición de Tailandia en la zona ASEAN según diversos índices internacionales, tales como el Índice de Desarrollo Humano (IDH), el Índice de Competitividad Global (ICG), el Índice de Libertad Económica (IEF), el Índice de los factores que posibilitan el comercio (*Enabling Trade Index*, ETI), el Índice de Facilidad para hacer Negocios (*Ease of Doing Business*, EDB) y el Índice de la Corrupción percibida (IPC).

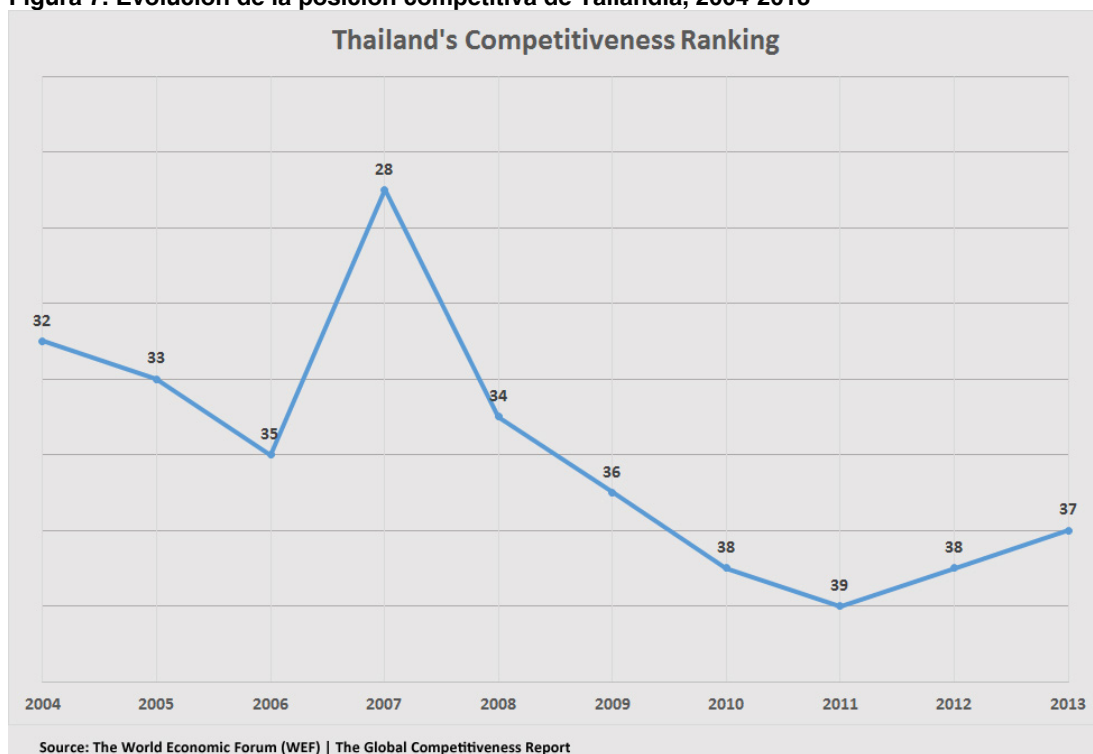
Figura 6. Posición de Tailandia en la ASEAN-10, según diversos índices internacionales

	IDH (2013)		ICG (2013-14)		IEF (2014)		ETI (2014)		EDB (2014)		IPC (2013)	
1º	Singapur	18	Singapur	2	Singapur	2	Singapur	1	Singapur	1	Singapur	5
2º	Brunei D.	30	Malasia	24	Malasia	37	Malasia	25	Malasia	6	Brunei D.	38
3º	Malasia	64	Brunei D.	26	Brunei D	40	Tailandia	57	Tailandia	18	Malasia	53
4º	Tailandia	10	Tailandia	37	Tailandia	72	Indonesia	58	Brunei D.	59	Filipinas	94
		3										
5º	Filipinas	11	Indonesia	38	Filipinas	89	Filipinas	64	Vietnam	99	Tailandia	10
		4									2	
6º	Indonesia	12	Filipinas	59	Indonesia	10	Vietnam	72	Filipinas	10	Indonesia	11
		1				0			8		4	
7º	Vietnam	12	Vietnam	70	Camboya	10	Camboya	93	Indonesia	12	Vietnam	11
		7				8			0		6	
8º	Camboya	13	RPD Laos	81	RDP Laos	14	RPD Laos	98	Camboya	13	RDP Laos	14
		8				4			7		0	
9º	RDP Laos	13	Camboya	88	Vietnam	14	Myanmar	12	RPD Laos	15	Myanmar	15
		8				7		1	9		7	
10º	Myanmar	14	Myanmar	13	Myanmar	16	–	–	Myanmar	18	Camboya	16
		9		9		2			2		0	

Fuente: elaboración propia basada en datos de WEF, The Heritage Foundation, OMC, FMI y Transparency International.

El IDH elaborado por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo clasifica a Tailandia en un nivel medio de desarrollo humano con un valor de 0,69.

En el ICG de 2013-2014, que incluyó 148 economías, el *World Economic Forum* (WEF) clasificó a Tailandia en la posición 37 con un valor de 4,54 (máximo 7), ocupando España el lugar 35. Según este índice, Tailandia es más competitiva que Indonesia, Filipinas, Vietnam, Laos, Camboya y Myanmar.

Figura 7. Evolución de la posición competitiva de Tailandia, 2004-2013

Tailandia ha ido perdiendo competitividad poco a poco (Figura 7), pasando al puesto 37 en 2013.

El WEF considera que Tailandia tiene que solucionar la inestabilidad política, los excesivos trámites y la competitividad local, así como la sanidad pública y la educación. Tailandia presenta unos datos macroeconómicos buenos y continúa mejorando su desarrollo financiero y la eficiencia de mercado, pero su preparación tecnológica es baja para una economía con un nivel de desarrollo medio-alto. La Figura 8 muestra los seis factores que suponen el 77,2% de las dificultades para la competitividad de Tailandia.

Figura 8. Principales dificultades para la competitividad de Tailandia (77,2%)

	%		%
Corrupción	20,2	Ineficacia burocrática	13,4
Inestabilidad del gobierno	16,5	Insuficiente capacidad innovación	7,5
Inestabilidad política	13,5	Inadecuada formación trabajadores	6,1

Fuente: elaboración propia basada en datos del World Economic Forum 2013.

El IEF, elaborado por *The Heritage Foundation*, mide la libertad económica de los países en base a 10 libertades agrupadas en cuatro bloques: (1) compromiso con la primacía de la ley; (2) poder del gobierno; (3) eficiencia de la regulación; y (4) apertura de los mercados. En el índice de 2014, Hong Kong se mantiene como la economía más libre del mundo, seguida de Singapur. España ocupó el lugar 49 y Tailandia el lugar 72 mundial y el 4º de la ASEAN, con una valoración de 63,3.

Dentro del índice, la valoración más baja de Tailandia fue estar libre de corrupción; no obstante, fue mejor que la de Filipinas, Indonesia, Camboya, Laos, Vietnam y Myanmar. Respecto a lo corrupto que es percibido el sector público de un país, Tailandia ocupó la posición 102 en el *ranking* del IPC de 2013, elaborado por Transparency International, obteniendo una puntuación de 35 sobre 100.

El clima de negocios en Tailandia puede medirse con los índices elaborados por el World Economic Forum, ETI, y por el Banco Mundial, EDB. En el ETI de 2014, Tailandia fue clasificada en el puesto 57 por detrás de Singapur y Malasia. España ocupó la 27ª posición. Este índice señala que los factores más problemáticos a la hora de exportar a Tailandia son, principalmente, los costosos procedimientos de importación, las tarifas, la corrupción en la frontera, los altos costes y los atrasos causados por el transporte tanto internacional como local. A su vez, Tailandia ocupa la posición 18 en EDB de 2014, por delante de España, que ocupa la posición 52.

Según la valoración de COFACE del Riesgo País (RP) y del Clima de Negocios (CN), Tailandia obtiene una clasificación A4 en RP, mejor que la de España y de A3 en CN, mejor que Filipinas, Indonesia y Vietnam (Figura 9).

Figura 9. Valoración de COFACE del Riesgo país – Clima de negocio, agosto 2014

	España	Japón	Tailandia	Malasia	Indonesia	Singapur	Filipinas	Vietnam
RP	B	A1	A4	A2	A4	A1	A4	C
CN	A1	A1	A3	A3	C	A1	B	C

Fuente: elaboración propia con datos de COFACE.

Acuerdos de Cooperación y de Libre Comercio

Tailandia es una de las economías más abiertas del mundo pues, según el Banco de Tailandia, su comercio exterior supuso el 144% del PIB en 2013 y el 130% en 2012. Los principales socios comerciales de Tailandia son China, Japón, Emiratos Árabes, Malasia y EEUU.

La UE y la ASEAN comenzaron a negociar un acuerdo comercial de alcance regional pero posteriormente la UE decidió negociar bilateralmente con cada país de la ASEAN con el propósito de salvar las dificultades que iban surgiendo en las negociaciones entre ambas regiones. Así, en 2010 empezó a negociar con Singapur y Malasia, en 2012 con Vietnam y en 2013 con Tailandia con el objetivo de que los acuerdos bilaterales que se vayan alcanzando se consoliden posteriormente en un gran acuerdo comercial entre ambas regiones.

En marzo de 2013 comenzaron las negociaciones entre la UE y Tailandia para conseguir un Acuerdo de Libre Comercio aunque quedaron suspendidas por el golpe de Estado del pasado 22 de mayo. Los capítulos de mayor interés son las compras públicas, los derechos de propiedad intelectual (en especial los medicamentos), la participación extranjera en empresas, el Acuerdo de Protección Recíproca de Inversiones (APPRI), la apertura del mercado de servicios en Tailandia, la liberalización arancelaria en determinados productos (en especial vinos

y bebidas espirituosas) y los obstáculos técnicos al comercio.

Aunque Tailandia alcanzó el nivel de economía de renta media-alta en 2011, sigue siendo beneficiaria del régimen general del Sistema de Preferencias Generalizadas (SPG) durante 2014 al encontrarse en un período transitorio (Reglamento 978/2012). Sin embargo, el 1 de enero de 2015 dejará de disfrutar del SPG que permite que sus productos entren a la UE en condiciones preferenciales, ya que durante tres años consecutivos ha sido clasificada por el Banco Mundial como país de renta media-alta.

Acorde a la Comisión Europea, Tailandia es una de los países más avanzados del Sudeste Asiático, el tercer socio comercial de la UE en la ASEAN y uno de los más importantes destinos de las inversiones directas europeas en dicha zona.

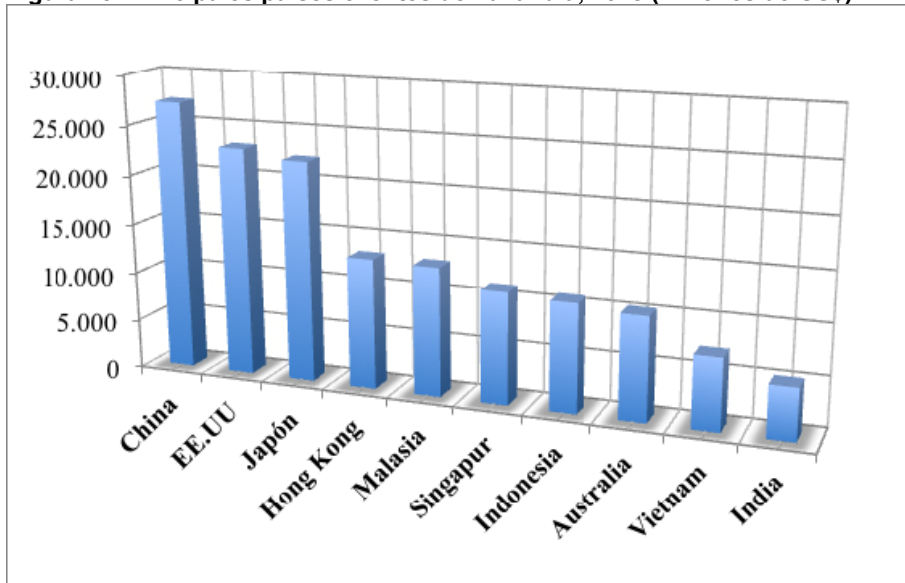
En el marco de la ASEAN, Tailandia tiene firmado un acuerdo de cooperación económica con Japón y acuerdos comerciales de libre comercio con China, Corea del Sur, Australia-Nueva Zelanda y la India. Bilateralmente, Tailandia ha firmado acuerdos de libre comercio con Japón, Australia, Nueva Zelanda, la India y Chile (2013).

Tailandia fue uno de los miembros fundadores del Banco Asiático de Desarrollo (BAsD) en 1966 y, desde entonces, ha recibido fondos para mejorar el sector de la energía principalmente y también para el transporte y comunicaciones, sector financiero, tratamiento del agua y otros servicios e infraestructuras municipales. La asociación del BAsD con el gobierno de Tailandia para el período 2013-2016 se centra en el apoyo al conocimiento e innovación, en fomentar el desarrollo del sector privado y en promover la integración y cooperación regional. En su valoración de diciembre de 2013, el BAsD considera a Tailandia un país estratégico e influyente en la consecución de una mayor integración regional y en el progreso de la cooperación entre los países del sudeste asiático, ya que tiene mucho que ofrecer a la región en relación con su conocimiento y experiencia en el desarrollo.

Relaciones comerciales entre España y Tailandia

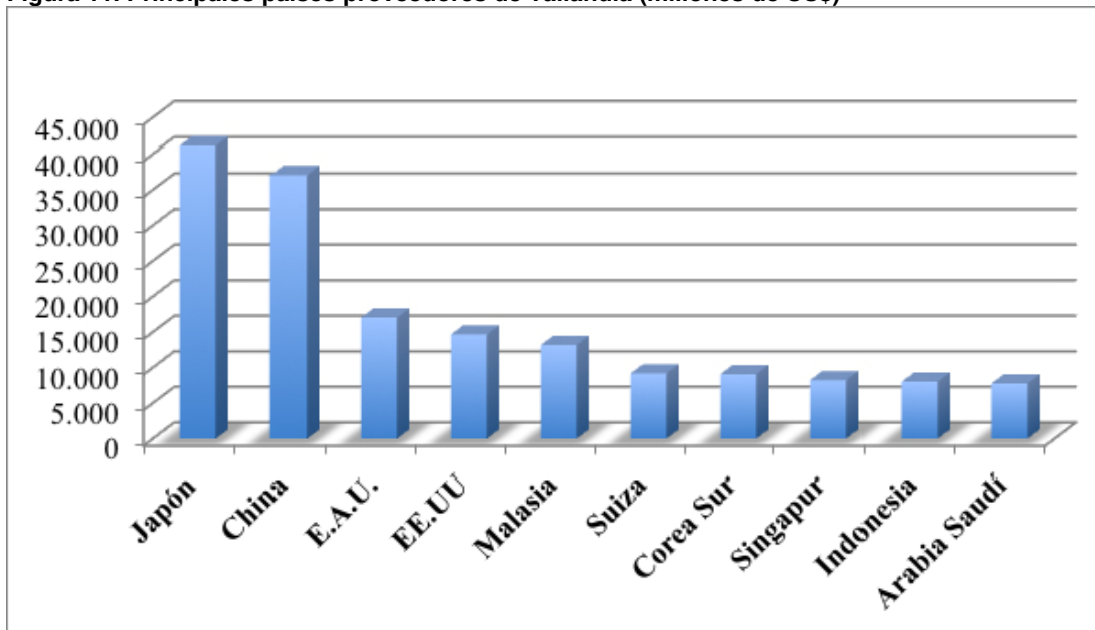
Al igual que los principales socios comerciales de España no son países asiáticos sino de la UE, los de Tailandia tampoco son países europeos sino asiáticos, de Oriente Medio y EEUU. Así, en 2013, las exportaciones de Tailandia se dirigieron en un 62,8% a 10 países (Figura 10), de los cuales ocho son asiáticos. El 25% de las exportaciones de Tailandia son dentro de la ASEAN.

Figura 10. Principales países clientes de Tailandia, 2013 (millones de US\$)

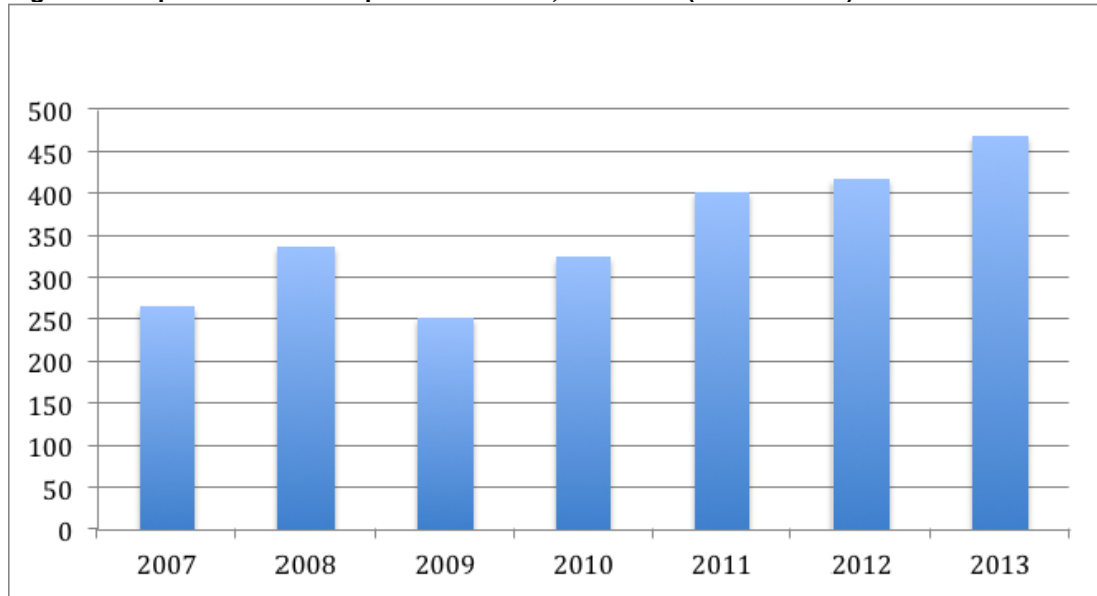


En el mismo año, las importaciones de Tailandia procedieron en un 66,4% de 10 países, de los cuales seis son asiáticos (Figura 11).

Figura 11. Principales países proveedores de Tailandia (millones de US\$)



Según los datos de Aduanas, Tailandia ocupó en 2013 el puesto 53 de las importaciones españolas y el 58 de las exportaciones, siendo el principal mercado en ASEAN de las exportaciones españolas y el país asiático con mayor incremento de las exportaciones de España, con un 12,4%. Ese año las exportaciones a Tailandia supusieron el 2,25% de las exportaciones españolas a Asia y el 18,24% de las exportaciones a la ASEAN. La Figura 12 muestra la evolución de las exportaciones españolas a Tailandia.

Figura 12. Exportaciones de España a Tailandia, 2007-2013 (millones de €)

La Figura 13 recoge la distribución del comercio exterior de España, en el que Tailandia supone el 0,2% de las exportaciones españolas y el 0,3% de las importaciones.

Figura 13. Comercio Exterior España, 2013

	Exportaciones españolas		Importaciones españolas	
	% del total	Var. 2012-2013	% del total	Var. 2012-2013
UE	62,6	4,7	51,5	1,3
Asia	5,6	3,2	13,6	-1,0
ASEAN	1,1	2,1	2,3	-3,2
Tailandia	0,2	12,9	0,3	-6,0

Fuente: elaboración propia basada en datos de Aduanas.

Un sector importante para ambos países es el turismo. En 2013 Tailandia recibió 123.490 turistas españoles, lo que supuso un incremento del 9,23%. Esta cifra sitúa a España como su 30º mercado emisor y representa tan sólo un 2% de los turistas europeos, ya que países como el Reino Unido y Alemania enviaron seis y ocho veces, respectivamente, más turistas en dicho año. La mayoría de turistas que visitan Tailandia proceden de Asia, en especial de China, Malasia y Japón, y más recientemente de Rusia, que se ha convertido en el tercer emisor en tan sólo unos años.

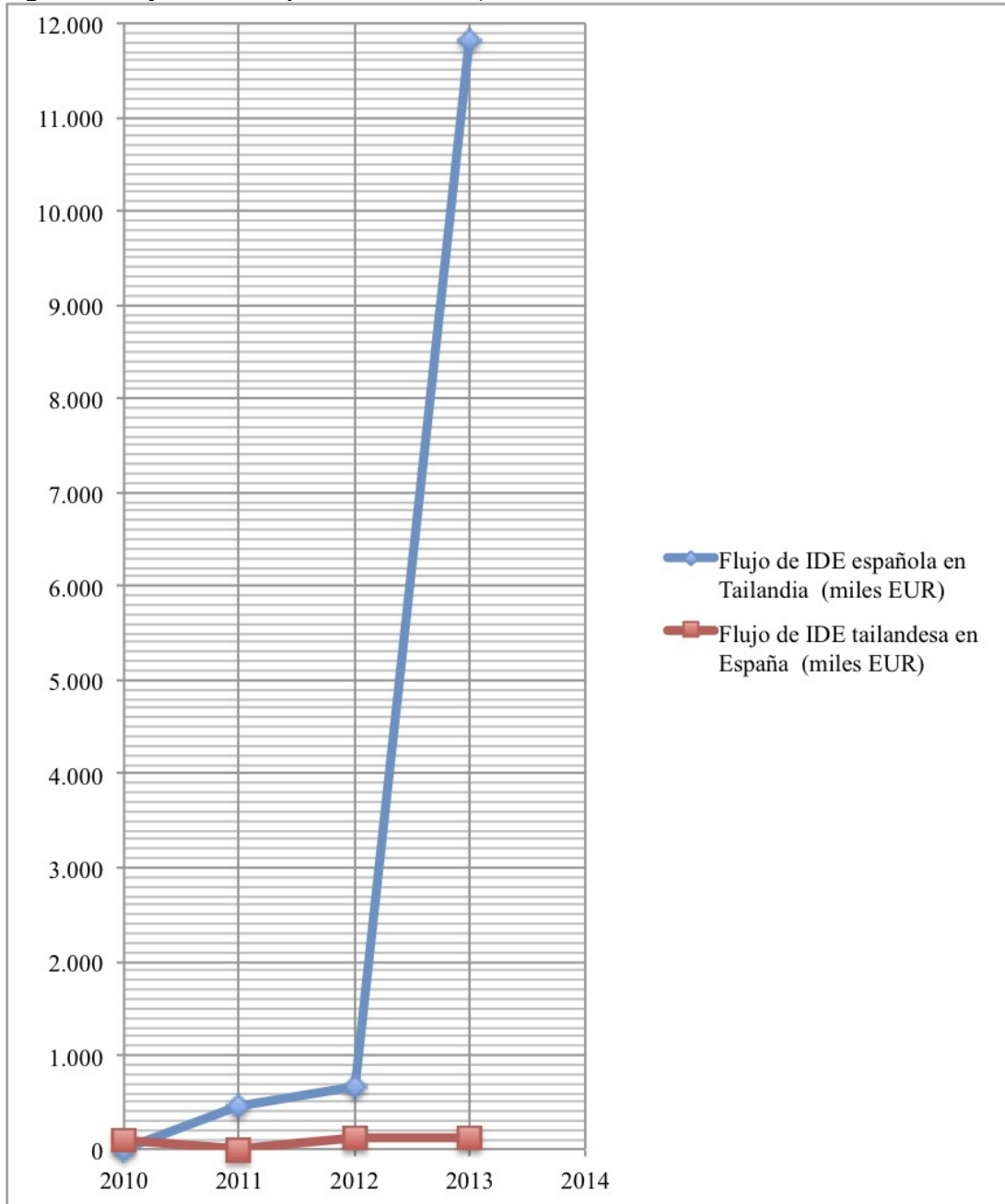
En cuanto a otro tipo de servicios, la presencia de empresas de ingeniería y consultoría en Tailandia es muy limitada.

Inversiones directas entre España y Tailandia

Los flujos de inversión bilateral entre España y Tailandia son muy reducidos y están muy concentrados sectorialmente. Según el Registro de Inversiones Exteriores español, el total de la IDE en 2011 se dirigió a la industria química y el de 2012 se

dirigió al sector de fabricación de vehículos de motor, remolques y semirremolques. En 2013 la IDE española en Tailandia se multiplicó por 17 (véase la Figura 14), dividiéndose entre el sector de la metalurgia, fabricación de productos de hierro, acero y ferroaleaciones y la producción de autopartes. Aproximadamente el 60% de la IDE recibida por Tailandia fue japonesa.

Figura 14. Flujos de IDE española a Tailandia, 2010-2014



Entre 2010 y febrero de 2014, el número de empresas españolas implantadas en Tailandia se ha incrementado de 19 a 21.⁴ De las 19 iniciales, se han mantenido 12,

⁴ Dato del ICEX. Sin embargo, la OFECOME en Bangkok comenta que tiene registradas a 41 empresas españolas

han desaparecido siete y se han creado nueve empresas. La mayoría de las empresas pertenecen al sector industrial y varias de ellas son plantas productivas. Una parte de las empresas españolas instaladas en el país son oficinas comerciales o de representación.

En cuanto a la inversión tailandesa en España, es muy reducida y en 2013 fue de 116.410 euros.

La cultura en los negocios con Tailandia

Siempre es importante comprender la cultura, las normas sociales y la manera de hacer negocios del país con el que se pretenden tener relaciones, pero quizá es imprescindible en el caso de Asia. Por ello, se analizan los factores culturales relevantes a los negocios en Tailandia con el propósito de evitar malentendidos entendiendo las acciones inesperadas de los tailandeses y actuando de una forma aceptable para ellos. El análisis se centra en dos elementos importantes en la vida y negocios de Tailandia que son el rey y el budismo y muestra algunos de los aspectos que se deben tener en cuenta.

Tradicionalmente los tailandeses sienten una profunda estima por su rey y esperan que los extranjeros muestren respeto. El actual rey Bhumibol Adulyadej ha reinado desde 1946, es jefe de las Reales Fuerzas Armadas Tailandesas y defensor del Budismo. A lo largo de los años ha desarrollado el concepto de “Filosofía de la Economía Suficiente”, cuyo significado principal es tener de todo en la cantidad apropiada para vivir, sin carencias y sin excesos. Su aplicación ha servido de guía para el modo de vivir y de actuar de los tailandeses ya que implica valorar las consecuencias de cada acción antes de tomar la decisión de llevarla a cabo y la disposición para hacer frente a los efectos negativos de los cambios externos e internos. Según el informe elaborado por la Cámara de Comercio de Tailandia (CCT), para conseguir esta suficiencia se requiere conocimiento, amabilidad, unidad, rectitud y justicia. Esta filosofía recuerda a los empresarios tailandeses que no deben actuar cuando no estén preparados adecuadamente y que no deben realizar negocios que estén fuera del alcance de sus capacidades.

Aunque no haya unanimidad sobre la aplicación real de esta filosofía, una publicación de la CCT que recoge las opiniones de los máximos responsables de 100 asociaciones empresariales y empresas en Tailandia, muestra como aplican aspectos de esta filosofía en su actividad empresarial.⁵

El Budismo Theravada es la religión principal en Tailandia y, de hecho, siguen utilizando el calendario budista, según el cual el año 2014 es el año 2557. Aunque la Constitución establece la libertad religiosa, el Budismo es practicado por

en Tailandia en diferentes sectores: agroalimentario, bienes de consumo, tecnología industrial, medioambiente y producción energética, industria química, equipamiento médico y servicios. Las 21 empresas son las que han dado su conformidad a la publicación de sus datos.

⁵ *Sufficiency Economy: 100 Interviews with Business Professionals*. Thai Chamber of Commerce, Bangkok, 2010.

aproximadamente el 94% de la población, siendo el 5% seguidores del islam y el resto cristianos, hinduistas y otros.

En las comunicaciones, los tailandeses valoran la jerarquía con respecto a la edad, experiencia y categoría y, así, no suelen debatir ni mostrar desacuerdos en público por la combinación de personas de diversos niveles. Este hecho impide una comunicación fluida en las reuniones formales y requiere que los españoles traten de mantener conversaciones adicionales en otros entornos. Relacionado con lo anterior, y al igual que otros países asiáticos, se debe recordar la importancia de mantener las apariencias, las buenas maneras y la cortesía en situaciones públicas para evitar ofender o dejar en mal lugar a la parte tailandesa.

El autocontrol es considerado un signo de fuerza, por lo que manifestaciones en público de enfado, frustración o excesiva alegría así como levantar el tono de voz son entendidas como inmadurez y poco dominio de uno mismo, lo cual no ofrece confianza a la parte tailandesa. Algunos gestos habituales en España deben ser evitados en Tailandia, tales como apuntar con el dedo o pasar cualquier objeto por encima de la cabeza de una persona, ya sea documentos durante las reuniones o cualquier objeto durante las comidas. Se debe recordar respetar los turnos de intervención sin interrumpir y los silencios.

Establecer una buena relación es una parte fundamental de los negocios y de la negociación en Tailandia y, al igual que otros países asiáticos, el proceso es largo. Las decisiones no se toman rápidamente, desde luego no en la primera reunión, y se debe evitar mostrar signos de impaciencia y discrepancias entre los miembros del equipo español.

Es interesante saber que, además de las fiestas habituales en todos los países como el 1 de enero, en Tailandia también se debe evitar fijar reuniones durante la celebración del antiguo Año Nuevo Tailandés (13-16 abril) y durante el año nuevo chino (enero o febrero).

Así, en Asia en general y en Tailandia en particular, se debe ir con una estrategia elaborada fruto de la investigación y reflexión, hacer un seguimiento frecuente y continuado de las reuniones mantenidas en persona, dar importancia a su concepto de las relaciones personales y aprender a discernir entre lo aparente y lo real.

Sugerencias para potenciar las relaciones de España con Tailandia

A continuación se exponen unas sugerencias para potenciar las relaciones de España con Tailandia, considerando tres facetas a tener en cuenta: (1) sectores de interés para las empresas españolas; (2) aspectos empresariales de los negocios en Tailandia; y (3) apoyos de la administración pública.

Sectores de interés para las empresas españolas

En base al análisis anterior, los sectores más interesantes para las empresas españolas se pueden agrupar en tecnología relacionada con el sector exportador tailandés y en los grandes proyectos de infraestructura.

- **Agroindustria:** Tailandia requiere equipos que permitan cumplir los requisitos sanitarios y de calidad de los mercados de exportación, tales como maquinaria de procesado y envasado, y de refrigeración. Necesita mejorar la calidad de las instalaciones, la alimentación y la sanidad de la ganadería y de la acuicultura. Debe incrementar la productividad de la agricultura mediante maquinaria agrícola más avanzada, tanto para el cultivo de regadío como para el tratamiento posterior a la recolección. Tailandia es uno de los cinco primeros exportadores netos de alimentos a nivel mundial y el mayor exportador de arroz. El *Board of Investment* pretende convertir a Tailandia en “la cocina del mundo”.
- **Industria automovilística:** es muy importante en Tailandia debido a las IDE japonesas, principalmente, ya que se localizan 16 de las principales empresas ensambladoras del mundo. Tailandia exporta el 40% de su producción, siendo uno de los mayores exportadores mundiales de vehículos. El resto es demanda interna, convirtiendo el mercado tailandés de vehículos en el mayor del Sudeste Asiático.
- **Turismo:** Tailandia se encuentra entre los 20 primeros destinos mundiales y Bangkok fue en 2013 la ciudad más visitada del mundo según la revista Forbes. Es un sector prioritario que precisa todo tipo de equipos y productos para hostelería y balnearios ya que Tailandia pretende convertirse en el centro regional del turismo gracias a sus recursos naturales y a las inversiones realizadas en los últimos años con el apoyo del gobierno.
- **Biotecnología:** esta industria es un elemento importante en el plan de desarrollo nacional de la tecnología de Tailandia 2012-2021, con el propósito de transformar Tailandia en el centro de la biotecnología de Asia. Existen más de 165 empresas de biotecnología en áreas tales como la agricultura, la medicina, la industria y el medio acuático.
- **Medicina:** Tailandia se está estableciendo como líder de la región en el sector sanitario, por lo que necesita importar gran parte del equipamiento médico, especialmente el más avanzado para cardiología, neurocirugía y cirugía no invasiva, rehabilitación, laboratorio, cirugía y estética.
- **Servicios:** aunque están relativamente cerrado a las empresas extranjeras, las empresas tailandesas necesitan su cooperación en la ingeniería y consultoría de los proyectos de infraestructura y en la certificación y homologación de alimentos, vehículos y cosmética para la exportación.

Entre los proyectos de infraestructura prioritarios para Tailandia se encuentran los sectores del transporte, la energía y el medioambiente.

Dentro del Plan de Desarrollo Nacional de Infraestructuras 2014-2022 se han aprobado dos proyectos urgentes para la construcción de dos líneas ferroviarias para la circulación de trenes de doble vía con el propósito de poder conectarse con China para el transporte de mercancías. Se tiene previsto que la construcción comenzará a finales de 2015.

Tailandia está intentando promover el uso y la producción de energías renovables, principalmente solar, eólica y biomasa, con el propósito de disminuir su dependencia energética del exterior y conseguir que en 2022 el 20% de la generación de energía proceda de fuentes renovables. El gobierno de Tailandia, junto con el Banco Asiático de Desarrollo y el Banco Mundial, ha creado el *Clean Technology Fund* para la realización de proyectos de transporte urbano, eficiencia energética y desarrollo de las energías renovables.

Aspectos empresariales de los negocios en Tailandia

Una aproximación estratégica es clave para entrar en el mercado tailandés. Se debe analizar la información existente del país y del sector y tomar decisiones antes de viajar a Tailandia para confirmarlas o modificarlas. La mera participación en misiones comerciales no sustituye el trabajo previo necesario.

El modo de entrada debe permitir ofrecer un buen soporte técnico y post-venta, ya que es apreciado por los consumidores tailandeses. Establecer una presencia permanente mediante una oficina comercial reflejará compromiso y generará confianza, pues muchas decisiones de negocios se toman también en base a lo que se percibe.

La información debe ser especialmente verificada antes de establecer una relación comercial, por ejemplo, obteniendo una copia del registro de la empresa tailandesa. Posteriormente, los negocios que se lleven a cabo deben ser supervisados, visitando regularmente a colaboradores y clientes.

La correcta comunicación es importante para evitar malentendidos y, en Tailandia, el uso del inglés es habitual en las grandes empresas pero no en las *pymes* ni en la población. Es adecuado llevar un intérprete que hable el tailandés de la región y que conozca el lenguaje del sector de que se trate, aunque el socio tailandés utilice el suyo.

Se debe tratar de exportar lo que los tailandeses necesitan porque no lo tienen, no meramente lo que la empresa española comercializa. Por ejemplo, diversas industrias tailandesas tienen una baja productividad porque carecen de maquinaria y tecnología para la producción, por lo que hay oportunidades para exportarla desde España.

Desde el año 2005 las compras del gobierno tailandés superiores a los 2 millones de baht (48.260 euros) tienen que realizarse a través de subasta electrónica (<http://www.gprocurement.go.th>) y son anunciadas en dos periódicos locales en inglés, *Bangkok Post* y *The Nation*. Se debe tener en cuenta que, hasta la fecha, Tailandia no ha firmado el Acuerdo de Compras Públicas de la OMC y así, acorde a la OFECOME en Bangkok, mantiene hasta una preferencia de hasta el 7% del precio a favor del ofertante nacional.

Por último, hay que reflexionar sobre los pagos conocidos como *tea money*, que suelen disfrazarse como “honorarios de consultoría”.

Es importante, además, destacar que Tailandia no puede recibir financiación concesional ligada, ya que tiene una renta *per cápita* superior al umbral de los 3.976 dólares.

Apoyos de la administración pública

Los informes comerciales y país son un instrumento importante y deben recoger la información más actualizada y rigurosa posible desde las OFECOME y otras instituciones españolas.

Es importante la creación de una oficina específica para el seguimiento del BASD. Con independencia de los recursos de la administración española, si se tiene un real interés en Asia y en Tailandia en particular, se debería reforzar la representación institucional limitada a la silla española en el BASD.

Habría que constituir en Tailandia una asociación de empresarios españoles que, aunque no sea una responsabilidad de la administración pública, podría ser apoyada desde la misma.

Se debería potenciar el que el personal español destinado en las OFECOME hablara el idioma tailandés para obtener un entendimiento directo propio y no limitado a la contratación de personal local. Lógicamente, no todas las empresas españolas pueden hablar el idioma tailandés, pero los funcionarios destinados deberían tener, al menos, una cierta comprensión del mismo. La comunicación no consiste sólo en traducción.

Aunque existen varias cátedras de español en universidades tailandesas, se debería reforzar la promoción del idioma español en Tailandia para propiciar un mayor acercamiento en los negocios.

Conclusión

Los conflictos y la incertidumbre política no son algo nuevo ni en Tailandia ni en el resto del Sudeste Asiático aunque, en cierta medida, sí es preocupante la actual situación.

Tailandia tiene el objetivo de convertirse en una economía de renta alta que exigirá elevar la productividad no sólo del sector industrial sino también de la agricultura y del sector servicios. Para ello deberá mejorar la educación y las habilidades de los trabajadores, la innovación y la competencia. Esto permitirá reducir la desigualdad entre la renta de las regiones.

Cuando se está en Tailandia se puede ver que sigue siendo un país importante dentro de la región, no sólo por los avances conseguidos sino por su relación con otros países de la ASEAN como principal socio comercial e inversor.

Para finalizar, una última reflexión: los objetivos se consiguen dedicando esfuerzo y recursos. Así, las empresas españolas deberían aumentar el conocimiento de Tailandia dedicando tiempo a informarse, analizar y a realizar viajes empresariales planificados, en lugar de basar sus decisiones en los viajes y ayudas institucionales que son tan sólo una referencia a tener en cuenta.