

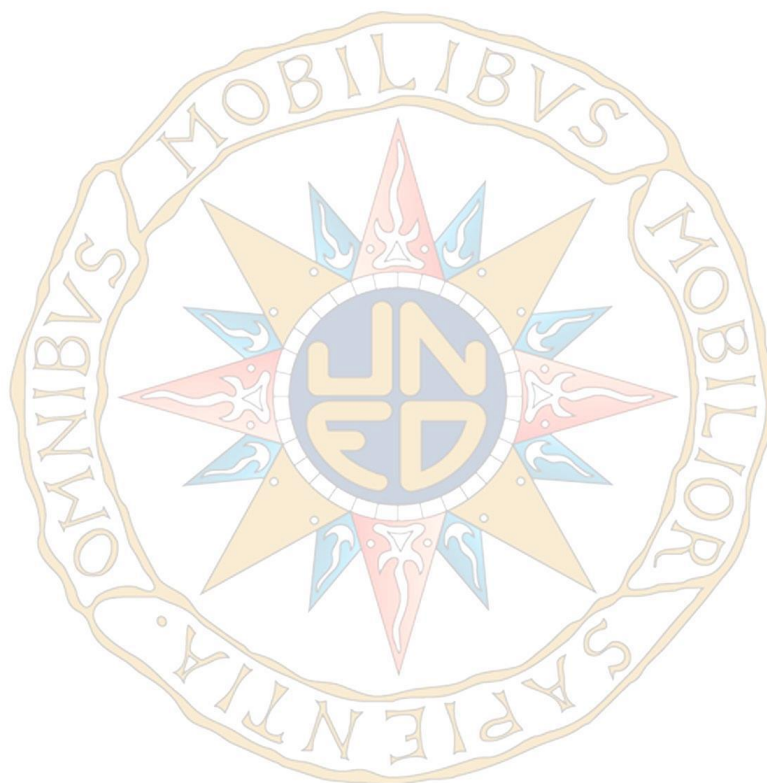
## **TESIS DOCTORAL**

Año 2016

### **LA IMAGEN DE ESPAÑA EN LA ASEAN, EL CASO DE MALASIA Y SINGAPUR, IMPLICACIONES PARA LA SEGURIDAD NACIONAL**

**Manuel Sánchez Cánovas**

Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales  
Master Universitario en Administración de Empresas y Marketing



**Instituto Universitario Gutiérrez Mellado**

Dirigida por D. **Javier Morillas Gómez**,  
Catedrático de Economía Aplicada  
Universidad San Pablo CEU San Pablo, Madrid

Tutor: Don **Miguel Requena y Díez de Revenga**  
Catedrático de Sociología  
Director del Instituto Universitario Gutiérrez Mellado (IUGM)  
Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED)





## TESIS DOCTORAL

Año 2016

### LA IMAGEN DE ESPAÑA EN LA ASEAN, EL CASO DE MALASIA Y SINGAPUR, IMPLICACIONES PARA LA SEGURIDAD NACIONAL

**Manuel Sánchez Cánovas**

Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales  
Master Universitario en Administración de Empresas y Marketing

Instituto Universitario Gutiérrez Mellado

Dirigida por D. **Javier Morillas Gómez**,  
Catedrático de Economía Aplicada  
Universidad San Pablo CEU San Pablo, Madrid

Tutor: Don **Miguel Requena y Díez de Revenga**  
Catedrático de Sociología  
Director del Instituto Universitario Gutiérrez Mellado  
Universidad Nacional de Educación a Distancia



## Agradecimientos

Agradezco encarecidamente a Javier Morillas, académico inteligente y de gran prestigio, que haya tenido la gentileza de supervisar esta tesis, apostando por mi trabajo de forma completamente altruista en tiempo de crisis, cuando las cosas se ponen difíciles que es cuando importa, sin relación previa alguna y atendiendo al interés del proyecto. A mi mujer, Eileen Crawley, por su aporte en el campo de la gestión empresarial asiática, y la enorme paciencia que ha tenido durante el periodo de elaboración de este trabajo. Fueron ocho largos años, a tiempo parcial y sin recursos de ningún tipo (y uno a tiempo total), en los que se ha intentado elevar al Tribunal del IUGM este trabajo, lo que ha significado vivir seis años en Malasia y Singapur, a miles de km de España, así como una multitud de gastos y sacrificios que esperemos hayan servido para algo, concretándose en resultados útiles para España, la motivación última de este estudio. A mi madre, Cristina Cánovas, por su cariño, apoyo y comprensión en momentos de desesperación. Agradezco también la colaboración desinteresada de una variedad de profesionales que han contribuido grandemente a este humilde estudio: al Capitán de Navío Javier Feal Vázquez, Agregado de Defensa en Kuala Lumpur, todo amabilidad, por hacernos ver el gran futuro de las industrias armamentísticas españolas en Asia en el largo plazo; a Ángeles Castaño Cabañas, de Turespaña en Singapur, por su trato, amable y considerado y por lo claras que tiene las perspectivas del turismo español en Singapur; a Manuel Landeta, de Acerinox, profesional estupendo dónde los haya, ex becario del ICEX (ex compañero del doctorando), por su afectividad y respeto; a Nico Fraile Taboada, ex consultor de PWC, por sus puntos de vista sobre Malasia, interesantes y enriquecedores, su gran inteligencia; a Virginia Jiménez, Directora de Internacional de AMETIC (ex becaria ICEX en Tailandia), la mejor ex jefa de las posibles, por su amable colaboración, sólo fue pedirselo; a Manuel Juárez de la Rasilla, de Airbus, por su buena voluntad y apoyo profesional en Malasia; a Eduardo Ortega, por su gracia, simpatía y su gran sentido común; a Leyshack Balar, por las largas conversaciones sobre Malasia, que sirvieron para esclarecer aspectos humanísticos del estudio; a Lisseth Morales y Paco Gago, por abrirnos los ojos sobre dimensiones del Marketing y las RRPP en la Diáspora China; a Fion Soh, por lo cariñosa y aguda, lo bien que conoce la promoción y los productos españoles; a José María López Arenas, por abrirme las puertas de BBVA en Singapur, sin previo aviso y con toda amabilidad, y por tener claro el futuro del sector financiero español en Singapur; a Jordi Salafranca, por su paciencia, sus conocimientos y optimismo, los más profundos, sobre la economía y los negocios de Singapur; a Carmen Calvo, de ABC, por su colaboración desinteresada y sus artículos excelentes sobre Singapur, honestos; a Jordi Maluquer por su tacto y buen conocimiento del Sudeste Asiático; a Carles Cortadas por su sinceridad y precisión sobre Singapur; a Salvador Alarcón y a Jaime Traspaderne de Repsol, por su inteligencia, su madera de grandes hombres de empresa; a Eduardo, del restaurante Binomi, porque estoy seguro se haría millonario si le dieran un presupuesto para promover el delicatessen español en el Sudeste Asiático (un encanto de persona); a Alberto Pérez, por su tiempo y su buen conocimiento del mercado del aceite en Asia (si hay posibilidades, sólo es dinero y paciencia y mucho trabajo, el de Alberto); a Jenny Leung, de Loewe Singapur, por su diplomacia y buena disposición, su cortesía y paciencia. Estoy agradecido a todos estos y a los muchos más que han colaborado con el estudio: a los bibliotecarios de la Biblioteca Nacional de Kuala Lumpur; a la abuelita, encantadora, de la sección de copias de la Biblioteca Nacional de Singapur, y sobre todo a Peter Lim, por tener siempre la cerveza Tiger dispuesta en días largos, calurosos y aciagos en el Coliseum, esa institución, el bar más antiguo de Kuala Lumpur, dónde trata con la misma amabilidad a sultanes, a presidentes y a sus buenos amigos, trabajadores indios de Batu Road. Gracias a vosotros y a otros tantos que han puesto su grano de arena, en lo que se entiende como un trabajo colectivo, imposible sin vuestro apoyo, calor e ideas fructíferas, en el que el arriba firmante sólo escribe las muchas líneas, esperemos no muy pesadas.

# Índice general

## Capítulo I. Marco general e institucional

1. Justificación, metodología y objetivos	p. 1
2. Marco institucional de Malasia	
2.1 En el cruce de caminos de Asia: de la llegada de los europeos a la independencia	p. 19
2.2 El Rey, los sultanes y la política malasia	p. 52
2.3 Las consecuencias de la Nueva Política Económica	p. 70
2.4 Los Derechos Humanos en Malasia, el Islam y la crisis de valores	p. 81
2.5 El sector exterior y el éxito en política económica de Malasia	p. 101
2.6 Evolución de la empresa malasia, padrinos y mercados financieros	p. 116
2.7 Las reformas microeconómicas: privatizaciones y competencia	p. 130
3. Marco institucional de Singapur	
3.1 ¿Es Singapur el "milagro" de Lee Kuan Yew"?	p. 136
3.2 El "milagro económico" de Singapur, en positivo	p. 164
3.3 Desmontando el "milagro económico" de Singapur: productividad y calidad	p. 170
4. La Diáspora China en el Sudeste Asiático y la RP China	
4.1 ¿A qué llamamos Diáspora China en el ámbito empresarial del Sudeste Asiático?	p. 201
4.2 La Guerra Fría: La China "agresiva" y el problema de la doble minoría	p. 208
4.3 La China de perfil bajo y el poder blando chino, 1989-2008	p. 217
4.4 El marco de la política comercial y exterior de Singapur	p. 223
4.5 La rivalidad sino-americana	p. 235
4.6 La China "confiada" del siglo XXI, y el Sudeste Asiático	p. 242

## Capítulo II. Las relaciones económicas de Malasia y Singapur

1. Las relaciones económicas con los EEUU y la UE	
1.1 El análisis de las inversiones extranjeras en Singapur	p. 258
1.2 El análisis de las inversiones extranjeras en Malasia	p. 260
1.3 Las relaciones económicas de los EEUU con Singapur	p. 262
1.4 Las relaciones económicas de los EEUU con Malasia	p. 267
1.6 Análisis de las relaciones económicas de la UE con Singapur	p. 271
1.7 Análisis de las relaciones económicas de la UE con Malasia	p. 275
1.8 El comercio de servicios	p. 279
2. Las Relaciones Económicas con otros países	
2.1 Las relaciones económicas con el Reino Unido	p. 290
2.2 Las relaciones económicas con Francia	p. 298
2.3 Las relaciones económicas con Italia	p. 305
2.4 Las relaciones económicas con Alemania	p. 311
2.5 Las relaciones económicas con Australia y Nueva Zelanda	p. 315

## Capítulo III. Las relaciones económicas de Malasia y Singapur con España

1. Las relaciones económicas de España con Singapur	
1.1 La magnitud de las relaciones comerciales con Malasia y Singapur	p. 325
1.2 Cuenta corriente, Singapur	p. 342
1.3 Cuenta de capital, Singapur	p. 355

2. Las relaciones económicas de España con Malasia	
2.1 Cuenta corriente, Malasia	p. 360
2.2 Cuenta de capital, Malasia	p. 371
3. La distancia cultural	
3.1 Distancia cultural y Diáspora China	p. 377
3.2 El impacto de la cultura malaya contemporánea en Malasia	p. 393
<b>Capítulo IV. La imagen de España en Malasia y Singapur</b>	
1. El estado de la imagen de España a nivel internacional	
1.1 El efecto de la imagen internacional de España en Malasia y Singapur	p. 401
1.2 La imagen de España en el ranking Country Rep Trak	p. 406
1.3 Los rankings Anholt-GfK Roper, HDM e IMD. Posición de España y evolución	p. 428
1.4 La imagen de España en los medios anglosajones	p. 436
1.5 La imagen de España en el Este Asiático	p. 451
2. La imagen de España en Singapur	p. 477
3. La imagen de España en Malasia	p. 500
Conclusiones	p. 512
Lista de símbolos, abreviaturas y siglas.	p. 524
Lista de tablas y figuras	p. 527
Fuentes	p. 530

# Capítulo I. Marco general e institucional

## 1. Justificación, metodología y objetivos

La imagen país de España en el Sudeste Asiático, países con alta distancia geográfica y cultural, es cada vez más importante para los intereses españoles. En la ASEAN, Malasia y Singapur serían dos naciones en la órbita de los intereses occidentales, estratégicas desde el punto de vista económico y comercial en la región por ser la puerta del "Gibraltar de los Estrechos" asiático: cualquier conflicto nacional o internacional de entidad en el Estrecho de Malaca, tendría impactos para el grueso del comercio mundial, por la posibilidad de interrumpir el flujo de mercancías y suministros energéticos entre Europa y Oriente Medio y Asia Extremo Oriental. Destino de ingentes inversiones y el comercio de todas las grandes potencias occidentales y orientales, Malasia y Singapur significan más del 40% del PIB del Sudeste Asiático, y sus niveles de desarrollo económico e institucional son los más altos de la ASEAN. Además, el uso extendido de la lengua inglesa en el ámbito de los negocios en estos países, es el verdadero instrumento para la penetración comercial e implantación españolas en este área geográfica, en la babel de lenguas y mosaico de casi todas las culturas asiáticas que tienen su representación en estos dos países. "*Malasia, verdaderamente Asia*"<sup>1</sup>, reza el slogan publicitario de la marca-país malasia<sup>2</sup>. Nada menos lejos de la verdad: los dos países comparten una larga historia, raíces étnicas y largas relaciones coloniales y post coloniales con Occidente, que facilitan el estudio de las culturas y lenguas asiáticas. Por tanto, son un campo de adiestramiento privilegiado para nuestros profesionales en cargo de la internacionalización en la empresa privada y la diplomacia económica en Asia, prioritarios para un país como España sin grandes lazos en la región desde la pérdida de Filipinas.

La calidad y la intensidad de la imagen-país, son determinantes del poder blando español. Es decir, el cómo persuadir, atraer o influir a los decisores de las potencias extranjeras en lo privado y en lo público para alcanzar objetivos relativos al interés nacional sin utilizar los resortes de poder duro, obviamente inaplicables dada la alta distancia geográfica y los determinantes de potencial económico y de política militar española. Entendemos que esa imagen tiene impactos en nuestras exportaciones a la zona; la implantación española en Asia, y en la financiación de la deuda externa y/o pública y en la inversión extranjera de España. En suma, la imagen país cobra una dimensión estratégica para la seguridad económica nacional en tiempos de crisis económica, y es su componente económico e institucional el fundamental en el encaje del Sudeste Asiático: a partir de él se podrán poner en marcha acciones efectivas en el corto plazo para que mejore la reputación de España y avancen los intereses nacionales.

---

<sup>1</sup> Nota: véase la página Web del Departamento de Turismo de Malasia, sobre la campaña "*Malaysia truly Asia*", en < URL: <http://www.tourism.gov.my/campaigns/view/malaysia-truly-asia>>, (accedida el 03.04.2015)

<sup>2</sup> Nota: a partir de ahora diferenciaremos "malasio", relativo a los ciudadanos de Malasia, frente a malayo (musulmán), relativo a los malayos, los musulmanes que significan el grupo étnico fundamental tanto de Malasia como de Indonesia.



¿Qué razones económicas pueden justificar la puesta en marcha de un estudio de esta naturaleza? La principal sería el papel positivo que juega la internacionalización de la economía española para aliviar los efectos de la reciente crisis económica española y por tanto contribuir a la Seguridad Económica nacional. La contribución neta del sector exterior ha tenido una importancia creciente para contener la caída de los niveles de actividad productiva y empleo durante la crisis<sup>3</sup>. En España habría mejorado notablemente la balanza comercial de 2008 a 2015 y se habría registrado superávit de balanza de pagos en 2015 gracias a la balanza de servicios<sup>4</sup>. Además, es posible que existan mejoras estructurales en nuestra economía detrás del panorama positivo en competitividad y exportaciones<sup>5</sup>. Esto sería así en ausencia de demasiadas opciones en términos de Política Económica: una vez cedida la política monetaria y cambiaria al Banco Central Europeo y con una deuda pública que ya rondaba el 100% del PIB en 2015<sup>6</sup>, la política comercial y de inversiones exteriores se habrían contado entre las mejores opciones para contrarrestar la crisis. Los intentos de contención del crecimiento de la deuda pública y la reciente reforma del mercado laboral españoles<sup>7</sup>, también se entenderían como medidas de ajuste con el fin recuperar la competitividad internacional en el marco de la crisis de la deuda soberana de la Unión Europea, para alentar la inversión extranjera y contribuir a las exportaciones de bienes y servicios. Es decir, tanto la caída de los niveles de actividad como la política económica del Gobierno del Partido Popular, parecen haber estado detrás de la mejora espectacular del sector exterior: las exportaciones españolas habrían aumentado al caer nuestros costes relativos de producción y nuestra demanda de importaciones habría disminuido con la tasa de crecimiento de la renta nacional. Este contexto en el que el sector exterior ocuparía un papel estratégico en la crisis, habría justificado la exploración de las posibilidades que ofrecen mercados asiáticos, tradicionalmente no prioritarios hasta la crisis de 2008, como Malasia y Singapur<sup>8</sup>.

---

<sup>3</sup> Anónimo, "Metodología de elaboración de los índices de tendencia de la competitividad (ITC)", documento de trabajo de la Subdirección General de Evaluación de Instrumentos de Política Comercial, Ministerio de Economía y Competitividad, disponible en línea < URL: <http://www.comercio.mineco.gob.es/es-es/comercio-exterior/estadisticas-informes/paginas/indice-de-tendencia-de-competitividad-asp>>, (accedido el 13.03.2013).

<sup>4</sup> BOLAÑOS, ALEJANDRO, "El petróleo barato prolonga la reducción del déficit comercial. El desfase entre exportaciones e importaciones de mercancías baja un 2,7% hasta octubre", *El País* (Madrid, 22.12.2015): baja el déficit comercial de - 82921 millones en 2008 a -20530 en 2015, en paralelo las exportaciones de servicios lideradas por el turismo, se habrían disparado.

<sup>5</sup> ELORZA CAVENGT, SANTIAGO, "Presentación", n° 3030 monográfico sobre "El sector exterior español", *Información Comercial Española*, Madrid, septiembre-octubre de 2012, 232 páginas, pp. 9-10., Emilio Cavengt es Director de Información Comercial Española, la revista del Ministerio de Economía y Competitividad. En las pp. 57-61 se discute la evolución del ITC español medido por el IPC (la inflación); el IPX (los tipos de cambio entre el euro y otras monedas), y el IVU: para 2012 la menor o parecida tasa de inflación frente a los principales países europeos destino de nuestras exportaciones y la mejora relativa del precio de nuestras exportaciones (IVU), estarían detrás de las mejoras de competitividad. Estos son los datos de 2012, la tendencia se mantiene en 2013. Véase: ANÓNIMO, "España mantiene el crecimiento de sus exportaciones", en *El Exportador*, Madrid, ICEX, 19 de abril de 2013, disponible en la red en <URL: [www.icex.es](http://www.icex.es)> (accedido el 13 de junio de 2013).

<sup>6</sup> Fuente: Instituto Nacional de Estadística, 2016.

<sup>7</sup> ALBI, EMILIO, "La globalización económica como marco de las relaciones internacionales", Madrid, *Información Comercial Española*, n° 285 monográfico sobre "Nuevas Tendencias en Economía y Fiscalidad Internacional", 2006, pp. 9-18. Según ALBI en la página 11: "[...] existe suficiente consenso en la profesión económica de que la disciplina financiera de los Estados en sus cuentas favorece el logro de la confianza de los mercados financieros internacionales o la atracción de inversiones directas. La competencia internacional conduce a buscar mejoras de la productividad, flexibilizar la legislación laboral o a desregular la economía". Emilio Albi es Catedrático de Economía Financiera de la Universidad Complutense.

<sup>8</sup> PEREZ RAPOSO, BEATRIZ, las relaciones comerciales de España con los países objeto de los Planes Integrales de Desarrollo de Mercados (PIDM)", Madrid, Secretaría de Estado de Comercio Exterior, Información Comercial Española, Revista de Economía, n° marzo-abril 2011, pp. 37; 38; 41; 43; 44. Las exportaciones e importaciones a China, Japón y Corea, entre otros son bastante mayores que aquellas a Malasia y Singapur (véase el capítulo III) Lógicamente, es preocupante el rapidísimo ascenso chino tanto en exportaciones como en importaciones. Ni Malasia ni Singapur se consideran países prioritarios para España en los PIDM. Las variantes utilizadas de país prioritario fueron: la ventaja competitiva de las exportaciones españolas; tamaño, crecimiento de mercado; estabilidad de precios; riesgos políticos; distancia geográfica; cuotas de exportación e importaciones en los totales del país; cercanía cultural; ventaja competitiva de

Si bien la internacionalización parece ser uno de los mejores caminos para salir de la crisis económica, habría que preguntarse sobre la naturaleza específica de nuestras relaciones económicas con otras áreas geográficas. Nuestros destinos de exportación están poco diversificados: las exportaciones españolas se concentran en la Unión Europea (66% de las exportaciones en 2012)<sup>9</sup>, un área económica cuyas economías principales también muestran altos niveles de endeudamiento, pirámides de población envejecida y problemas estructurales. Aunque en el corto plazo España hubiera ganado competitividad para con todos países europeos (comunitarios, UE) y las exportaciones se hayan disparado de 2008 a 2012, es posible que en el medio y largo plazo persistan los problemas que retraen su crecimiento, PIB e importaciones: es posible que no vayan a crecer tanto como los extracomunitarios, e incluso decrecer. Finalmente, se registra un aumento espectacular de las exportaciones españolas en 2012 a países extracomunitarios y especialmente a los mercados asiáticos (nuestras exportaciones aumentaron un 20% y nuestras importaciones un 3%), en paralelo al crecimiento de su PIB (de 6 a 9 veces mayor que el crecimiento de la zona Euro)<sup>10</sup>. Por tanto, centrarse en el Sudeste Asiático, Malasia y Singapur en particular, como mercados de destino y diversificación de nuestras exportaciones, así como para la implantación productiva, en principio parece cada vez más interesante para España. Esto es así cuando aparecen muchas oportunidades para el aumento de las importaciones de una variedad de países asiáticos prometedores, para los que Malasia y muy especialmente Singapur, significan un nodo privilegiado, mercado prioritario en la red de relaciones económicas asiáticas. La otra razón para iniciar esta investigación, es la sobreabundancia de estudios sobre las relaciones internacionales de España con países del Extremo Oriente, como puedan ser China, Japón y Corea, en paralelo a nuestros mayores intereses económicos y comerciales, que contrasta con la relativa escasez de estudios sobre países de la ASEAN en general y sobre Malasia y Singapur en particular, en la *Commonwealth Británica*, dónde el Reino Unido es la gran potencia económica europea que compite con España a escala global. Finalmente, está la experiencia en el largo plazo del doctorando sobre el terreno: ex becario ICEX en la Oficina Comercial de España en Malasia en 1998; director de misión comercial a Malasia y Singapur en 2001 como becario de la Secretaría de Comercio en AMETIC (dónde Telefónica es la empresa más influyente), quién fue socio de una consultora de traducción; interpretación, formación y estudios de mercado orientada al mercado español en Malasia y Singapur, en Kuala Lumpur (Malasia), de 2008 a 2015 (*Crawley and Canovas Sdn Bhd*). Además, el doctorando estuvo trabajando en la RP China, en la ciudad de Shanghái y la Provincia de Zhejiang, un año, de 2001 a 2002.

La propuesta de tesis se concreta en estudio exploratorio, que parte de una estrategia de investigación con métodos cuantitativos y cualitativos sencillos, basados en datos secundarios a partir de estadísticas y fuentes documentales; así como datos primarios de entrevistas personales y la experiencia del investigador sobre el terreno. ¿Cuáles son los elementos de esa metodología? Lo primero sería acotar el tema de estudio: No se trata

---

las inversiones españolas; existencia de convenios de doble imposición, acuerdos de protección recíproca de inversiones y otras razones.

<sup>9</sup> AAVV, "Análisis por bloques geográficos del comercio exterior español de mercancías", n° 3030 monográfico sobre "El sector exterior español", Madrid, Secretaría de Estado de Comercio Exterior, Información Comercial Española, septiembre-octubre de 2012, pp. 67-75, 232 páginas.

<sup>10</sup> Fuente: Series de crecimiento del PIB a precios de mercado, por áreas geográficas del Banco Mundial: Véase tb.: PASQUALI, VALENTINA, "World's GDP Growth by Region 2015", Nueva York, en la página de la revista Global Finance, (12.10.2015), (accedida el 1501.2016), en <URL: <https://www.gfmag.com/global-data/economic-data/economic-dataworlds-gdp-growth-by-region> >. La zona Euro de la UE habría crecido a una media anual del 0.7%, de 2006 a 2015, mientras que la ASEAN-5 habría crecido a un 5.2%, y los países en desarrollo de Asia, incluyendo a China, en torno al 8%.

de un estudio exhaustivo del marco institucional o las relaciones económicas de España de o con Malasia y Singapur; ni en profundidad de las minorías de la Diáspora China en esta parte del Sudeste Asiático, ni del posicionamiento estratégico internacional de estos países en términos securitarios ante el ascenso de la RP China en la zona, aunque se trate de todos estos aspectos. El interés fundamental del estudio es evaluar el impacto de la imagen país de España en Malasia y Singapur como posible determinante de las relaciones económicas españolas con estos países.

Atendiendo al propósito, se propone un estudio no ortodoxo, exploratorio<sup>11</sup>, ya que este tipo de estudios multidisciplinares puedan tener ventajas para explicar fenómenos complejos, poco tratados o desconocidos, como son las relaciones económicas e imagen país de España (marca país) en el Sudeste Asiático. El propósito del estudio sería: "[...] *conocer lo que está ocurriendo, buscar nuevas perspectivas y/o evaluar fenómenos ya estudiados desde una perspectiva nueva o bajo una nueva luz*"<sup>12</sup>. En suma, se intenta clarificar la comprensión problemas difíciles de cuya naturaleza no se tiene bastante certeza, en países con gran distancia geográfica, institucional y cultural.

Los puntos de partida filosóficos en esta investigación son el realismo crítico y el pragmatismo: El pragmatismo se entiende como una visión del mundo que surge de las acciones, las situaciones y las consecuencias en lugar de las condiciones precedentes. En lugar de centrarse en los métodos, el investigador pondría el énfasis en el problema central de la investigación, y después utilizará todas las aproximaciones disponibles para comprender el problema. Lo que importaría sería la búsqueda de aplicaciones para la investigación, así como soluciones para los problemas centrales planteados en la misma<sup>13</sup>. Se entiende este como un estudio con una orientación pragmática en pos de los intereses nacionales de España. Además, partiríamos de los fines cognitivos del realismo<sup>14</sup>: ¿Qué entendemos como realismo crítico? Lo que estaríamos experimentando serían sensaciones e imágenes de las cosas en el mundo real y no las cosas directamente. Existiría una realidad social independiente de la mente humana, pero los sentidos nos confundirían con bastante frecuencia. La experiencia humana consistiría en dos etapas: primero, el contacto con las cosas y las sensaciones inmediatas que se derivan de las mismas; segundo, los procesos mentales que siguen operando en nuestra mente durante cierto tiempo después de que las sensaciones se dieran a nuestros sentidos. Si las apariencias pueden engañar a los sentidos, la única forma para conocer lo que ocurre en la sociedad, sería comprender las estructuras sociales que han dado lugar/subyacen a los fenómenos que intentamos comprender<sup>15</sup>. Se supone que lo que vemos o alcanzamos a ver sólo significaría una pequeña parte de una realidad bastante más amplia. Para comprender lo que no vemos, serían necesarios la práctica y los procesos teóricos de las ciencias sociales, lo que nos ayudaría obtener el cuadro de composición general. Por tanto, para que la investigación tuviera un impacto en la realidad social considerada, en el realismo crítico se consideraría la importancia de los estudios a múltiples

---

<sup>11</sup> ROBSON, COLIN, *Real World Research*, 1ª edición, Oxford, Blackwell Publishers, 1995, p. 42.

<sup>12</sup> SAUNDERS, M; LEWIS, P y THORNHILL, A, *Research Methods for Business Students*, Cuarta Edición, Pearson, Harlow, Essex, Reino Unido, Education Limited, 2007 (1ª edición de 1997 en Pearson Professional Ltd., aunque existe otra edición de 1993, utilizada en el estudio), 624 páginas, p. 133.

<sup>13</sup> CRESWELL, JOHN W. *Research Design, Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches*, 3ª edición, Thousand Oaks, California, EEUU, Sage Publications Inc, 2009 (4ª edición de marzo de 2013), 260 páginas, p. 10.

<sup>14</sup> HAUSMAN, DANIEL, "El realismo Crítico y las Teorías de Sistemas Abiertos", Sevilla, Universidad de Sevilla, *Argumentos de la Razón Técnica*, nº 3, 2000, pp. 61-92 ( páginas 63-65 y, sobre el realismo crítico, pp. 71-73)

<sup>15</sup> Op. cit., SAUNDERS, 2007, pp. 101-102.

niveles, en nuestro caso la realidad histórica; política; cultural; económica, empresarial que, por supuesto, van a tener efectos en la imagen-país de España. Cada uno de estos niveles tendría la capacidad de alterar la comprensión inicial que el investigador tiene sobre los fenómenos estudiados: Para captar una realidad social compleja en cambio constante, sería necesario estudiar una variedad de estructuras, procedimientos y procesos, así como sus interacciones.

El estudio parte de dos tipos de objetivos:

1. *El objetivo fundamental que pueda aportar novedad y originalidad* para apoyar la posible utilidad del trabajo de investigación propuesto: Contrastar exhaustivamente la existencia de posibles relaciones causales entre la falta de imagen país de España (desconocimiento de la Marca España) en Malasia y Singapur, y la pequeña magnitud de las relaciones económicas con estos países. Este es el objetivo central del estudio.

2. *Los objetivos accesorios del estudio, no centrales:*

2.a) Iniciar una búsqueda de nuevas perspectivas estratégicas sobre las relaciones económicas españolas y su imagen país en el Sudeste Asiático (en Malasia y Singapur), explorando el marco institucional malasio-singapurense, con especial atención a las comunidades de la Diáspora China.

2.b) Abrir nuevas perspectivas sobre las causas de la pequeña magnitud de las relaciones económicas entre España y Singapur.

2.c) Abrir nuevas perspectivas sobre las consecuencias estratégicas de un posible incremento de las relaciones económicas de España con Malasia y Singapur (pilares del Sudeste Asiático) ante el ascenso chino, en una zona geográfica donde nuestros aliados occidentales en la OTAN han tenido históricamente una presencia crucial, económica y política.

En suma, para alcanzar los objetivos anteriores, el estudio aspirará a ofrecer respuestas a las siguientes preguntas:

A. *Preguntas fundamentales (grueso de la investigación):*

A.1 ¿Son de "pequeña magnitud" de nuestras relaciones económicas en relación con las de nuestros aliados y competidores principales en la esfera de la OTAN, SEATO (Nueva Zelanda y Australia)?

A.2 ¿En qué medida la pequeña magnitud de las relaciones económicas sustantivas de España con Malasia y Singapur responderían a una ausencia de imagen país?

B. De forma accesorio, el estudio intentará sugerir nuevas respuestas o abrir nuevas líneas de investigación para las siguientes *preguntas de importancia secundaria, no centrales para el estudio:*

B.1. ¿Es deseable intensificar las relaciones económicas españolas (y por tanto nuestra dependencia) con países como Malasia y Singapur? ¿Es deseable poner en marcha estrategias de promoción de las exportaciones e inversiones españolas?

B.2. ¿Es factible intensificar estas relaciones económicas? Dados los profundos desequilibrios de la economía española llegó a experimentar en su balanza de pagos, en las postrimerías de la crisis económica que comienza

en 2008<sup>16</sup>: ¿existen mercados de exportación; posibilidades sustantivas de inversión y/o alternativas a la financiación de las empresas y AAPP españolas con capitales del Sudeste Asiático en Malasia y Singapur?

B.3. ¿En qué medida esta ausencia de relaciones económicas responde a una falta de estrategias de promoción de la imagen país en estos países? ¿Existen otras causas explicativas de unas relaciones económicas de pequeña magnitud?

B.4. Ante el ascenso de la RP China en una zona geográficamente estratégica ("*Estrecho de Gibraltar de Asia*") bajo la influencia de nuestros aliados, las potencias occidentales: ¿Existe un coste de oportunidad político de no intensificar las relaciones económicas de España con estos países, pilares de la ASEAN?

El estudio combinaría una aproximación inductiva con otra de inspiración deductiva, con la experiencia personal del doctorando en Malasia y Singapur. La aproximación inicial al estudio es de tipo inductivo, de los datos a la teoría, e intenta poner la imagen país y las relaciones económicas en/con Malasia y Singapur en su contexto nacional e internacional. Se evaluarán datos secundarios de tipo cuantitativo y cualitativo a través del análisis textual de monografías, informes y artículos a la nueva luz de los objetivos y preguntas del estudio. Se definirán las siguientes categorías abiertas de mayor o menor, mejor o peor imagen país (IP); oportunidades de exportación e inversión (OP); riesgo político (RP); riesgo económico (RE), riesgo securitario (RS) y barreras culturales (BC).<sup>17</sup>

Primero. Se buscarán datos secundarios sobre la imagen país de España en Malasia y Singapur (capítulo IV) que puedan contribuir al objetivo central del estudio indirectamente: relacionar la imagen país con las relaciones económicas. Al existir muy pocas fuentes específicas sobre el tema, se pretende tener un cuadro de composición muy general de lo que se sabe de la imagen de España; de esta en Asia y en los países anglosajones, y como pueden influir en la imagen de España en Malasia y Singapur. Se parte de los datos cualitativos de gran interés a efectos comerciales, en las secciones de "*Percepción del Producto Español*" de los informes, estudios de mercado y notas informativas, que las Oficinas Comerciales de España en el extranjero elaboran sobre un conjunto específico de sectores españoles, que incluyen las deducciones de becarios y analistas de mercado sobre el mercado del producto español en el mercado de destino por determinados sectores de actividad económica específicos (IP, OP). Además se utilizará una muestra de informes españoles y extranjeros.

Después, para aventurar posibles respuestas o líneas de investigación sobre la factibilidad o la deseabilidad de unas relaciones económicas más intensas con Malasia y Singapur, en el capítulo 1 se re evaluará una muestra selecta de la abundante literatura académica pre existente sobre las dimensiones que afectan a estas relaciones económicas. Es decir, se buscarán datos secundarios cualitativos y cuantitativos sobre el marco institucional (historia; política, economía,), así como de las comunidades de la Diáspora China de Malasia y Singapur, las élites malayas (musulmanas) de Malasia y su cultura. Adicionalmente, se buscarán datos sobre el ascenso chino en el Sudeste Asiático, la política exterior malasio-singapurense y las consecuencias securitarias,

---

<sup>16</sup> Fuente: Balanza de pagos del Reino de España, Banco de España 1994-2011. Instituto Nacional de Estadística (Estadísticas de PIB; desempleo; deuda de las AAPP y Balanza de Pagos en el periodo 2004-2011).

<sup>17</sup> GARCÍA LLAMAS, JOSE LUIS, Métodos de Investigación en Educación, Volumen II, Investigación Cualitativa y Evaluativa, 1ª edición, Madrid, UNED, 2003, 365 páginas, p. 163.

políticas y económicas de los mismos en el "*Estrecho de Gibraltar Asiático*" (OP; RP, RE y RS). Los datos organizados por categorías, se analizarán a la luz de los objetivos de interés secundario para el estudio recogidos en las preguntas B1; B2, B3 y B4<sup>18</sup>

En principio parecería tanto más factible y deseable establecer unas relaciones económicas más intensas con Malasia y Singapur, cuanto mejor (calidad) y mayor imagen país (conocimiento); mayores oportunidades económicas y de negocio; menores riesgos políticos, económicos, securitarios y menores barreras culturales (preguntas B1, B2). El análisis se realizará principalmente (pero no exclusivamente) triangulando e interpretando las percepciones de especialistas de las principales universidades especializadas en estudios del Sudeste Asiático, locales o extranjeras, así como consultores e investigadores en instituciones o grupos de expertos en las fuentes documentales y, por humildad científica, cualesquiera fuentes de valor, así como las impresiones y experiencias personales subjetivas sobre el terreno. Todo esto en la búsqueda de pautas que permitan aventurar posibles respuestas a las preguntas del estudio. El criterio para evaluar los datos organizados por categorías abiertas será la presencia de evidencias, su frecuencia, coherencia interna y calidad descriptiva.

Paralelamente, se pone en marcha un *proceso de investigación deductiva* en los capítulos 2 y 3: Una búsqueda de datos secundarios y primarios para intentar alcanzar el objetivo central de la investigación, indagar sobre el posible impacto de nuestra imagen país en la naturaleza de nuestras relaciones económicas y viceversa (ofrecer respuestas a las preguntas A1 y A2), y sugerir posibles oportunidades para la empresa española (pregunta B2). Se parte de cinco de las seis etapas secuenciales según *Bryman y Bell*<sup>19</sup>: 1ª, teoría considerada; 2ª, formulación de hipótesis; 3ª, obtención de datos; 4ª, resultados del análisis de datos (obtención de resultados), y 5ª, confirmación o rechazo de la hipótesis iniciales.

1ª Teoría considerada (*véase más adelante, al final del epígrafe*)

2ª Formulación de hipótesis:

Se deduce una *Hipótesis central* de la teoría considerada (entendida como proposición contrastable sobre la relación causa-efecto entre dos conceptos o variables). En la construcción de la hipótesis central se diferenciará entre variable dependiente e independiente. Se busca probar una relación espuria: Se entiende que la variable independiente puede ser una de las múltiples causas<sup>20</sup> de la dependiente, y que la variable dependiente puede ser atribuida a la interacción de más de una variable<sup>21</sup>:

a. La variable independiente:

*"Las relaciones económicas de España con Malasia y Singapur son de pequeña magnitud".*

b. La variable dependiente:

*"España tiene "poca" imagen país en Malasia y Singapur (desconocimiento de la Marca España)".*

---

<sup>18</sup> Op. cit., SAUNDERS, 2007, p. 87.

<sup>19</sup> BRYMAN, ALLAN y BELL, EMMA, *Business Research Methods*, segunda edición, Oxford, Reino Unido, Oxford University Press (2003), 786 páginas, p. 11, y op. cit. SAUNDERS, 2007, p. 117.

<sup>20</sup> HAUSMAN, DANIEL, "El realismo Crítico y las Teorías de Sistemas Abiertos", Sevilla, Universidad de Sevilla, *Argumentos de la Razón Técnica*, nº 3, 2000, pp. 61-92. páginas 63-65.

<sup>21</sup> ROSELLE, LAURA y SPRAY, SHARON, *Research and Writing in International Relations*, 1ª edición, Harlow, Essex, Reino Unido, Pearson Education Inc., 2008 (existe una segunda edición internacional de 2011), 162 páginas, pp. 11-13.

c. Luego la Hipótesis propuesta

(La relación supuesta entre variable independiente y dependiente):

*"La pequeña magnitud de las relaciones económicas de España con Malasia y Singapur es una de las causas de la "poca" imagen país de España en Malasia y Singapur (desconocimiento de la marca España)".*

3ª. Obtención de datos:

Primero, se buscarán *datos secundarios* de naturaleza económica<sup>22</sup>, generales para contrastar la variable independiente de la hipótesis en balanzas de pagos; compendios estadísticos; informes económicos, monografías y artículos que incluyan datos fundamentalmente cuantitativos. La variable independiente de la hipótesis se puede medir en términos de datos secundarios cuantitativos operacionales: estadísticas de indicadores económicos principales macroeconómicos como son las exportaciones; importaciones; ratios de inversión recíproca; con Malasia y Singapur desde/hacia España y otros países occidentales. Se utilizarán, de forma puntual indicadores microeconómicos.

4ª. Resultados del análisis de datos (obtención de resultados):

El análisis de los datos cuantitativos estadísticos de tipo secundario, se realizará utilizando ratios aritméticos (porcentajes; tasas de crecimiento, ratios y otros procedimientos); así como procedimientos sencillos de estadística descriptiva (medias y desviaciones típicas poblacionales)<sup>23</sup>. Se procederá al análisis de indicadores seleccionados en una serie temporal de cinco años en los datos relativos a la cuenta corriente y la de capital en Malasia y Singapur. Segundo, y para contestar la pregunta sobre la magnitud de las relaciones económicas españolas, se establecerán comparaciones de magnitud o tendencia de los datos españoles con los de una muestra de países occidentales con intereses en Malasia y Singapur, el peso relativo del comercio español en Malasia y Singapur en relación a su comercio regional e internacional. También se contrastan estadísticamente las relaciones económicas españolas a escala mundial y regional con las establecidas con Malasia y Singapur. Se intentarán identificar tendencias generales, o ausencia de las mismas en el comercio e inversiones españoles, y relacionarlas de forma no exhaustiva con las de nuestros competidores. Todo esto con especial atención a los sectores de exportación e inversión de los países aliados occidentales que compiten en los mercados malasio y singaporense con España. Esto puede servir tanto para desentrañar si nuestras relaciones económicas, de pequeña magnitud, son o no escasas con relación a nuestros competidores (pregunta A1), como para abrir nuevas líneas de investigación para saber si es factible que lo fueran más intensas (pregunta B2). La utilidad fundamental de este ejercicio es que el estudio comparativo permite una perspectiva de los intereses de España a la luz de los resultados del estudio inductivo.

Los informes económicos nacionales e internacionales, así como capítulos concretos en monografías específicas sobre las relaciones económicas de Malasia, incluyen datos cualitativos y cuantitativos que pueden ayudar a desentrañar si existe o no una relación entre imagen país; presencia de España en la región y relaciones

---

<sup>22</sup> Op. cit., SAUNDERS, 2007, p. 145.

<sup>23</sup> GHAURI, PERVEZ y GRØNHAUG, KJELL, "*Research Methods in Business Studies*", Harlow, Essex, Reino Unido, Prentice Hall, 2005 (tercera edición), 255 páginas, capítulos 10 y 11.

económicas españolas. Además, pueden permitir aventurar líneas de investigación sobre posibilidades económicas futuras para los intereses españoles (pregunta B2), especialmente si se comparan los informes de otros países occidentales con una intensa presencia en Malasia. Se utilizarán los documentos de las oficinas comerciales españolas, así como otros de la Unión Europea; la ASEAN; la Embajada de los EEUU; las Cámaras de Comercio Internacionales; embajadas de países e instituciones multilaterales (Banco Mundial, FMI, NNUU).

Paralelamente, se buscaron datos primarios sobre la imagen país de España y sus relaciones económicas, cualitativos, a través de dos rondas de entrevistas personales semi-estructuradas en profundidad, in situ en Malasia y Singapur, y cuestionarios. Dada la naturaleza compleja de los fenómenos examinados, centradas en la imagen país<sup>24</sup> se intentó diseñar unas preguntas lo más sencillas y claras posibles en el mismo cuestionario utilizado tanto para entrevistas o para ser enviado. Los cuestionarios incluían 4 preguntas gradadas (tres de 0 a 100% y una de 1 a 3) sobre imagen país, además de otras preguntas abiertas en las que el entrevistado o encuestado podía expresar sus opiniones sobre la imagen de España y las relaciones económicas españolas con los dos países. Los resultados sobre las cuatro primeras preguntas se presentarán de forma anónima, y sólo se indica la profesión del entrevistado<sup>25</sup>. Las entrevistas se realizaron de forma espaciada, de 2012 a 2015, de forma gradual y sin un plan prefijado: el investigador fijó su domicilio cerca de Kuala Lumpur, y se desplazó periódicamente a la carísima Singapur, a 4 horas de distancia para realizar entrevistas, por ser los centros económicos más importantes de los dos países.

Se seleccionó una muestra no aleatoria, entre aquellos que por sus actividades profesionales, empresariales o docentes podrían tener la mayor proximidad y conocimientos sobre la imagen "comercial" de España en Malasia y Singapur, privilegiando a aquellos relacionados con el ámbito empresarial con alcance internacional<sup>26</sup>. El propósito exploratorio del estudio; el pequeño tamaño tanto de los intereses españoles como de la comunidad de hombres-mujeres de negocios y profesionales en el momento del estudio, así como la existencia de indicios, a priori, de que España no es bien conocida por el público en general de estos países, determinaron la opción cribar una muestra reducida no aleatoria de expertos<sup>27</sup> quedándonos con 18 personas por país (36 en total). Nuestro punto de partida fue evaluar una muestra de expertos españoles y otra de malasio-singapurenses que sirvieran de contraste a la muestra inicial más amplia. Sin embargo, tras contactar con una pléyade de empresas asiáticas (casi 300), nos encontramos con grandes reticencias entre los asiáticos a la hora de participar en el estudio por razones culturales ante el momento de crisis que vivía España: la "face" asiática, lo que confirma los resultados sobre baja intensidad de la imagen española en Malasia. Además, el investigador carecía de los ingentes recursos económicos (de su bolsillo) para concitar la "guanxi" a muy alto nivel, para ser considerado de interés por las grandes empresas chinas<sup>28</sup>. Aunque casi ninguna institución o empresa española mostró reservas a publicar resultados dada la delicada situación en el ámbito de libertades en Malasia y Singapur, no se utilizaron los resultados de todos aquellos entrevistados, excluidos de la encuesta, que mostraron alguna reserva, por muy pequeña que fuera, a publicar sus propias opiniones: se entrevistó a 71 personas y al final se optó por considerar resultados gradados anónimos para sólo 36 personas. Por otra parte y

---

<sup>24</sup> Op. cit. GHOURI, PERVEZ y GRØNHAUG, KJELL, 2005, pp. 129-131.

<sup>25</sup> Véanse las tablas 97 en el epígrafe IV.4.2 y la 100 en el epígrafe IV.4.3.

<sup>26</sup> Véanse las tablas 98 en el epígrafe IV.4.2 y la 101 en el epígrafe IV.4.3.

<sup>27</sup> Op. cit., SAUNDERS, 2007, p. 230.

<sup>28</sup> Véanse los epígrafes III.3.1 y III.3.2, sobre la distancia cultural.



aunque también fueron entrevistados, se excluyó deliberadamente de la encuesta a 2 Embajadores y 2 Consejeros Comerciales de España en Malasia y Singapur, y al representante de la Cámara de Comercio de España en Singapur (cuatro de ellos entrevistados en profundidad). Se optó por esta solución, lo más diplomática posible, puesto algunos ya fueron previamente entrevistados sobre el tema de estudio en medios y revistas como la Revista *El Exportador*, del Instituto Español de Comercio Exterior, fuentes secundarias públicas disponibles en la Internet y otros soportes ya publicados, luego se utilizaron estas valoraciones en lugar de los resultados de las entrevistas.

La codificación en las primeras cuatro preguntas del cuestionario permite aplicar métodos estadísticos sencillos para las preguntas relativas a las dimensiones de la hipótesis central (objetivos centrales) del estudio deductivo e inductivo. El análisis de los datos primarios cualitativos de naturaleza interpretativa, será lógicamente intuitivo, subjetivo y partirá del bagaje teórico utilizado en el estudio descrito más adelante, ya que según Ghauri y Grønhaug<sup>29</sup> "[...] los datos tienen más sentido si se usan conceptos, perspectivas o teorías". Por tanto, se pondrá especial atención en comprender los conceptos, ideas o términos comunicados por un informador en sus propios términos. Es decir "*traduciendo*" lo que el informador dice, a sus ideas y su entendimiento. Esto presupone la búsqueda de correspondencias entre las experiencias y la comprensión del informador y el investigador. También se intentará representar el significado y experiencias de los informadores para formar pautas coherentes, identificando temas unificados en los relatos: se buscarán pautas generales y analizarán divergencias<sup>30</sup>

#### 5ª Confirmación o rechazo de las hipótesis iniciales.

El objetivo central del estudio inductivo, el estudio de corte deductivo y las entrevistas y cuestionarios es contrastar las hipótesis centrales del estudio deductivo (objetivo central de la metodología). Se supone que esto no sólo será posible desde los resultados del análisis meramente cuantitativo, si no que el análisis cualitativo puede dar profundidad, riqueza y sentido para contrastar estas hipótesis.

**Teoría considerada:** Una primera aproximación a las cifras sobre el comercio exterior español y las inversiones de España con/en Malasia y Singapur muestra unas magnitudes bastante pequeñas. A primera vista, no parece difícil encontrarle explicación por razones históricas, de distancia geográfica; cultural e institucional<sup>31</sup>. Si esto fuera verdad, ¿por qué nuestras relaciones con países del Este de Asia<sup>32</sup> han crecido bastante y son de bastante mayor magnitud que las que España tiene con Malasia y Singapur cuando las

<sup>29</sup> Op. cit. GHOURI, PERVEZ y GRØNHØAUG, KJELL, 2005, capítulos 10 y 11.

<sup>30</sup> Ibid., 2005, página 212.

<sup>31</sup> LÓPEZ DUARTE, CRISTINA, "La influencia de la distancia cultural en el proceso de crecimiento internacional: ¿Una cuestión de paradigma?", n.º 856 monográfico sobre "Factores Culturales e Internacionalización", Madrid, Secretaría de Comercio Exterior, Información Comercial Española, Revista de Economía, septiembre-octubre, 2010, pp. 21-40. En este artículo se consideran los modelos de Hofstede; el de Schwartz y el Modelo Global. En el estudio realizado sobre una muestra de empresas españolas, los resultados agregados sobre distancia cultural difieren bastante dependiendo del paradigma utilizado. La correlación, mayor o menor, entre distancia cultural y modalidades de internacionalización de las empresas españolas en el extranjero cambiaría con los dimensiones de la cultura y las naciones considerados en cada modelo de partida (los modelos de Hofstede; el de Schwarz o el Global). Por ejemplo, en el modelo de Hofstede, que utilizaremos en este trabajo de investigación, una de las dimensiones de la distancia cultural sería "*la distancia de poder*", o sea el "*grado en el cual una sociedad acepta la distribución desigual del poder en instituciones (familia, comunidad...) y organizaciones o lugares de trabajo*". Sin embargo, en el modelo de Schwartz, la dimensión más próxima es la de "*igualdad*" que es el "*grado en el que los individuos son reconocidos como moralmente iguales, fomentando valores como la igualdad, la justicia, la responsabilidad y la honestidad*". En un caso se habla de aceptación y en otro de reconocimiento, luego se parten de supuestos distintos.

<sup>32</sup> Op. cit. PÉREZ RAPOSO, BEATRIZ, pp. 37; 38; 41, 43 y 44.

distancias son más grandes? Por tanto, ¿existen teorías o puntos de partida en la ciencia social que permitan sugerir vínculos entre conceptos como la imagen país, marca país, y las relaciones económicas entre naciones, o que induzcan a pensar que es factible o deseable que estas relaciones económicas pudieran ser más intensas?

Desde la Economía Internacional<sup>333435</sup> y para explicar los beneficios del comercio entre las naciones se parte de la tecnología: La teoría de la especialización por la ventaja comparativa de las naciones de *Ricardo* en función de la tecnología, la productividad de los factores y los costes relativos internacionales de los mismos. La *Teoría del Coste de Oportunidad* es un paso más adelante, expresado en términos gráficos más realistas, en función de la Frontera de Posibilidades de Producción, bajo el supuesto de costes marginales decrecientes de producción; curvas de indiferencia utilitaria en el consumo y la Frontera de Posibilidades de Consumo. Estos modelos se pueden expresar en función del coste medio unitario<sup>36</sup>: Cada país se especializará en la producción y exportación de productos y servicios de aquellos sectores en los que se cuente con menores costes medios unitarios reales relativos a la competencia internacional<sup>37</sup>. Además, tenemos en cuenta el *Modelo Hecksler-Ohlin* intenta explicar las razones del comercio internacional, a partir de las diferencias en los costes y precios relativos de los factores productivos en los países. Este modelo, controvertido (por ejemplo, no habría podido ser contrastado para el caso de EEUU, la *Paradoja de Leontiev*), pueda explicar bien por qué Canadá le compra petróleo a Arabia Saudita, y aquella exporta maderas nobles a Canadá; el movimiento internacional del trabajo y el capital o la tendencia a la igualación a nivel internacional de precios y costes de los factores. Sin embargo, podría explicar que China exporte monitores de ordenador a EEUU desde el clúster de Shenzhen (intensivos en trabajo menos cualificado), y que, p. ej., EEUU exportare diseños de procesadores de última generación para microordenadores desde Silicon Valley, en California a la RP China (intensivos en trabajo muy cualificado), teniendo en cuenta de que el grueso del comercio internacional es interindustrial, intramultinacionales (EMs) y centrado en los bienes de capital. Sin embargo, al no considerar el supuesto de que existan diferentes tecnologías en diferentes países los resultados no son consistentes<sup>38</sup> (un país intensivo en trabajo puede contar con una tecnología que ahorra capital muy competitiva, luego exportaría el bien intensivo en capital independientemente de su dotación relativa de factores).

Los modelos clásicos sobre el comercio internacional son fáciles de refutar, dado lo simplificado de sus supuestos pueda ser adecuado centrarse en la Economía de la Empresa: Lógicamente, los beneficios para España estarían relacionados con la exportación de productos e inversión exterior de las empresas españolas, y el

---

<sup>33</sup> KRUGMAN, PAUL y OBSTFELD, MAURICE, tercera edición en español, *Economía Internacional, teoría y política*, Pearson, Aravaca, Madrid, 1995 (varias ediciones, Addison & Wesley, 2012), 962 páginas, p. 4; pp. 95-96 y 105-112.

<sup>34</sup> GONZALEZ BLANCO, RAQUEL. "Diferentes teorías del comercio internacional", n° 858 monográfico sobre "Tendencias y nuevos desarrollos de la teoría económica", Madrid, Secretaría de Estado de Comercio, Información Comercial Española, Revista de Economía, enero-febrero 2011, pp. 103-118.. La teoría de Ricardo contaría con una constatación empírica reciente (en p. 105).

<sup>35</sup> Las teorías sobre el comercio internacional del artículo de Raquel Gómez Blanco (véase nota anterior), se explican con detalle en el manual op. cit., KRUGMAN y en CHACHOLIADES, MITRIADES, *The Pure Theory of International Economics*, 2007, 450 páginas. La primera edición de este libro es de 1973. Existe la 2ª edición española en castellano de 1994: CHACHOLIADES, MITRIADES, *Economía Internacional*, Madrid, McGraw Hill, 1994.

<sup>36</sup> Nota: el coste unitario se obtiene dividiendo la productividad media por trabajador hora en valor de intercambio expresado en dólares, por su salario por hora.

<sup>37</sup>MORRISON, WAYNE M., "Is China a Threat to the US?", Washington, Servicio de Investigación del Congreso de los EEUU, 2007, 59 páginas, pp. 32-34, disponible en < URL: <http://www.fas.org/sgp/crs/row/RL33536.pdf> >. Este informe expone la contrastación del modelo aplicado al comercio entre la RP China y los EEUU, pre 2008.

<sup>38</sup> Op. cit., GONZALEZ BLANCO, RAQUEL, 2011, pp. 103-117. El Teorema de Samuelson en pp. 108-109.

volumen de las rentas apropiadas por las mismas por ciudadanos españoles residentes en España y la Hacienda Pública española. ¿Qué soporte teórico consideraríamos para justificar o la internacionalización de nuestras empresas, dado que son las empresas las que compiten y no sólo las naciones? Cada empresa es un mundo, instituciones heterogéneas con diferentes capacidades para la exportación; capital humano, físico y tecnológico, que determinan su competitividad a nivel nacional e internacional así como su capacidad de supervivencia<sup>39</sup>. El mercado global permite a las empresas acceder a: consumidores; a información sobre precios; costes, productos; recursos humanos; financieros y naturales, así como a conocimientos y tecnologías en todo el mundo. Jugar en "estadios" de "Primera División", como Malasia y Singapur, significaría aprendizajes en todas las áreas funcionales de la empresa, lo que puede tener un impacto competitivo en la propia estructura productiva y la oferta agregada productiva del país de origen, su productividad y sueldos reales. Inversamente, y siguiendo a Porter<sup>40</sup>, exportar o realizar inversiones directas puede suponer acceder a mercados en fuerte crecimiento con menor intensidad competitiva, mayor demanda y mayores márgenes comerciales; o donde se carece de producción nacional; las industrias de soporte; los inputs estratégicos necesarios o existe una desventaja en términos de dotaciones de factores, tecnología y organización. Esto engarza con el modelo de ciclo de producto y la deslocalización de la producción de productos maduros de bajo margen de beneficio en los países desarrollados a los países en desarrollo. Finalmente<sup>41</sup>, la diversificación de mercados protege a un país de una mala coyuntura económica en el mercado nacional: es bueno "*no poner todos los huevos en la misma cesta*", así las pérdidas en un mercado pueden compensar beneficios en el otro.

El tamaño de los mercados es clave para la internacionalización: una vez saturados los mercados nacionales, las empresas expanden sus operaciones internacionales para acceder a un mercado más grande. Este puede favorecer la competitividad por economías de escala en operaciones, reduciendo los costes medios unitarios de fabricación aprovechando los excesos de capacidad y amortización de costes fijos<sup>42</sup>, y reduciendo el coste medio en Investigación y Desarrollo de productos o Marketing por el aumento de las ventas<sup>43</sup>. La economía de escala que se obtiene inicialmente en el mercado nacional puede ser base para la competitividad internacional<sup>44</sup>. Por otra parte, la intensificación de los procesos de globalización en un entorno de progresiva desregulación (eliminación de barreras técnicas, fiscales, cuantitativas y medioambientales<sup>45</sup> al comercio e inversión internacionales), desembocaría en mayores tasas de crecimiento de los intercambios internacionales a escala planetaria y por tanto, mayores economías de escala. Detrás de la globalización tb. estaría el cambio tecnológico, expresado en reducciones significativas de los costes de transporte y comunicaciones que la

---

<sup>39</sup> Ibid. GONZALEZ BLANCO, RAQUEL, 2011, p 114.

<sup>40</sup> PORTER, MICHAEL, "The Competitive Advantage of Nations", *Harvard Business Review*, Boston, Massachusetts, EEUU, nº de marzo-abril, 1990, pp. 73-91, en p. 78. También se ha consultado JOHNSON, GERRY y SHOLES, KEVAN, *Dirección Estratégica*, 5ª edición en español, Madrid, Pearson Educación SA, 2001, 716 páginas, pp. 99-114.

<sup>41</sup> AAVV, *Curso Superior de Estrategia y Gestión del Comercio Exterior*, al cuidado de OLEGARIO LLAMAZARES (grupo de expertos de la Escuela de Organización Industrial), 2ª edición, 2005, 519 páginas, página 33. Cuadro de ventajas y obstáculos para la exportación de las PYMES.

<sup>42</sup>Nota: La misma máquina sirve para producir un alfiler o un millón, luego el cociente coste de la máquina y su mantenimiento/ valor de la producción de alfileres en el mercado, decrece considerablemente por la "escala" de la producción, considerando, caetibus páribus, que los precios y costes son constantes.

<sup>43</sup> MURIEL DE LOS REYES, JOSÉ, *El proceso de internacionalización del sistema bancario español: incidencia de las nuevas tecnologías de la información*. Tesis dirigida por Manuel Larrán Jorge, Departamento de Economía de la Empresa e Internacionalización de la Universidad de Cádiz, 2003, 359 páginas.

<sup>44</sup> Ibid. MURIEL DE LOS REYES, 2003, p. 44.

<sup>45</sup> AAVV, *Curso Superior de Estrategia y Gestión del Comercio Exterior*, al cuidado de OLEGARIO LLAMAZARES (grupo de expertos de la Escuela de Organización Industrial), 2ª edición, 2005, 519 páginas, pp. 30-34.

facilitan, aunque también pueden existir razones políticas: la mayor intensidad competitiva en los mercados de bienes y factores, por la competencia internacional y/o la desregulación, puede llevar la reducción de costes de producción y precios en el mercado nacional de destino de las inversiones en el extranjero. Esto tendría beneficios para los consumidores en forma de mayores cantidades intercambiadas, y la reducción en los beneficios empresariales derivados de una mayor competencia, forzaría al cambio tecnológico u organizativo para mantener las capacidades de inversión empresarial. Por el contrario, también pueda derivar en la destrucción de sectores económicos nacionales enteros ante la importación masiva de productos que incorporen gran dumping social<sup>46</sup> o medioambiental, con efectos netos consiguientes de destrucción de renta nacional (p.ej., en los efectos de creación son superados por la destrucción de riqueza en las uniones aduaneras ante la eliminación de aranceles<sup>47</sup>). También se puede argüir que la movilidad internacional de las mercancías tiene impactos en el medio ambiente en forma del uso de recursos no renovables, y por tanto el coste medioambiental no estaría contabilizado en las empresas: p. ej., la energía necesaria para transportar la fruta que España importa de países como Perú o EEUU y su supuesto impacto en el Efecto Invernadero.

La posibilidad de proveer y producir *productos diferenciados* también determina la competitividad internacional de la empresa y puede explicar el comercio internacional entre países con alto nivel de desarrollo, con tecnologías y dotaciones de factores similares, en mercados "*intraindustriales*" (en el mismo sector). P. ej., la empresa *Apple* de los EEUU vendería ordenadores personales de última generación y alta gama en Japón, y *Toshiba* de Japón hace lo propio en los EEUU. Esto es así, aunque ambas de localicen segmentos de su cadena de producción a China y el Sudeste Asiático y utilicen diferentes tecnologías<sup>48</sup>. La internacionalización de la empresa favorece las llamadas *Economías de Alcance* accediendo a diversos nichos muy rentables en varios mercados internacionales, adaptando/ofreciendo una amplia gama de productos distintos diferenciados. La diferenciación de un producto o productos originales responde a sus atributos: precio; marca; calidad; diseño, tecnología, o niveles de servicios. Se distribuyen muchos productos adaptados a las capacidades adquisitivas, gustos y deseos de los consumidores de los diferentes nichos, de los diferentes mercados de los países receptores con estrategias de marketing diferenciadas por producto y país ("*Think global, act local*"). Si la economía de escala se entiende en función de la reducción de costes unitarios de un producto, la de alcance se entiende la reducción de costes conjuntos de una alta gama de productos. Una economía de alcance está en la distribución, ya que sale bastante más barato distribuir una gran cantidad de una alta gama de productos diferenciados que distribuir un sólo producto básico, que da origen a los demás. Los productos diferenciados pueden ser variantes de un producto básico o productos complementarios (p. ej., la variedad de ordenadores; tablets; ipods; pantallas, repuestos y fundas que se pueden encontrar en una tienda de teléfonos *Apple* en España). Por otra parte, las nuevas TI y tecnologías de fabricación automatizadas; logística; marketing y financiación que posibilitan la flexibilidad y el ajuste constante en los procesos productivos y stocks (CAD-CAM; ERP, Marketing Digital, entre otras), permitirían que la diferenciación no desemboque en un crecimiento apreciable en los costes de producción. Al aumentar el volumen de venta, también se pueden reducir los costes de I+D+I de productos,

---

<sup>46</sup> HARNEY, A., *The China Price, The True Price of Chinese Competitive Advantage*, 2ª edición, Nueva York, Penguin Books, 2009 (existe una primera edición de 2007 de la misma editorial), 352 páginas, pp. 272-290.

<sup>47</sup> SCOTT, ANDREW, "Theories of Regional Economic Integration and the Global Economy" en *The European Union Handbook*, 2ª edición al cuidado de Jackie Gower, Londres, Fitzroy Dearborn Publishers, 2002, 449 páginas, pp. 103-117 (cap. 8).

<sup>48</sup> Op. cit., GONZALEZ BLANCO, RAQUEL, 2011, p 111.

marketing y fabricación globales relativos a los de la competencia local, por economía de escala o sinergias entre productos. Las sinergias son más patentes cuando los productos diferenciados lo son de uno básico (el tablet y el portátil de Apple utilizan componentes parecidos). El *know how* tecnológico, organizativo y especialmente en/y el esfuerzo de Marketing, serían la base para la ventaja competitiva empresarial a escala global. Aparte de las barreras de entrada al sector; económicas, técnicas o legales (p. ej., el alto montante necesario para emprender determinadas inversiones en capital fijo o para crear demanda gracias a altos gastos en Marketing), el *Modelo de Competencia Monopolística* de Krugman<sup>49</sup>, ofrece explicaciones tanto para la internacionalización de la empresa como para el comercio internacional entre naciones. En este modelo, los consumidores tienen preferencia por la variedad, es decir prefieren elegir entre distintas variedades de cada producto que comprar siempre el mismo. El consumidor considera algo diferente en el producto diferenciado de una empresa a las variedades ofrecidas por la competencia. Gracias a las economías de escala crecientes<sup>50</sup> cada productor se especializaría en cierta variedad de producto, alcanzando cierto "*monopolio natural*"<sup>51</sup> en el mercado nacional de esa variedad, que permite al productor cierto margen para fijar los precios al alza; este puede ser pequeño e imperceptible, pero suficiente para obtener ingresos adicionales en el mercado nacional. La apertura al mercado internacional significaría la "*competencia monopolística*" internacional, con una reducción aún mayor de los costes productivos por las economías de escala de un mercado más grande, gracias al acceso a consumidores extranjeros que también desean nuestra variedad de producto. La apertura al comercio precipitará la entrada de otras variedades de producto en el mercado nacional para atender consumidores de otros nichos en los mercados nacionales: P. ej., el caso de ciertos utilitarios de gama media alemanes como BMW, Volkswagen o Mercedes, frente a automóviles económicos franceses como Citroën o Peugeot, vendidos en Alemania y Francia en los años 80. Como consecuencia, los consumidores de los dos países que se abren a la competencia monopolística accederían a una mayor variedad de productos; la producción de las empresas crecería y sería ofertada a precios menores en los mercados internacionales.

También se puede hablar de barreras de entrada financieras u organizativas: alto coste del marketing internacional; altas inversiones necesarias; dificultades organizativas, sobre todo en los departamentos de internacional; alta distancia cultural, geográfica, institucional o de desarrollo económico entre países, y la carencia de conocimientos administrativos, comerciales, sobre los mercados de destino<sup>52</sup>. El acceso a los mercados financieros internacionales permite el acceso a recursos de inversión para iniciar nuevos procesos productivos orientados a la exportación, no disponibles antes de la liberalización de la cuenta de capital. Por tanto, el punto de partida lógico de la Inversión Directa Extranjera (IDE), es la rentabilidad relativa de los factores que variaría, entre otras razones, según las diferencias de dotaciones en diferentes países: Los mayores tipos de interés en los países de destino de la inversión frente a los nacionales (que en los países en desarrollo reflejan las primas de riesgo país), determinan el coste financiero de oportunidad de aventurarse en mercados

---

<sup>49</sup> Op. cit. GONZALEZ BLANCO, RAQUEL, 2011.

<sup>50</sup> SÁNCHEZ GONZÁLEZ, JULIÁN y ZOFIO PRIETO, José Luis, "Espacio, distancia y localización: hacia la nueva economía geográfica", nº 848 monográfico sobre "Aspectos territoriales del Desarrollo", Madrid, Secretaría de Comercio, Ministerio de Industria y Competitividad, Información Comercial Española, Revista de Economía, mayo-junio de 2009, pp. 9-27, páginas 12-13; 26.

<sup>51</sup> Nota: La empresa podría estar produciendo ese producto muy específico orientado a ese nicho concreto, o bien a costes mucho más bajos que la competencia, o con un mejor Marketing Mix (distribución; diseño; promoción y comunicación, RRPP; calidad, rapidez de entrega y otros factores).

<sup>52</sup> AAVV, *Operativa y práctica del comercio exterior*, 2ª edición al cuidado de Olegario Llamazares (grupo de expertos de la Escuela de Organización Industrial), 2005, 278 páginas, pp. 47-48.

inicialmente desconocidos. La deslocalización o implantación exterior, tb. vendría lógicamente condicionada por los menores costes de producción (menores sueldos; alquileres; solares, materias primas y suministros); mercados crecientes; infraestructura y situación geográfica logística para la entrega de mercancías (Rotterdam o, en el caso que nos ocupa, Singapur); la tasa de crecimiento de la demanda de un producto en el mercado de destino (p. ej., Sudáfrica); el dominio de las tecnologías de la información (India)<sup>53</sup>; las políticas de inversión e infraestructuras, las condiciones fiscales<sup>54</sup>, las externalidades positivas de la concentración de actividades, la estabilidad financiera, cambiaria y de precios (como pueda ser el caso de la economía de Malasia y Singapur, en la electrónica de consumo). Lógicamente, cuando una empresa extranjera cuenta con un "know how" (tecnológico, organizacional)<sup>55</sup>, del que carecen las empresas nacionales, esto también facilita la presencia en los mercados extranjeros, aunque se tenga un menor conocimiento de los mismos.

Sobre las explicaciones relativas a la diferencia cultural baste mentar a la *Escuela de Uppsala*, sobre la *distancia psíquica*<sup>56</sup>: la suma de los factores que impiden el flujo de información desde/hacia un mercado. Algunos factores son las diferencias idiomáticas; de educación; las prácticas en los negocios, la cultura y el nivel de desarrollo industrial, que determinan que primero se acceda a mercados con menor distancia cultural, como en el caso de las empresas españolas en sus implantaciones extra europeas, orientadas a los mercados iberoamericanos, y gradualmente a mercados con mayor distancia. Por educación<sup>57</sup>, se pueden entender las diferencias de los niveles formativos de los trabajadores; la distancia también se puede entender como entre los sistemas políticos y económicos (aparte de la distancia cultural, este pueda ser el caso de Malasia y Singapur para con España<sup>58</sup>); usos y costumbres mercantiles y otras. Finalmente, el *Modelo Ecléctico de Dunning*: para explicar la Inversión Directa Extranjera pueda ser una síntesis del conjunto de teorías sobre la internacionalización explicadas anteriormente<sup>59</sup>.

El rating de *riesgo-país* (determinado por variantes de orden político, económico, por catástrofes naturales y otros factores), tiene un impacto clave tanto en la internacionalización de la empresa exportadora, así como en las inversiones financieras a corto y largo plazo en un país dado (su IDE). El análisis de riesgo-país complementa los demás análisis de riesgo convencionales entre empresas exportadoras elaborados por la misma empresa (comerciales; de resolución de contrato; de no aceptación de mercancía<sup>60</sup>). Los modelos subyacentes a la elaboración de los rankings de riesgo-país (riesgo soberano) son un aspecto que puede tener resonancia para el caso español, y un área enormemente prometedora en la investigación del sistema financiero internacional. También lo sería los métodos para elaborar otros rankings internacionales por países relativos al mundo de las finanzas y los negocios, como pueda ser el "*Ranking de facilidad para hacer negocios*" del Banco Mundial,

---

<sup>53</sup> Op. cit. LLAMAZARES, OLEGARIO, 2005, p. 26.

<sup>54</sup> SÁNCHEZ GONZÁLEZ, JULIÁN y ZOFIO PRIETO, JOSÉ LUIS, "Espacio, distancia y localización: hacia la nueva economía geográfica", nº 848 monográfico sobre "Aspectos territoriales del Desarrollo", Información Comercial Española, Revista de Economía, mayo-junio de 2009, pp. 9-27, página 26.

<sup>55</sup> Op. cit., MURIEL DE LA ROSA, 2003, pp. 45 y 47.

<sup>56</sup> PANDIAN, R. y SIM, A., "Internationalisation Process: Revisiting the Uppsala Model in the Asian Context", Archivo de Trabajos de Investigación online de la Facultad de Comercio de la Universidad de Wollongong, Nueva Gales del Sur, Australia, 2002, 15 páginas (disponible en línea).

<sup>57</sup> Op. cit., MURIEL DE LA ROSA, 2003, p. 50.

<sup>58</sup> Véase el epígrafe III. 7., donde se abordan las diferencias culturales entre España, Malasia y Singapur.

<sup>59</sup> BUCKLEY, P. J., y HASHAI, N., "Formalizing internationalization in the eclectic paradigm", *Journal of International Business Studies*, Washington, tomo 40, número 1, 2009, pp. 58-70.

<sup>60</sup> Op. cit., LLAMAZARES, OLEGARIO, 2005, pp. 178-179.

cuyos métodos de cálculo y resultados nos parecen dudosos y puedan depender de la información estratégica que proveen los agentes públicos y privados relevantes en los países de destino<sup>61</sup>. El riesgo país se entenderá como el riesgo de impago, de que un país deudor no tenga: o bien la capacidad o bien la voluntad de pagar sus deudas por entero y a tiempo. Los ratings de crédito soberano de cada país (de sus AAPP), asignados por las agencias de rating de crédito internacional (CRAs), ofrecen una medida a los inversores de cuán probable es que un gobierno decida no pagar sus deudas o declararse en bancarota. Obviamente, los ratings son importantísimos para la estabilidad macroeconómica nacional: determinan el coste de financiación de las deudas públicas y permiten que un país con un buen rating se financie bastante más barato que otro con peores ratings. Este el caso de la prima de riesgo del Reino de España de 2008 a 2013, frente a los intereses de los bonos del Estado emitidos en Alemania en Euros. Este "sobrecoste" de las deudas públicas españolas tuvo impactos relativos negativos en la rentabilidad de los mercados financieros; las importaciones de capital y la estabilidad financiera nacional. Las diferentes agencias de rating utilizarían métodos cualitativos o cuantitativos, o bien distintos o bien parecidos, pero no exactos, para fijar estos ratings. Esto lleva a que diferentes agencias ofrezcan diferentes ratings para el mismo país. Para Zheng<sup>63</sup>, en un estudio en el que compara los la objetividad de los cálculos de los ratings de dos agencias internacionales para una muestra de países (*Standard & Poor* en los EEUU y *Dagong* en la RP China), el problema de las divergencias de ratings no sólo residiría en problemas de cálculo econométrico cuantitativo, puesto que los modelos y variables utilizados por ambas empresas eran parecidos. Las variantes serían del tipo del PIB per cápita, la tasa de crecimiento del PIB; inflación; la deuda externa; el déficit público; déficit exterior; historial de bancarrotas, y nivel de desarrollo económico. *Dagong* habría asignado diferentes pesos en los modelos para iguales variantes consideradas que *Standard & Poor*, y mejores ratings a los países no occidentales. La explicación de estas diferencias dependería de factores cualitativos, a investigar, de orden político y cultural, entre otros, así como criterios subjetivos, y no por factores meramente económicos o econométricos. Por otra parte, según *Ramesh y Rao*<sup>64</sup> parece lógico que los pesos que los modelos de cálculo de ratings otorgan a cada uno de los factores considerados, debieran de cambiar en el tiempo (así como los factores), para ajustar los modelos a los cambios en los entornos económicos.

La relación del *rating de crédito soberano* con la imagen-país parece inmediata, las percepciones de los analistas financieros de las empresas de rating pesa mucho en la proyección de "*identidad competitiva*" de un país en los medios de comunicación, dado su impacto en el público internacional: una peor o mejor imagen país facilitaría que la financiación de la Deuda Pública con cargo a deuda externa resulte más o menos cara<sup>65</sup>. Tanto más cuando las grandes agencias de rating y firmas de auditoría internacional, han recibido una lluvia de críticas ante su incapacidad para prever la crisis económica (*Moody's; Fitch; Standard & Poor; PWC; Deloitte, Ernst &*

---

<sup>61</sup> Fuente: "Ease of Doing Business Survey", página Web del Banco Mundial. En un primer vistazo parece increíble que países como Malasia obtengan un ranking mejor que el de España.

<sup>62</sup> SEABROKE, LEONARD, "Economists and diplomacy: Professions and the practice of economic policy", *International Journal*, volumen 66, n° 1, verano de 2011, pp. 629-642: En un primer vistazo parece increíble que países como Malasia obtengan un ranking mejor que el de España.

<sup>63</sup> ZHENG, LIPING, "Are Sovereign Credit Ratings Objective? A Tale of Two Agencies", *Journal of Applied Finance and Banking*, Bushey Heath, Herts, Reino Unido, 2012, n°5, volumen 2, pp. 43-61, página 60: El rating que ofrece *Dagong*, empresa china, es menos favorable para el Reino de España que el que ofrece *Standard & Poor*, anglosajona.

<sup>64</sup> HO, CHRISTINA y RAO, RAMESH, P, "Bond ratings and their determinants in a changing environment", *Journal of Applied Research*, n° 1, volumen 9, 1992. El artículo está disponible en la base de datos online Proquest en formato HTML, donde no hay referencias exactas de número de páginas (accedido el 9 de enero de 2013).

<sup>65</sup> Véase el modelo Country Rep Trak y como entiende la marca país Simon Anholt en el epígrafe IV.1.2.

Young y KPMG entre otras<sup>66</sup>). Las críticas giran en torno a los ratings y auditorías de grandes instituciones financieras, empresas y países<sup>67</sup>, supuestamente incorrectos o fraudulentos, producidos en las postrimerías de la debacle, la crisis económica de 2007 a 2009 en Europa. Aquí estamos hablando de empresas y medios de comunicación especializados en temas económicos de países anglosajones, que, como intentamos demostrar el capítulo IV<sup>68</sup>, aparecen factores relativos a las diferencias culturales y cualitativos que indicaba Zheng, que puedan tener una influencia desproporcionada e incluso sesgada para con los intereses de España.

De las teorías de la marca-país nos centramos en la teoría de *Simon Anholt*, la persona detrás del ranking internacional de naciones por su Marca País en el contexto del *Place Branding*, determinada por variables políticas, institucionales y de comunicación<sup>69</sup>: la promoción estratégica de la marca país debe de reflejar verazmente los atributos de la *sustancia* del país, las buenas políticas, que bien comunicadas se plasmarían en una buena imagen país. Nos interesa especialmente la relación de esta teoría con la del "*poder blando*" (o "*poder inteligente*") de Joseph Nye y el impacto de las variantes de "*poder duro*" y "*poder blando*" en las metodologías y los rankings de la Marca país. Finalmente consideramos el pensamiento de *Ollins* sobre la idoneidad de aplicar determinadas técnicas de Marketing para productos/servicios "*icono*" a la promoción de la Marca País, que otorgan un sentimiento de pertenencia a su consumidor<sup>70</sup>. Las teorías de Ollins y Anholt, se abordan con detalle en el capítulo IV (epígrafe IV.1.2). Sentado esto, la teoría del *poder inteligente* de Nye rezaría<sup>71</sup>:

*"[...] El poder blando es la habilidad de conseguir lo que quieres a través de la atracción, en lugar de por coerción o pagos. Cuando consigues que otros quieran lo que tú quieres, no tienes que gastarte mucho en castigos y premios para moverles en tu dirección. El poder duro, la habilidad de coaccionar, parte del poder económico y militar del país. El poder blando nace del atractivo de la cultura de un país, sus ideales políticos y políticas".*

*"En suma, el éxito de los EEUU dependerá de nuestro desarrollo de una comprensión más profunda del rol de poder blando, y desarrollar un mejor balance entre el poder duro y el poder blando en nuestra política exterior".*

El contexto de esta definición es la Guerra de Iraq: los EEUU habrían perdido gran parte de su "*capital de poder blando*" en Oriente Medio; Asia y Europa Occidental (p. ej., la habilidad de conseguir la cooperación de grupos amistosos para con los EEUU como los musulmanes moderados), habiendo ganado una imagen de

---

<sup>66</sup> Fuente: Programa "In Business" de la BBC, Radio 4, "Called to Account", de 27 de mayo de 2012, disponible en línea, en <URL: <http://www.bbc.co.uk/programmes/b01hxyg>>, (accedido el 12.12.2012). El presentador de este programa, Peter Day, denuncia las prácticas oligopólicas y de reducción de la competencia de estas cuatro mayores auditoras a escala global, y entrevista a líderes del sector.

<sup>67</sup> DUFFHUES, PIET and WETERINGS, WIM, "The quality of credit ratings and liability: The Dutch view", *International Journal of Disclosure and Governance*, 2011, volumen 8, número 4, pp. 339-359.

<sup>68</sup> Véase el epígrafe VI.2.7.

<sup>69</sup> ANHOLT, SIMON, "Place branding: Is it marketing, or isn't it?", en *Place Branding, and Public Diplomacy*, Houndmills, Basingstoke, Hants, Reino Unido, Routledge, nº 4 de 2008, páginas 1-6, disponible en la red en <URL: <http://www.palgrave-journals.com/pb/journal/v4/n1/full/6000088a.html>> (accedido el 15.05.2013). Para escribir estos párrafos se han traducido íntegros frases y párrafos completos del artículo.

<sup>70</sup> OLLINS, WALLY, "Branding the nation, the historical context", en el *Journal of Brand Management*, volumen 9, nº 4/5, abril de 2002, páginas 241-248, páginas 246-248.

<sup>71</sup> NYE, JOSEPH S, JR. (2004). "Soft power and American foreign policy", Nueva York, Academy of Political Science, Political Science Quarterly, tomo 119, nº. 2, 2004, pp. 255-270.



arrogancia, brutalidad, egoísmo y arbitrariedad, a través de sus iniciativas de poder duro en el mundo islámico. Se entiende que los EEUU serían muy efectivos a la hora de conquistar a la fuerza Iraq, pero no habrían estado preparadas para el trabajo de reconstrucción y democratización (o policía local o global), y que esto sería síntoma de las debilidades norteamericanas en términos de poder blando. Nye propone alejarse de la tentación "imperial" unilateralista a los EEUU y fomentar la colaboración en alianzas variables, la persuasión amable para concitar la colaboración con los aliados americanos tradicionales tras la brecha trasatlántica (donde la cultura americana es muy popular), la Alianza Atlántica e incluso NNUU y reforzar los resortes de poder blando: es difícil conseguir que una fuerza política próxima a los EEUU pueda poner en marcha una política que beneficie a los norteamericanos, si los EEUU son altamente impopulares en ese país. El poder a escala global en la era de las telecomunicaciones y la Internet se jugaría en tres tableros: en el militar; el de poder duro donde los EEUU son la primera potencia; en el económico, donde los EEUU tendrían que negociar con otras potencias como la UE, China o Japón, y en el transnacional, donde el poder estaría disperso de forma caótica, luego no tendría sentido utilizar términos como "unipolaridad"; "hegemonía" o "Imperio Americano". Por esfera "transnacional" se entienden problemas transfronterizos como el cambio climático; las enfermedades infecciosas (SARS), el terrorismo tras los atentados del 11M en Nueva York y el crimen internacional. En este tercer tablero, el transnacional, el poder blando sería un útil estratégico. El poder blando tendría tres fuentes: la cultura; los valores y políticas nacionales, y la política exterior. Para Nye, sería importantísimo mejorar la diseminación de mensajes a través de los medios de comunicación, con especial atención a la Internet. Además, habría que favorecer los intercambios entre la sociedad civil americana y las de otros países fomentando la "diplomacia cultural". Esto es, p. ej., mantener una política de visados que permita la entrada de científicos y estudiantes extranjeros en los EEUU; programas internacionales para fomentar el estudio de lenguas extranjeras en los EEUU; programas para que doctores, profesores, atletas, hombres de negocios americanos y otros, puedan viajar a países en desarrollo para ayudar en estos países en sus esfuerzos de desarrollo o reconstrucción. El poder blando de los EEUU también emanaría del cine y la televisión americana a escala global; la apertura; derechos y libertades civiles y la Democracia, las iniciativas para erradicar la pobreza en África y promover reformas políticas, así como la ayuda americana a la investigación del SIDA (*sustancia*, según Anholt). Sin embargo, el trato de prisioneros políticos en los EEUU durante el gobierno de Bush hijo sería contraproducente. Otras políticas como excesivo consumo de gasolina de los automóviles de los norteamericanos, o la pena de muerte, también proyectarían una imagen poco positiva de los EEUU en el exterior.

Las críticas sobre la teoría del poder blando de Nye son múltiples, en su relación con el poder duro y la marca país. Por ejemplo, para *Hudson Teslik*, cuando los países ponen en marcha campañas de marca país contratando a firmas que aplican las técnicas más avanzadas para atraer las inversiones extranjeras, facilitar el comercio exterior nacional y mejorar la competitividad del sector privados e incluso asegurar su influencia geopolítica "[...] sin embargo, empiezan a aparecer preguntas sobre las ramificaciones de la marca país, y no menos en relación al daño potencial que se podría producir si los países asumen que se le puede "lavar la cara" a unas malas políticas con buenas RRPP"<sup>72</sup>. Esto engarza con las relaciones que *Anholt* sostiene se deben de mantener entre "estrategia", "sustancia" y "acciones simbólicas". Para *Niaill Ferguson*, el poder blando sería lo

---

<sup>72</sup> HUDSON TESLIK, LEE, "Nation Branding explained", página Web del Council of Foreign Relations, 2007, disponible en <URL: <http://www.cfr.org/diplomacy-and-statecraft/nation-branding-explained/p14776> >, (accedido el 04.05.2013).

mismo que "el guante de terciopelo que envuelve un puño de hierro"<sup>73</sup>. Finalmente, a través de mediciones de datos sobre las diferentes dimensiones de la marca país, *Noya* cree que el público internacional si es sensible a las variantes de poder duro<sup>74</sup> (por contraposición y complementación al blando), como base para la reputación nacional y la valoración de la marca-país. Además, el poder duro militar si puede tener los efectos del poder blando, poniendo por ejemplo la movilización de efectivos militares estadounidenses en las postrimerías del Tsunami de 2004 en el Sudeste Asiático.

## 2. Marco institucional de Malasia

### 2.1 En el cruce de caminos de Asia: La llegada de los europeos y el camino a la independencia

Malasia y Singapur son dos naciones con una infraestructura física especial, con un clima muy húmedo y caluroso<sup>75</sup>. Ambas aglutinan a la mayor parte de los antiguos dominios británicos en el Sudeste Asiático, excepto Myanmar (Birmania); Singapur y Brunei, las dos últimas naciones contiguas geográfica, étnica y culturalmente con Malasia. Hasta la expulsión de Singapur de la Federación Malasia en 1965, Malasia y Singapur compartieron un pasado común, una rica herencia multicultural. La Malasia actual, mayoritariamente malaya (musulmana), es un país de renta media dividido en dos áreas, separadas por el mar y cientos de km: la Malasia Peninsular y sus 8 estados, sultanatos malayos, Malaca y el estado Isleño de Penang, donde se encuentran sus principales centros poblacionales, económicos y culturales, y la Malasia Insular, compuesta por los estados de Sabah y Sarawak en la isla de Borneo, contiguos y fronterizos con Indonesia y Brunei, escasamente poblados con relación a la Península y con abundancia de tierras fértiles<sup>76</sup>. Singapur es una isla mayoritariamente china muy afluente, contigua a Malasia y comunicada con ella con dos puentes fronterizos: la *Calzada Johor-Singapur*, de un km de largo, y el *Segundo Puente de Tuas*<sup>77</sup>, de unos 1950 m. La pujante Singapur depende de Malasia para ciertos suministros esenciales, empezando por el agua. Finalmente, Brunei es un pequeño sultanato costero, de unos 5765 km<sup>2</sup>; mayoritariamente malayo pero con una gran minoría china imprescindible en el mundo de los negocios; muy rico pero dependiente casi exclusivamente de la extracción de gas y petróleo, rodeado por Malasia en toda su frontera terrestre<sup>78</sup>.

---

<sup>73</sup> FERGUSON, NIALL, *Colossus, The Rise and Fall of the American Empire*, Londres, Penguin, 2005, 386 páginas: *Ferguson* mantiene una postura diametralmente diferente a la percepción de los Estados Unidos como potencia global. Mientras que *Nye* rehuye el unilateralismo y percibe a los EEUU como "potencia hegemónica", *Ferguson* considera que tiene características de Imperio Global.

<sup>74</sup> Véase el modelo Country RepTrack en el epígrafe IV.2.

<sup>75</sup> SAW SWEE-HOCK, *The Population in Peninsular Malaysia*, Singapur, National University of Singapore University Press, 2007, 255 páginas, en p. 29. El profesor Saw es la autoridad de referencia en temas demográficos de la Universidad Nacional de Singapur (NUS), profesor honorario de la Escuela de Economía de Londres.

<sup>76</sup> HOOKER, VIRGINIA MATHESON, *A Short History of Malaysia: Linking East and West*, 1ª edición, Crows Nest, Nueva Gales del Sur, Australia, Allen & Unwin, 2003, 345 páginas, p. 29. Hooker es Emérita en el Departamento de Cambio Político y Social, del Colegio de Asia y el Pacífico en la Universidad Nacional de Australia. Hooker es una de las investigadoras más prestigiosas en el ámbito del Islam malayo en el Sudeste Asiático.

<sup>77</sup> Nota: Del inglés "Johor-Singapore Causeway" y "Tuas Second Link", traducción libre.

<sup>78</sup> SARDESAI, D.R., *South East Asia, Past and Present*, 6ª edición, Boulder, Colorado, Estados Unidos, Westview Press, 2010 (primera edición de 2003 de la misma editorial), 446 páginas, en pp. 309-310. Sardesai es profesor emérito en Historia Asiática y ha ocupado diferentes puestos de alto nivel en la Universidad de California, Los Ángeles (UCLA).

Antes de la llegada de los europeos, Malasia y Singapur, escasamente pobladas hasta mediados siglo XX<sup>79</sup>, estuvieron sujetas a culturas con una fuerte influencia del Subcontinente Indio<sup>80</sup>. Se trata de territorios en los que aparecen escasos vestigios de civilización hasta el siglo XIX<sup>81</sup>. Este desarrollo tardío es una de las razones que explica por qué España, con presencia en las Filipinas y descubridora de la mayor parte de las islas del Pacífico, océano al que da nombre (desde las Islas Marianas a Hawái, y recientemente se discute si fueron españoles o portugueses bajo el Imperio Español de Felipe II el que descubrió Australia y el legado español en Hawái<sup>82</sup>), tiene tan poca influencia en estos países. Su ascenso coincide con la salida de España del Sudeste Asiático y su pérdida de influencia a nivel regional. Exceptuando el "*chavacano*", un idioma criollo, mezcla de español y tagalo (filipino) en Zamboanga, y otras localidades de Filipinas, a parte de algunos mayores que mantienen el español en Manila, la presencia cultural de España ha quedado minimizada.

Mapa 1  
Mapa de Malasia y Singapur



Por tanto, antes de la llegada del Islam malayo al Sudeste Asiático ya existía un sustrato religioso, social y cultural indio, de tipo hinduista y budista<sup>83</sup>, las tres religiones importadas de la India por comerciantes oriundos de Gujarat y la Costa de Coromandel, y otra animista de origen local, que van a condicionar la naturaleza del Islam y el Cristianismo en Malasia e Indonesia. Hooker entiende por animismo en los territorios

<sup>79</sup> BARBER, ANDREW, *Malaya, The Making of a Nation*, Kuala Lumpur, AB&A, 2008, 140 páginas, en pp. 52-55. De los 3 millones de malayos en 1931, a los 28 millones de 2010. Andrew Barber, consultor de inteligencia económica en Kuala Lumpur, publica en <URL: <http://www.barber-assoc.com/>>, (accedido el 15.02.14).

<sup>80</sup> Ibid., SAW, SWEE-HOCK, 2007, pp. 2-3.

<sup>81</sup> Ibid., HOOKER, VIRGINIA MATHESON, 2003, pp. 30; 49, 52-52 y 66-67.

<sup>82</sup> GARCÍA CALERO, JESÚS, "Un naufragio pone en evidencia los viajes de Cooke", *ABC* (Madrid, 30.09.2013)

< URL: <http://www.abc.es/cultura/20130929/abci-cook-hawaii-espanna-201309282215.html>>, y BLOCK, SALLY, "Rare documents unveiled by State Library of NSW showing Spanish quest to find Australia", sitio web de la televisión pública australiana (ABC) (15.08.2013), en: < <http://www.abc.net.au/news/2013-08-15/rare-documents-unveiled-showing-spanish-quest-to-find-australia/4890228>>, (accedidos el 20.10.2014).

<sup>83</sup> Op. cit., SARDESAI, D. R., 2010, pp. 18-20; 54-58.

malasios: "[...] la comprensión de que toda materia tiene su propia esencia espiritual, y que el bienestar y la armonía deriva de su acompañamiento correcto, mientras que el infortunio y el desastre depende de su desacompañamiento o separación". Según Hooker, en la antigüedad existirían otros grupos étnicos anteriores a los pobladores de lenguas austronesias (malayos y otros), entre ellos los *Orang Asli* (Gente Aborigen), los únicos pobladores originales. A este nivel podría ser interesante un aspecto cultural y político en la vida de los *Senoi* (Orang Asli de lengua austro asiática de origen Mon-Khmer, según Evans<sup>84</sup>), que entendemos persiste en la Malasia contemporánea<sup>85</sup>:

*"Se pone cuidado en no ofender; coaccionar u obligar a los demás y las decisiones se alcanzan a través del consenso y la discusión, e incluso en ese momento, un individuo no se ve necesariamente obligado a respetar la decisión del grupo. Sin embargo, se supone que los individuos deben de practicar el autocontrol, y que la ausencia del mismo puede desembocar en castigos sobre naturales".*

Aunque la influencia cultural de los chinos es pequeña en la antigüedad, en Malasia y Singapur (aunque no lo fuera en el comercio, que toma relevancia desde el siglo I d. C.), ya se anticipan futuras fricciones y diferencias en la forma de comprender el mundo en sus relaciones con los pueblos del Sudeste Asiático. La visión china tradicional del mundo contendría un elemento fundamentalmente confucionista (desde el siglo VII a. C., de enorme importancia en Singapur al día de hoy), que contrasta con los elementos hinduistas, budistas e islámicos en la configuración del poder en el Sudeste Asiático. Los chinos entendían que en la persona del Emperador, *Hijo del Cielo* y ser supremo, se substanciaba el *Mandato Divino*. Una visión de un mundo altamente ordenado, estable; ritual; centralizado; jerarquizado nada democrático ni igualitario: o se es perro o dragón, y el dragón trata al perro como tal dónde, desde entonces, China cree tener superioridad tanto cultural como moral sobre las potencias circundantes. La obediencia a los oficiales del Estado, con raíces en la piedad o lealtad filial (que le debe el hijo al padre en el confucionismo), claramente gradada y regulada ritualmente por leyes suntuarias hasta en el vestido; la comida, los modales desde el mandarín de menor rango al Emperador. Un mundo ordenado<sup>86</sup>, gobernado por una casta de mandarines, elegidos por méritos en concurso público entre los miembros de la aristocracia.

---

<sup>84</sup> EVANS, GRANT, *Asia's Cultural Mosaic, an Anthropological Introduction*, 1ª edición, Singapur, Simon & Schuster, 1993, 436 páginas, p. 247. Ex profesor de antropología en la Universidad de Hong Kong, Evans investiga temas laosianos en la École Française d'Extrême-Orient, en Vientiane, Laos.

<sup>85</sup> Op. cit., HOOKER, VIRGINIA-MATHESON, 2003, pp. 23-24 y p. 243.

<sup>86</sup> Op. cit., EVANS, 1993, pp. 192-193.

El miedo al poder imperial, es lo que determinaba la conducta de sus mandarines: no ser capaz a cabo las tareas asignadas por el emperador, era suficiente razón para ser castigado<sup>87</sup> (creemos que el miedo ocupa un papel central en la política del Sudeste Asiático contemporáneo). En palabras de Stuart Fox<sup>88</sup> sobre el confucianismo:

*"Confucio creía que el orden moral y social se sostenía en el reconocimiento universal y la aceptación de la jerarquía política y social. Era esencial que todo el mundo fuera consciente de su lugar en el mundo (posición social), aceptar sus tareas y obligaciones y reconocer a sus superiores e inferiores. El ejemplo debía de ser ofrecido por aquellos en la cúspide de la jerarquía y ser emulado por aquellos inferiores en la escala social"*

Según McCarthy<sup>89</sup>, la autoridad del líder es incuestionable en el universo confucionista, y la oposición se entiende como mala para el bienestar de la familia y el país: una familia que debe de trabajar duro para garantizar la prosperidad, pero *"en silencio"*. La cortesía, la civilidad y el respeto mutuo se expresan a través ritos, comprendidos como formas de decoro en público, y aquellas normas de conducta apropiadas en cada circunstancia concreta, que incorporan una preocupación humanitaria y el respeto por los demás (pero vacías de los *Diez Mandamientos* cristianos, y por tanto posiblemente cuestionables en Occidente como formalistas y vacuas). El miedo a ser avergonzado, sustituye a la culpa cristiana. Por otra parte, según *Mencio* sobre el Mandato Divino o *"Mandato del Cielo"* otorgado al soberano: si el gobierno no se acomete rectamente, de forma justa (y también se podría añadir que no provee panes y peces, ante las recurrentes malas cosechas y crecidas de los ríos sin canalizar antes de *Huang Di*, primer Emperador de la China unificada de la Dinastía Jin), el pueblo tiene el derecho de levantarse contra el Rey y deponerlo, luego este habría perdido el Mandato. El capital financiero o productivo estaría, en palabras de Gelber, prácticamente *"socializado"* para fortalecer al Emperador y su ejército, lo que recordaría a la Unión Soviética o a la RP China de Mao<sup>90</sup>.

La tradición hinduista y budista tendría un peso evidente en la política y vida malaya contemporáneas. No obstante, también puedan influir el comportamiento de las élites políticas de la Diáspora China, acriolladas en el espacio malayo (musulmán). Aunque los sultanes malayos de Malaca (siglo XV) fueran musulmanes, sus ceremonias de coronación y la etiqueta de sus cortes (complejas, lujosas y refinadas) se correspondían exactamente con las de otros enclaves del Sudeste Asiático, donde se seguía el concepto de monarquía divina hinduista, imperante en Java. *Stuart Fox*<sup>91</sup> indica que en los diferentes reinos del Sudeste Asiático se tomaron prestados conceptos hinduistas: el Rey era el representante en la tierra del gran Dios Shiva (destrucción,

---

<sup>87</sup> GELBER, HARRY G., *The Dragon and the Foreign Devils, China and the World. 1100 BC to the Present*, edición de bolsillo de la 1ª edición de 2007, Londres, Reino Unido, Bloomsbury Publishing, 2008, 494 págs., pp.14-15

<sup>88</sup> STUART-FOX, MARTIN, *A Short History of China and South East Asia, Tribute, Trade and Influence*, Crows Nest, Australia, Allen & Unwin, 2003, 278 páginas, pp. 11-13; p. 50, p.70 (China) y pp. 32-43 (chinos, hinduismo y budismo en el Sudeste Asiático). El profesor emérito Fox es especialista de Historia y Política del Sudeste Asiático, en la Universidad del Queensland, en Australia.

<sup>89</sup> MCCARTHY, STEPHEN, *The Political Theory of Tyranny in Singapore and Burma: Aristotle and the rhetoric of benevolent despotism*, 1ª edición, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, 2006, 285 páginas, pp. 88-89. El profesor McCarthy imparte en la Universidad de Griffith, en Queensland, Australia y es especialista en estudios asiáticos.

<sup>90</sup> Op. cit. GELBER, 2008, p. 14.

<sup>91</sup> Op. cit. STUART FOX, 2003, pp. 32-34.

transformación), y en los menos casos de Vishnu (el preservador, que protege a los humanos y restaura el orden en el mundo). Es posible que esta relación estrecha entre el Dios y el soberano, tuviera un fundamento en las virtudes ascéticas del soberano, en la línea de la "*proeza heroica*" reflejo de su co-divinidad con Shiva [patrón del ascetismo], que pudiera explicar la bravura y heroicidad demandada de los súbditos a sus sultanes en el mundo malayo<sup>92</sup>. La prosperidad habría dependido de la medida en la que la realidad del reino terreno reflejara el dominio celestial de los dioses. Cuanto mayor se acercara la realidad terrena al dominio celestial, mayor sería el poder del Rey. En esta tradición política tomaría relevancia los conceptos de karma y reencarnación: El karma sería la ley fundamental de causa y efecto por la que las buenas o malas acciones presentes son recompensadas o castigadas en el siguiente nacimiento (re encarnación), y por tanto explicaba la fortuna personal y posición en la escala social: Es triste no haber nacido con el "*karma*" suficiente, pues la situación social del individuo se supone la merecida por las acciones en una vida anterior, reforzando las jerarquías sociales en el momento presente, un atributo temporal que se agota en el tiempo. Luego el gobernante habría intentado maximizar su poder económico, político y social con toda rapidez, antes de que su propio karma se agotara, hasta imponerse como soberano universal ("*chakravartin*"). Según Evans, la disminución de su karma traería consigo la competencia entre élites (regionales y centrales, pensando en redes de enclaves en el archipiélago indonesio), luego aparecerían conflictos sucesorios constantes, interregionales y entre facciones<sup>93</sup>.

En el Sudeste Asiático las lealtades del campesinado a las casas reales eran variables (por oposición a la China antigua), los campesinos cambiaban de "amo" con bastante facilidad. Es decir, unas élites bastante autónomas compitiendo por el poder en las constantes disputas sucesorias, como fuente de desorganización y disolución de la autoridad real. El "karma" probablemente se manifieste en las interacciones del día a día en el mundo de los negocios malasio singapurense: el poder e influencia del empresario dependerá de cuanto "karma", se pueda proyectar en las ceremonias públicas y contribuir al karma de la contraparte, a poder ser tangible y en divisas. Esta sería la mayor contribución de la cultura india a la economía del "*a quién conoces*", y en mucho menor medida del "*qué sabes hacer*", de la Malasia actual, que sin duda abre un sin fin de puertas en Malasia y Singapur, si se sabe acompañar el agasajo al cliente con lujos, prebendas, cenas y ceremonias en rito público con una propuesta de negocios interesante (no sólo consiste en tener "karma" también es importante saber proyectarlo): las apariencias importan mucho.

Aunque llegaran desde la India, el budismo Mahayana, elitista, es pre eminente en China y Vietnam, mientras que el Theravada, igualitario, es pre eminente en el Sudeste Asiático. El budismo Theravada tailandés combinaría elementos del budismo con aquellos del hinduismo. La temporalidad del poder político de los "*mandalas*" (gobernantes) del Sudeste Asiático, se reforzaría en el budismo por tres razones: la impermanencia; la inevitabilidad del sufrimiento y la inexistencia de un "yo" o alma permanentes. Como todos los fenómenos terrenos son impermanentes, también lo serían todas las formas políticas. Se trataría de una visión del mundo flexible, fluido y en constante cambio donde el poder sería constantemente disputado, en marcado contraste con la visión china de estabilidad y orden (y lealtad).

---

<sup>92</sup> Op. cit. EVANS, 1993, pp. 188-190, p. 210 y p. 212.

<sup>93</sup> Ibid., 1993, pp. 182-183.

La aparición de Imperio Chino Mongol en torno a 1280 cambia el equilibrio de poder en la región: derrotan al reino de Pagan en Myanmar; invaden Champa (sur de Vietnam) abriendo paso a los tailandeses (budistas Theravada) del reino de Sukhotai, e intervienen en la Srivijaya (hinduista), precipitando la aparición del reino de Mahapit donde se llegó a practicar el culto sincrético del Shiva-Budismo (en las actuales Indonesia y Malasia). Los mongoles habrían seguido<sup>94</sup> la política tradicional del Imperio Chino de mantener a los reinos fronterizos y próximos fragmentados y debilitados, para mantener la seguridad en las regiones intermedias. Tradicionalmente, la superioridad de China fue reconocida por los reinos del área con el envío periódico de tributos, como marca de vasallaje. Sin embargo, la influencia cultural más intensa de China en el Sudeste Asiático se circunscribió al territorio del norte de Vietnam hasta el siglo XVIII. Los diferentes reinos tailandeses con origen en la provincia china de Yunnan y fuerte influencia sino tibetana, sirvieron como espolón para debilitar y absorber al poderoso Imperio Khmer en la actual Camboya, así como a sus reinos tributarios en el Sudeste Asiático continental. Los tailandeses fueron tolerados e incluso apoyados indirectamente por el Imperio Mongol para este propósito, y fueron potencia hegemónica en la Indochina continental. Su influjo se dejó notar hasta en la isla de Temasek (Singapur), en tiempos de los budistas Theravada del Reino tailandés de Ayuthaya (1402), y en los diferentes conflictos fronterizos con los sultanes malayos hasta el siglo XIX, especialmente en el del Sultán del Estado de Kedah, que cede temporalmente la Isla de Penang a cambio del apoyo del Imperio Británico contra los tailandeses: el Sur de Tailandia absorbe a una minoría malaya (musulmana), en Patani, lo que es la raíz de los conflictos entre malasio tailandeses y malasios actuales<sup>95</sup>. Francis Light se apropiaría de la isla de Penang (Malasia) en 1786 para los británicos.

La costumbre del reino hinduista de Srivijaya, habría determinado una estructura política flexible que llega hasta tiempos de los europeos en Malaya. Según Hooker, el Sudeste Asiático malayo (musulmán) o pre malayo en el espacio racial austronesio (los malayo-polinesios), se basó en alianzas variables entre diferentes enclaves comerciales, donde se daban intercambios y pagos, relacionados a través de una federación, con lazos no muy estrechos, no muy centralizados, bajo los "datus" (también llamados "*dato*", o cabecillas), que rendían pleitesía a un "*mandala*", lo que fue facilitado por su habilidad y tecnología naval superior. Las políticas de alianzas en culturas poligámicas se instrumentaban casando a los hijos de la élite de un enclave con los del otro, y se entienden como incentivo para mantener la unidad política, y fuente de conflictos constantes en materia sucesoria. La estabilidad del sistema político se basaría en la capacidad del gobernante de "*recompensar*" la lealtad de sus datus, el pueblo y en su carisma personal. En el siglo XVIII y XIX, la adquisición de patrimonio de parte de los sultanes no habría estado motivada por el afán de riqueza, si no por el interés de mantener la lealtad de los súbditos esenciales para el ejercicio del poder: la nobleza sólo es hereditaria en el caso de la familia del mismo sultán. Esta tendencia histórica se habría reforzado con los sultanes malayos, que no solamente tendrían interés en aumentar su riqueza personal si no en evitar que sus "*bendaharas*" u otros miembros de la élite alcanzarán mayor riqueza económica, a través del comercio (verdadera bendición en estas tierras), llegando a significar una amenaza para su propio poder (aspecto importantísimo que posiblemente afecte a la cultura política de Malasia y Singapur en la actualidad y la actitud de los políticos ante la percepción social de corrupción).

---

<sup>94</sup> Op. cit., SARDESAI, D. R., 2010, pp. 16, 35 y 48-49.

<sup>95</sup> Op. cit., HOOKER, VIRGINIA MATHESON, 2003, pp. 90-93.

En correspondencia con la Srivijaya de Stuart Fox, en las sociedades malayas tradicionales (siglo XV en adelante), el poder emanaría de una fuente sobrenatural y sería investido sobre un individuo (intermediario entre las fuerzas cósmicas y sus súbditos). Aquellos que no pertenecían a la casa real, la gente "común", serían incapaces de resistir a la fuerza de ese enorme poder (el "*daulat*"), que mal utilizado podría llegar a causar la muerte. El gobernante (*Tuanku, Tunku*) no sólo es receptor de ese poder, sino capaz de investir una parte de él sobre sus fieles seguidores (otorgando títulos malayos no hereditarios: *Tun, Tan Sri; Datuk; Dato*, a los que van aparejados respeto y prestigio, lo que afectaba las disputas sucesorias). Este sistema jerárquico dependería del consentimiento de individuos de menor rango en la escala social, precisando de una gran diferenciación, jerarquía y la reverencia a la figura dominante. Como se enseña en Malasia en la actualidad, como expresión del ideal malayo (musulmán) de buen comportamiento y gobernanza expresado en los *Anales Malayos* en la historia de la corte de Malaca, la lealtad inquebrantable y la no humillación pública serían la base de las relaciones entre el sultán y sus súbditos. Se llega a un contrato social en nombre de los súbditos entre el "*bendahara*", ministro principal, y el sultán. Un contrato para proteger a los súbditos de ser humillados o maltratados sin causa justa por el mismo sultán. Lo que se entiende por "humillación" en este entorno cultural de países en desarrollo es algo bastante flexible, puede llegar a ser cualquier cosa, incluso una impresión o intuición errónea sobre la misma: el sustrato budista informa de que no sólo son las acciones, sino también los pensamientos lo que es cuestionable aunque haya buen comportamiento. El sultán respetaría a sus súbditos a cambio de que estos nunca mostraran deslealtad aunque fueran maltratados. Así, el sultán, investido de poderes supra naturales de soberanía ("*daulat*") en su ceremonia de coronación, habría de tratar a sus súbditos con generosidad, justicia y compasión. El sultán habría de mostrar coraje y bravura. Si el sultán rompiera este acuerdo humillando o avergonzando en público a uno sólo de sus súbditos, sería castigado con la pérdida de su reino<sup>96</sup>.

El Islam malayo del Sudeste Asiático se entendería como una variedad negociada, tolerante, fusionada al modo oriental con las religiones y tradiciones de las poblaciones locales de lenguas austronesias<sup>97</sup>. Las escuelas sunitas de jurisprudencia y teología Shaf'í y después Sufí, dominantes entre los musulmanes de la región, habrían tenido un papel fundamental. Los místicos Sufí, creían que la salvación sólo se podría alcanzar a través de la devoción personal a Dios, habrían llegado a acercarse bastante a las concepciones indias sobre el mundo espiritual, facilitando la difusión de la religión en asentamientos con influencia india previa hasta el siglo XII (la trasmigración de las almas, y el concepto de "*karma*" y renacimiento). La alta riqueza y consideración en el mundo de los negocios de los comerciantes indios, atrajeron a la población local y facilitaron su conversión al Islam, a través de las mejores condiciones comerciales ofrecidas a aquellos que se convirtieran, y los matrimonios con las hijas de los aristócratas de Mahapit. Sin embargo, habrían existido contactos frecuentes con los árabes desde antes del advenimiento del Islam, quienes no habrían hecho esfuerzo alguno en convertir a las poblaciones locales para no poner en peligro sus relaciones comerciales, viviendo una existencia separada. En suma, según Sardesai las rivalidades comerciales con el reino hinduista de Mahapit; los misionarios Sufí y el efecto catalizador de la llegada del invasor portugués, parecen ser los incentivos para la expansión del Islam en

---

<sup>96</sup> Véase el epígrafe III.7.3 sobre el impacto de la cultura malaya (musulmana), para una descripción de la cultura política tradicional de los sultanes, y su influencia en la política malasia contemporánea.

<sup>97</sup> Op. cit., EVANS, GRANT, 1993, p. 78. Se trata de lenguas habladas en Filipinas, Indonesia y Malasia.



el Sudeste Asiático y la consolidación de sus sultanatos malayos (musulmanes). El sistema de castas indio no se trasplantó al área.

Sin embargo, para Stuart Fox<sup>98</sup>, el Islam sí que significa un cambio radical en la esfera política internacional: los sultanatos malayos ya no tendrían por qué rendir vasallaje a un Emperador chino investido por el Mandato del Cielo en la Ciudad Prohibida. Ni siquiera a un rey tailandés budista Theravada (paradójicamente más igualitario), intermediario entre el macrocosmos y el microcosmos a la manera hinduista, henchido de karma y dotado de los símbolos en su impresionante palacio en Sukhotai o Bangkok (con grandes estatuas de Buda, entre otros). De este modo, se altera el sistema de vasallaje y fragmentación al que el Imperio Medio (China) habría condicionado a los reinos intermedios del Sudeste Asiático, su barrera protectora. El sultán de Malaca podría rendir pleitesía a Pekín por razones netamente pragmáticas, pero no aceptar la justificación intelectual de su Mandato Divino chino. El único Dios pasaría a ser Allah y Mohamed su profeta, luego no existe espacio para Derecho Divino de los Reyes alguno. Cualquier pretensión de superioridad de un soberano, y menos uno infiel, no tendrían sentido. En el Islam todos los musulmanes son iguales ante Dios, nos referimos a la "*Umna*" (comunidad de creyentes en oración en la mezquita): una idea muy moderna en su tiempo que no consigue cuestionar las jerarquías sociales y costumbres tradicionales malayas de sustrato hinduista y budista, puesto que el Islam también estaría enseñando obediencia y sumisión. El orden internacional ahora se basaría en la figura del califa como "*primus inter pares*" entre gobernantes (sultanes) islámicos, designado por Allah para presidir sobre la Umna (la comunidad de los islámicos). Desde muy antiguo ya se están configurando límites a la influencia de China en el Sudeste Asiático, verdadera frontera intangible entre el budismo, hinduismo y el Islam.

El comercio, el dinero, es el factor que siempre ha estado detrás del cambio político y económico en Malasia y Singapur. A principios del siglo XV se empieza a constituir, en lo que antes sólo fue un poblado de pescadores, el Sultanato de Malaca. Gracias a su posición geográfica estratégica en el Estrecho, protegida por la isla de Sumatra de los monzones<sup>99</sup>, Malaca servía de refugio a los barcos llegados desde el Oriente y el Occidente: Los barcos que venían de Occidente precisaban el empuje de los vientos, dirección suroeste, del monzón del Suroeste, de mediados de mayo a septiembre, para cruzar la Bahía de Bengala (India), buscando refugio en el Estrecho de Malaca para esperar el ciclo inverso del monzón del noreste (de mediados de octubre a mayo) que les llevare de vuelta. Del otro lado, los barcos de China para viajar a los mares del Sur precisaban, lógicamente, del monzón del noreste. Tanto chinos como indios debían de esperar a los vientos favorables para volver a sus países de origen en los Estrechos.

Para reforzar su posición estratégica en el comercio entre Java, el Índico y el Pacífico, Malaca se convirtió en un puerto franco con indudables ventajas logísticas para intercambiar productos entre el Este y el Oeste de Asia, administrado por autoridades divididas en función del origen de sus comunidades mercantiles: China; Java, Bengala y Gujarat. Malaya (Malasia y Singapur) habrían sido de muy fácil accesibilidad a vela, ya que a principios del siglo XIX se tardaban 3 semanas desde Arabia; 15 días al Indostán y 90 días de Europa.

---

<sup>98</sup> Op. cit., STUART FOX, 2003, pp. 69-72.

<sup>99</sup> Op. cit., HOOKER, VIRGINIA-MATHESON, 2003, pp. 28-30 y p.71.

Una importancia estratégica que no cesa hasta la actualidad, dado que hasta el 40% del comercio mundial pasa por el Estrecho de Malaca y el Estrecho de Singapur al día de hoy. Por su importancia geográfica y estratégica, la península y Borneo siempre han estado sujetas al ataque de poderes extranjeros predatorios, lo que habría propiciado una intensa actividad diplomática con una variedad de líderes regionales y extra regionales. Los sultanes de Malaca habrían prestado vasallaje a los Emperadores chinos de la Era Ming, para facilitar los intercambios comerciales y la protección frente a tailandeses en el sur de la península y el reino de Mahapit en la Indonesia de hoy (ecos de la actual política del Gobierno malasio de "*Mirar al Este*"<sup>100</sup>, y la creciente proximidad entre Pekín y Singapur y entre Pekín y Bangkok). Para contribuir este proceso y expandir su influencia regional, Malaca utilizó la política tradicional de matrimonios reales con la realeza y aristocracia del Sudeste Asiático Insular y la Península Malaya. Por tanto, y a pesar del proceso de islamización, el Imperio de Malaca favoreció el establecimiento comercial de comunidades culturales muy diversas independientemente de su raza y su religión, dotándose de excelentes capacidades de almacenamiento de mercancías y alojamiento para las poblaciones no foráneas.

Aunque los contactos de los europeos con el Sudeste Asiático empiezan con la llegada de los portugueses en 1511<sup>101</sup>, hasta la segunda mitad del siglo XIX el impacto cultural o político occidental en la región es muy limitado. Ni portugueses, ni holandeses tuvieron interés en conquistas territoriales. El creciente tráfico de mercancías de Oriente a Venecia o Génova se habría visto seriamente reducido ante el avance de los turcos a Constantinopla (1452), luego la red de emplazamientos lusos, africanos y asiáticos, suponían una ruta alternativa<sup>102</sup>. Sólo el comercio de la pimienta significó ingresos 40 veces superiores a los de la Corona de Portugal: la cristianización de los asiáticos y el control del mercado de especias, serían las motivaciones de los pocos cientos de portugueses que, llegados en carabelas, derrotan al ejército de decenas de miles de guerreros del Sultán de Malaca. Un ejército que habría abandonado la ciudad junto con el mismo Sultán, dejando la población de Malaca masacrada por el invasor portugués, aunque según Hooker es posible que se tratara de un repliegue táctico, puesto que habrían contado con preparación y armamento tailandés y birmano, y existiera inestabilidad social<sup>103</sup> en la corte de Malaca: la gran afluencia previa a la entrada lusoespañola, habría fomentado tensiones entre facciones en el turbulento marco político tradicional malayo. *SarDesai* entiende en su línea asianista, que la actitud combativa contra el Islam de los portugueses, habría sido muestra de lo "*basto*", su "*comportamiento turbulento*" y su "*fanatismo*" (*San Francisco Javier* se habría sentido horrorizado por las "*cloacas del vicio*" que le pareció Malaca). Sin embargo, de este modo habría minimizado la importancia de Lepanto, la lucha contra el Islam turco y árabe en el Mediterráneo. Además, esto es algo que no se intuye, de ninguna de las maneras, en la gran belleza de las construcciones del Renacimiento Manuelino en el enclave indio de Goa<sup>104</sup>; las de Macao (China), o las destruidas por los holandeses tras expulsar a los portugueses de Malaca. Además, la entrada de los portugueses significó una activación inaudita del comercio internacional y la

---

<sup>100</sup> Fuente: Discurso del premier malasio Mahatir Mohamed durante su visita a Japón, durante el Seminario conmemorativo de los 20 años de la "*Política de Mirar al Este*", diciembre de 2002, disponible en el sitio web del Ministerio de AAEE de Japón, en <URL: <http://www.mofa.go.jp/region/asia-paci/malaysia/pmv0212/overview.html>>, (accedido el 12.11.2015).

<sup>101</sup> Op. cit., SARDESAI, 2003, pp. 59-68.

<sup>102</sup> Op. cit., HOOKER, VIRGINIA MATHESON, 2003, p. 59 y pp. 72-73.

<sup>103</sup> Op. cit., HOOKER, VIRGINIA MATHESON, 2003, p. 76.

<sup>104</sup> Fuente: Página del Patrimonio de la Humanidad de la UNESCO, "Conventos e Iglesias de GOA", disponible en <URL: <http://whc.unesco.org/en/list/234/gallery>>, (accedido el 15.01.2014).

actividad económica en el Sudeste y Este Asiático<sup>105</sup>; la entrada de ideas y tecnologías (p. ej., las matemáticas avanzadas, las armas de fuego y la navegación moderna), así como una gran influencia cultural (una minoría "portuguesa" tiene gran influencia en la economía y finanzas malasio-singapurenses en la actualidad), y una intensa transformación social.

La presencia española en Malasia y Singapur habría sido también limitada en todo el periodo colonial en Filipinas, obviando la *Guerra de Castilla* con el Sultán de Brunei en el marco de la contención del Islam malayo y la propagación de la fe católica en las islas. La lengua y cultura españolas tampoco fueron extensivas, aunque se fundara la primera universidad europea en Asia en Manila en 1611: el *Colegio de Santo Tomás*. España, con espíritu mercantilista, habría limitado todo comercio entre China y sus colonias americanas, entre China y España y limitado su expansión económica en Filipinas, de forma paternalista para con los indígenas. El mayor interés comercial en el Sudeste Asiático habría sido el *Galeón de Manila*: tras el descubrimiento del *Tornaviaje* de Urdaneta, el viaje de vuelta al continente americano desde Asia, desconocido por las demás países europeos y asiáticos. Los galeones españoles atracaban periódicamente en Manila, entre sus objetivos estarían el comercio de metales preciosos y bienes suntuarios entre el Virreinato de Méjico y la China Continental, plata por oro cuando la relación de cambio favoreció los intercambios de plata americana y las ingentes necesidades financieras de la Corona Española acuciaban.

Según Sardesai, la conquista de Malaca por los holandeses (1641) coincide con el fin de la unión de España y Portugal de 1580 a 1640. La cruzada anti islamista de los portugueses; su avaricia en forma de elevados aranceles sobre los productos comerciados en Malaca; su escasez de población y recursos humanos para la colonización (sorprendente es que un minúsculo país de un millón de habitantes, Portugal, llegara a controlar el comercio de especias con Occidente), así como el descuido del Consejo en Madrid por el Imperio Portugués en el periodo de unión hispano lusa, habrían facilitado la entrada de los holandeses. Para Sardesai, la preocupación de la Compañía Holandesa de Indias Orientales (VOC) en Malaca habría sido estrictamente comercial. Obsesionada por el beneficio, no habría tenido interés alguno ni por mejorar la condición material de los pueblos conquistados ni convertirlos a la religión cristiana. Los holandeses favorecieron el gobierno indirecto, dejando a los gobernantes en el Sudeste Asiático insular y la Península Malasia hacerse cargo de sus súbditos, y no interfiriendo en sus relaciones en tanto en cuanto comerciaran exclusivamente con la VOC, y no con otros poderes europeos.

El *leveringen* era el sistema mercantilista de suministros forzosos que utilizaban los holandeses, obligando a las poblaciones de sus colonias a entregar unas cantidades determinadas de especias a unos precios fijos lo más pequeños posible en Asia. Los holandeses determinaban zonas especiales para el cultivo específico de determinadas especias. La marina holandesa controlaba los cultivos no permitidos en áreas no pre determinadas, quemándolos, de este modo se aseguraba que no hubiera excesos de oferta de especias que afectaran los precios finales. Según Hooker<sup>106</sup>, la pauta funcionalista y legalista de los europeos entraría en conflicto con la importancia de los ritos para los malayos: Para los europeos, lo importante eran los contratos

---

<sup>105</sup> Op. cit., EVANS, GRANT, 2010, pp. 186-187.

<sup>106</sup> Op. cit., HOOKER, VIRGINIA MATHESON, 2003, p. 79.

comerciales y su correcto fraseado, así como obtener derechos comerciales (monopolios en muchos casos), sobre algunos productos: "[...] la letra de la ley, y la letra pequeña de sus tratados eternos". Por contrario, los malayos no entenderían los contratos así: lo importante serían los juramentos en ceremonia solemne. Nos referimos a ritos como la ofrenda de flores del presidente singapurense *Lee Kuan Yew* en Indonesia, sobre las tumbas de *Osman Haji Mohammed Ali* y *Harun Said*<sup>107</sup>. Lee deposita flores sobre los soldados indonesios ejecutados en Singapur por terrorismo en la era Sukarno, sellando la amistad entre ambas naciones. El rito solemne, las formas como bien entiende Lee, tan importantes siempre en el mundo malayo. La importancia del capital holandés en el comercio de materias primas pervive hasta nuestros días tanto en Malasia como en Indonesia.

Georgetown, en la interesantísima isla de Penang, fue la mayor ciudad occidental (británica) en Asia antes de Singapur. Fundada por *Francis Light* en 1786<sup>108</sup>, ya competía con los asentamientos holandeses de Malaca y Batavia (origen de la actual Yakarta, en Indonesia) como centro privilegiado para el comercio colonial de especias europeo. Sólo echar un vistazo a *Suffolk House*<sup>109</sup>, palacete neoclásico (en torno a 1811), en una ladera de Georgetown, para comprender la modernidad, revolucionaria, del tipo de comerciantes, funcionarios y aventureros detrás de la construcción, accidental, de lo que iban a ser Malasia y Singapur. La grandísima riqueza de los templos chinos e indios, mezquitas y "*kongsis*" de Penang, atestiguan la enorme prosperidad alcanzada en su tiempo en esta ciudad que anticipa a la fase moderna de la globalización, donde ya había calles para armenios o portugueses, chinos o malayos. El Jardín Botánico y Experimental de Penang, fundado en 1822 por el mismo Stamford Raffles (sucesor del Jardín de Especies de Christopher Smith de 1798<sup>110</sup> con 2000 plantas), centro privilegiado de descubrimiento, difusión y conocimiento de especies botánicas y sus aplicaciones económicas a escala global en el XIX y el XX, anticipa al Jardín Botánico de Singapur (1858)<sup>111</sup>, de donde parten las especies de las inmensas explotaciones comerciales: los monocultivos de goma natural que hoy cuadriculan, a modo de bosques artificiales, las llanuras costeras de Malasia e Indonesia, o el cultivo comercial del orquídeas decorativas para la exportación, organizados por terratenientes tanto ingleses como holandeses.

La cesión de Malaca (en la Península malasia) a la Gran Bretaña (1823), intercambiada a Holanda por la colonia británica de Bencoleen<sup>112</sup>(en la isla de Sumatra) tras las guerras napoleónicas, fija las esferas de influencia de ambas potencias. Thomas Stamford Raffles organizaría en Singapur el que sería el principal enclave comercial de la Gran Bretaña en el área (cedido en 1819), utilizando principios económicos y

---

<sup>107</sup> SEBASTIAN, LEONARD C., "The Usman-Harun Issue: Some Thoughts for Indonesia to Ponder", Singapur, Comentarios de la Rajaratnam School of International Studies (RSIS), n° 029/2014, 12.2.2014, disponible en <URL: <https://www.rsis.edu.sg/rsis-publication/idss/2154-the-usman-harun-issue-some-th/> >, (accedido el 19.02.2014). Esta nota se corresponde, a modo de "*diklat*" singapurense, con una entrevista en televisión al Ministro de AAEE de Singapur.

<sup>108</sup> KHOO SU NIN, *Streets of George Town and Penang. An Illustrated Guide to Penang's City Streets & Historic Attractions*, cuarta edición, Penang, Malasia, Areca Books, 2007 (primera edición de Janus & Print Resources, de 1993), 201 páginas, pp. 12-13, 30 y 79.

<sup>109</sup> Fuente: Sitio web de la UNESCO, "Unesco, Asia Pacific Awards for Cultural Heritage Conservation. Award of Distinction 2008: Suffolk House", disponible en (accedido el 29.01.2014)

< URL: <http://www.unescobkk.org/culture/heritage/wh/heritageawards/previous/2008/award-winners/2008dt3/> > ,

<sup>110</sup> WEISS, E. A., *Spice Crops*, 1ª edición, Wallingford, Oxfordshire, Reino Unido, CAB Publishing, 2002, 399 páginas, p.87, y JONES, DAVID, "Colonial Botanic Gardens and World Heritage: the significance of the Penang 'Waterfall' Botanic Gardens", Penang, Malasia, documento de trabajo de la conferencia internacional "La historia de Penang", organizada por el *Penang Trust Heritage* y el diario malasio *The Star*, 2002, 84 páginas, p. 34.

<sup>111</sup> Fuente: Sitio web del Jardín Botánico de Singapur, disponible en < URL: <http://www.sbg.org.sg/unesco/> >, (accedido el 15.01.14).

<sup>112</sup> Op. cit., SAW SWEE-HOCK, 2007, p.3.

urbanísticos entonces revolucionarios. Durante las Guerras Napoleónicas, el Gobierno de la isla holandesa de Java fue asignado a los británicos y Raffles designado gobernador. El gobierno holandés de las Indias Orientales le habría resultado a Raffles "*vicioso*" e "*injusto*"<sup>113</sup> en materia económica (o quizá poco rentable), para lo cual puso en marcha una serie de medidas liberales. Raffles ordena la supresión casi completa del sistema de suministros forzados (*leveringen*), y concedió a los javaneses la libertad de plantar y vender el tipo de cultivo que quisieran. Según Sardesai, Raffles habría autorizado la propiedad de la tierra de los cultivadores a cambio del pago de alquiler por las tierras cultivadas: dos quintos del rendimiento en dinero efectivo, más o menos, dependiendo de la calidad de las tierras. El gobierno británico de Raffles trataría directamente con los pueblos (*kampungs*), la unidad administrativa de referencia; los precios dependerían del libre mercado para todos los productos, y los campesinos tendrían dinero en el bolsillo para poder comprar bienes de consumo (a poder ser británicos, ya que Raffles veía a las Indias como un espacio privilegiado para la distribución de las manufacturas industriales producidas en el Reino Unido, de las que Holanda carecía). La monetarización de la economía y el enriquecimiento del campesinado abrirían nuevos mercados para la industria británica. Sardesai indica que no todos los efectos habrían sido positivos en este experimento parcial. Por ejemplo, el cambio del sistema de regentes (el poder estaba nominalmente en mano de gobernantes tradicionales, aristocracia local "*priyayi*", con unos pocos residentes holandeses al cargo) al sistema de caciques como representantes de los pueblos, habría estado sujeto a abusos de los caciques: al abolirse los catastros oficiales la distribución de tierras entre los campesinos estaba en manos del cacique, sujetos a su voluntad arbitraria, y las explotaciones se verían abocadas a contraer préstamos a intereses exorbitantes para pagar los impuestos en efectivo. Raffles, anticipando la intervención británica en los Estados Malayos, es partidario de un sistema de justicia diferenciada, una para europeos otra para malayos; del gobierno directo de las colonias de las Indias Orientales y hacer de las aristocracias locales un cuerpo de funcionarios, así como intervenir intensivamente en el gobierno colonial. Así los colonizadores europeos en el Sudeste Asiático instauran un sistema de discriminación racial a favor de los europeos<sup>114</sup>.

Al final de las Guerras Napoleónicas, Java y las Islas Orientales son devueltas a los holandeses, quienes restauran sus monopolios comerciales excluyendo a los barcos ingleses del comercio en todos sus puertos, exceptuando el de Batavia en las Indias Holandesas en condiciones controladas. Por esta razón, Raffles funda Singapur aprovechando de forma cuestionable<sup>115</sup> una disputa sucesoria malaya típica, la del Sultanato de Riau bajo protección holandesa, a quién Singapur pertenecía. Singapur, donde ya vivían 11000 malayos<sup>116</sup>, se concibe pues como un puerto al sur de Penang que desafía la pre eminencia comercial holandesa en el espacio malayo. Raffles tendría muy en cuenta los principios liberales experimentados en Java, declarando a Singapur zona franca (no se pagan determinados impuestos de entrada o salida de mercancías, modelo para el futuro puerto de Hong Kong). El objetivo del nuevo asentamiento: complementar y expandir las actividades

---

<sup>113</sup> Op. cit., SARDESAI, D.R, 2010, pp. 83-86 y 138.

<sup>114</sup> Ibid., 2010, p. 137.

<sup>115</sup> Op. cit., HOOKER, VIRGINIA MATHESON 2003, pp. 103-106, y SARDESAI, D.R, Op. cit., 2010, p. 92.

<sup>116</sup> MAUZY, DIANE K. y MILNE, R. S., Singapore Politics under the PAP, 1ª edición, 2002, Londres, Routledge, 288 páginas. Mauzy imparte en la Universidad de la Columbia Británica en Canadá, y su campo de especialización es el sistema político malasio y singapurense. Entre otros cargos es Presidente del Consejo Canadiense de Estudios sobre el Sudeste Asiático y Vice Presidente de la Sociedad Canadiense de Estudios Asiáticos. El emérito Milne era especialista en estos mismos temas, y ha sido profesor en la misma universidad; en la de Londres, en la de Singapur y en la Universidad de Victoria (Nueva Zelanda).

comerciales del Imperio Británico en la isla de Penang. Un asentamiento estratégico como apoyo y protección a la red de sus enclaves e intereses comerciales en el Este de Asia, empezando por Cantón, donde los británicos sólo podían comerciar a través de las redes de corrupción de los funcionarios reales chinos, bastante antes del viaje a China de Lord McCartney de 1793<sup>117</sup>. El experimento de Singapur tuvo efectos extraordinarios: cuatro años tras su fundación el montante del comercio alcanzó los cuatro millones de libras, a expensas del comercio del Sultanato de Riau y, por tanto, de los holandeses<sup>118</sup>. Singapur, además de su situación estratégica y la protección de la Armada de Su Graciosa Majestad, posiblemente contara con una serie de ventajas en el comercio asiático. Ventajas derivadas de su gobierno relativas al imperio de la Ley, la administración pública y el control de la corrupción institucional, cimientos de la pre eminencia de Singapur como centro financiero y comercial regional privilegiado en la actualidad según el PAP de *Lee Kuan Yew* en el poder. El buen Gobierno colonial podría haber cumplido los siguientes requisitos (quizá exceptuando el 2º y el 5º)<sup>119</sup>:

1. aseguraría el respeto de los derechos de propiedad, para fomentar el ahorro y la inversión;
2. garantizaría los derechos de libertad personal... Contra tanto los abusos de la tiranía... Como contra el crimen y la corrupción;
3. garantizaría el cumplimiento de los contratos;
4. proveería de un gobierno estable....Gobernado por reglas conocidas públicamente;
5. proveería de un gobierno receptivo;
6. proveería de un gobierno honesto.... Que no favoreciera a rentas, ni personas con posición;
7. proveería de un gobierno moderado, eficiente y no codicioso... Para mantener los impuestos bajos, y reducir las demandas del Gobierno sobre el excedente social".

Las políticas ilustradas de Singapur, muy modernas para su tiempo, ya habrían sido aplicadas por los españoles con anterioridad en las Filipinas en el último cuarto del siglo XVIII, facilitando la producción agrícola para los mercados (tabaco; añil; cañamo, entre otros cultivos), que fueron liberalizados tras levantar la prohibición sobre la instauración de plantaciones y explotaciones mineras comerciales. Studwell<sup>120</sup> también resalta las trazas de la era del Liberalismo de *Adam Smith*, *Raffles* y *Ricardo*, en la apertura de los puertos chinos al comercio europeo (Guerra del Opio). En 1844 el gobierno colonial español de las Filipinas ya habría eliminado los monopolios comerciales, atrayendo una pléyade de comerciantes británicos y americanos. Estos llegarían a ocupar una posición dominante en la economía filipina en las postrimerías de la Independencia.

---

<sup>117</sup> KISSINGER, HENRY, *On China*, 2ª edición, Nueva York, Estados Unidos, Penguin Group, 2012, 640 páginas, pp. 35-45. Lord McCartney intenta convencer al Emperador Qing de las maravillas de la ciencia de Occidente, y de todo lo que China tendría que ganar abriéndose al comercio con el Reino Unido, el atraso chino. El Emperador y sus mandarines no se muestran interesados por los regalos de McCartney (la tecnología más avanzada del momento) y, solicitando el vasallaje del Reino Unido al Imperio Medio, le niegan la posibilidad de abrir embajada en Pekín, ya que ningún reino vasallo habría tenido nunca ese derecho.

<sup>118</sup> Op. cit., HOOKER, VIRGINIA MATHESON, 2003, p. 105.

<sup>119</sup> FERGUSON, NIALL, *Empire, How Britain Made the Modern World*, 2ª edición, Londres Penguin Books, 2004 (edición de bolsillo de la edición de Allen Lane de 2003), 422 páginas, p. 370.

<sup>120</sup> STUDWELL, JOE, *Asian Godfathers: Money and Power in Hong Kong and South East Asia*, Nueva York, Grove Press, 2007, 328 páginas, p. 7. Studwell, fundador del *China Economic Quarterly*, es periodista y escritor de libros de bastante éxito en el Sudeste Asiático, próximo a los expertos que publicaban en el otrora influyente *Far Eastern Economic Review*.

Por tanto, las diferencias entre los sistemas políticos; económicos y sociales de Singapur y la Malasia Peninsular, tienen sus orígenes en el pasado común de la misma colonización británica. Los *Asentamientos de los Estrechos* en 1826<sup>121</sup> (las islas de Singapur y Penang; así como Malaca, en la Península Malasia), permiten al Imperio Británico imponer su supremacía en el Estrecho de Malaca. Aquí la influencia británica e internacional habría sido más intensa que en los *Estados Malayos* (musulmanes), donde la presencia de la etnia malaya (musulmana) es mucho mayor y, a partir del último cuarto del siglo XX, la dominante. Los Estados Malayos fueron administrados por un *Residente* británico que ostentaba el poder efectivo, aunque nominalmente los Jefes de Estado fueran los sultanes malayos (musulmanes). Mientras que los Asentamientos, administrados por un *Gobernador* británico, se habrían centrado tradicionalmente en actividades comerciales y financieras, tanto la Malasia Peninsular como la Insular tuvieron como destino prioritario la explotación de recursos naturales y plantaciones hasta bien entrado el siglo XX.

El Imperio Británico habría sido reticente a la expansión territorial en los Estados Malayos hasta el último cuarto del siglo XIX, lo que facilitó la conquista de los territorios insulares de Borneo, al Sur del Sultanato de Brunei, por un aventurero británico. James Brooke, auto denominado "*Rajá*", quién funda el *Reino de Sarawak*, actual *Estado de Sarawak* de la *Federación Malasia*, que fue propiedad de la familia del *Rajá Brooke* hasta el final de la II Guerra Mundial. Sabah fue controlada durante décadas por la *Compañía Británica del Norte de Borneo*, y ambos territorios, Sabah y Sarawak, fueron ganados al Sultanato de Brunei y el de Sulu. Sentado esto, en 1873 una acumulación de factores internos y externos propicia la toma del Sultanato de Perak (malayo) por un ejército británico (mayoritariamente indio) traído de Bengala y Hong Kong, desde el *Asentamiento* de la isla de Penang, inaugurando el *Sistema de Residentes* peninsulares. Entre los factores externos de la expansión británica en la península de Malasia: *La Guerra del Opio*, qué facilitó la apertura de la emigración china e india a la toda la Malaya colonial y aumentó los flujos comerciales internacionales; la apertura del Canal de Suez y la revolución tecnológica de los barcos de vapor (seguidos por los refrigerados); así como la enorme subida de la demanda de materias primas en las metrópolis europeas, y la necesidad de mercados para sus manufacturas. El origen geográfico de la emigración china, verdadera "mercancía" en la era colonial, venía determinada por factores tan sencillos como el origen y destino de las líneas de transporte marítimo (si se abría una línea entre Haikou en la isla de Hainán a Bangkok, lo normal es que la etnia china dominante en Bangkok fuera hainanesa)<sup>122</sup>. La escasa población y grandes recursos del Sudeste Asiático; así como la pobreza; las presiones demográficas; las constantes revueltas en la China derrotada por las potencias occidentales, y el levantamiento de la prohibición de emigrar desde China hasta 1893<sup>123</sup>, impelían a los chinos a emigrar masivamente en condiciones deleznable. Ser expulsado de Malaya probablemente significara la muerte en el marasmo de la China en revueltas y decadencia desde la Guerra del Opio. Miles de chinos, no resistieron las condiciones del viaje y eran tirados, literalmente, por la borda de los mercantes<sup>124</sup>. Las constantes

---

<sup>121</sup> SARDESAI, D.R., Op. cit., 2010, pp. 92 y 114-120.

<sup>122</sup> Op. cit., STUDWELL, JOE, 2007, p.6.

<sup>123</sup> FENBY, JONATHAN, *The Penguin History of Modern China*, 2ª edición, Londres, Penguin Books, 2009 (la primera de la editorial Allen Lane, de 2008), 763 páginas, pp. xxxi (Introducción); 9-10; 18; 19-20; 26-33 y 98. Fenby fué editor del diario londinense *The Guardian* y del *South China Morning Post*, de Hong Kong.

<sup>124</sup> PURCELL, VICTOR, *The Chinese in South East Asia*, colección "Asia Paperbacks", 2ª edición, Oxford, Reino Unido, Oxford University Press, 1981 (1ª edición, Londres, Royal Institute of International Affairs [Chatham House], 1951, re impresión, edición de bolsillo de la 2ª edición del mismo instituto de 1965, el del fallecimiento de Purcell), 623 páginas, pp.

convulsiones en el Imperio Medio de 1850 a 1948, tuvieron su eco en Malaya y su política migratoria colonial: por ejemplo, en los años 20 y 30 se habrían puesto restricciones a la emigración desde China, por las rivalidades entre miembros del Kuomintang y los comunistas<sup>125</sup>. En el marco del Nuevo Imperialismo europeo, Studwell habla de una era de contradicciones crecientes, entre la voluntad política de aumentar la expansión colonial y la liberalización (desregulación) de muchos aspectos del comercio internacional y las finanzas (libertad comercial y de movimiento de capitales, mayor competencia comercial internacional en las mismas colonias): Los monopolios comerciales de las grandes potencias coloniales se desmontaron a partir de 1830, y esto afectó a parcelas del comercio británico en el mismo Singapur, ganadas por otras potencias europeas en terreno propio (Singapur). Los británicos sólo tendrían ventajas comerciales en el ámbito de los Estados Malayos, dadas sus relaciones privilegiadas políticas y comerciales con los sultanes peninsulares frente a los competidores europeos como Holanda, uno de los determinantes de la expansión británica en la Malasia Peninsular. Alemania, ya empieza a tomar relevancia en Asia (reciben *Qingdao*, China, en 1891), y Francia, que mantuvo estrechas relaciones políticas y comerciales desde sus enclaves indios de la *Compañía Francesa de las Indias Orientales* con Tailandia y la Cochinchina, entra Vietnam en 1858 con la ayuda española desde Filipinas (la conquista finaliza en 1883)<sup>126</sup>.

Entre los factores internos, el fundamental es la "*Fiebre del Latón*": Desde mediados de siglo XIX se ponen en explotación los enormes yacimientos de Latón en Perak (Malasia Peninsular). El latón tiene gran demanda en la expansión norteamericana al *Lejano Oeste*, atrayendo cantidades ingentes de capital chino y británico desde Singapur y Penang a Perak. El goteo de la inmigración china a los Asentamientos que empieza con la fundación de Penang en el XVIII, se dispara hacia la península con la fiebre del latón hacia Perak. Los intereses comerciales sino-británicos crecieron exponencialmente en Perak de 1850 a 1873, lo que se aunó a una creciente inestabilidad interna del sultanato, propugnando la intervención militar para asegurar, según Sardesai, "cierta estabilidad política y una administración razonablemente eficaz". Para Matheson-Hooker, a ojos de los comerciantes más exitosos, las teorías del "*laissez faire*", los bajos impuestos y el libre comercio de los Asentamientos de los Estrechos, habrían sido un triunfo frente al supuesto "caos" y "desorden" del Gobierno de los sultanes en Perak<sup>127</sup>: todos los sultanatos Malayos habrían sido presa de sus múltiples disputas dinásticas tradicionales, lo que les habría debilitado grandemente. La piratería malaya era extensa y el tráfico de los ríos inseguros. Aprovechando esta debilidad, los británicos habrían tomado partido de una facción propicia en otra disputa dinástica malaya típica, para asegurarse el apoyo de la realeza malaya para intervenir en Perak. Las típicas peleas entre chinos y malayos habrían sido frecuentes lo que animó a los "capitanes" chinos de Perak a requerir la intervención británica.

Tras firmar obedientemente el acuerdo entre el sultán, la corte malaya (musulmana) de Perak y el Gobernador británico de Penang, se inicia una tradición de colaboración reticente con los funcionarios británicos y su Residente: los malayos se habrían sentido "*engañados*" por no saber a lo que se comprometían con los

---

247-248. Purcell, precursor de los estudios de la Diáspora China, fue profesor de Historia de Extremo Oriente en Cambridge, funcionario colonial, especialista en asuntos chinos y defensor de los chinos en Malasia.

<sup>125</sup> Op. cit., MAUZY, DIANE K. y MILNE, R. S., 2002. p. 14.

<sup>126</sup> Op. cit., SARDESAI, D.R., 2010, pp. 92-99. La expansión francesa por Indochina se correspondería con la británica por la Malaya peninsular. La competencia de ambas potencias se deja notar hasta en el Shanghái de la China derrotada en la Guerra del Opio: la Concesión Francesa, la británica y la Americana.

<sup>127</sup> Op. cit., HOOKER, VICTORIA MATHESON, 2010, p.133.



británicos. Por una parte, decir "no" es de mala educación entre malayos (musulmanes) para no ofender a la contraparte<sup>128</sup>. Es decir, siempre según Barber<sup>129</sup>, muchas veces un "sí" no sería exactamente un "sí", lo que es podría haber jugado un papel en los malentendidos en las negociaciones entre sultanes y residentes. Por la otra, resulta más plausible, en la línea de Sardesai que, en un entorno en el que los derechos y obligaciones de los unos y los otros no estaban claramente definidas, el Residente propusiera legislación y medidas, y el sultán, por miedo al poderío militar británico, asintiera con cortesía oriental. En suma, en sociedades orientales sin valores cristianos, donde los musulmanes (los más próximos a los valores cristianos) se habrían contemplado de forma "flexible": el miedo al poderío militar y/o a perder el prestigio (la "face" oriental)<sup>130</sup> y quebrar la armonía social asiática, podrían haber contado bastante más que nada remotamente similar a los Diez Mandamientos<sup>131</sup>. La resistencia sutil de los sultanes se correspondería con la "resistencia pasiva" del campesinado malayo a la expansión británica, manteniéndose al margen de la ley colonial, entendida como extranjera: una resistencia resignada y pacífica en la línea del "contrato social" con los sultanes, casi nunca violenta. El campesinado malayo subsistiría en base a las pequeñas explotaciones agrarias, ocupadas muchas veces por necesidad, y la pesca. La ley extranjera habría significado la titularización y apropiación de las propiedades agrarias tradicionales en las márgenes de los ríos. un concepto extranjero extraño que llevaría a expulsiones y conflictos con las autoridades coloniales, relegando al campesinado malayo (y a la etnia malaya en general, no explotada por el capital extranjero) a una posición de marginalidad frente a las actividades y sectores económicos más importantes (y los demás grupos étnicos y sociales<sup>132</sup>). Este proceso trajo consigo una estratificación social muy marcada en el mundo rural malayo entre grandes propietarios, clases medias y trabajadores sin propiedad o renta alguna. Aunque las dos primeras se beneficiaran grandemente de la producción del caucho, la pobreza rural malaya en tiempos coloniales es extensa y la más numerosa entre los grupos étnicos hasta la NEP de los años 70<sup>133</sup>. Las relaciones impersonales del naciente capitalismo y sus leyes y contratos escritos, habrían roto con las tradiciones de los poblados malayos, vistas desde la óptica y las rígidas normas de comportamiento musulmanas: las redes de relaciones delicadas entre miembros de las clases consideradas superiores e inferiores. Esa resistencia pasiva al capitalismo y a los extranjeros, se expresa de diversas formas en el mundo malayo actual. Pongamos por ejemplo la apelación repentina de "espíritus" arcaicos del mundo malayo, como los "hantu": una fábrica entera de alta tecnología llena de operadores malayas se para 8000 horas por la "histeria colectiva" (operarias pegando gritos, supuestamente poseídas) causada por la supuesta aparición de un espíritu. Evans<sup>134</sup> lo considera una protesta y el cuestionamiento de sistemas rígidos de de organización, de forma indirecta, a través de formas inesperadas u originales. Actitudes que también dejan sentir en el día a día de las

---

<sup>128</sup> BARR, MICHAEL D., *Lee Kuan Yew, The Beliefs Behind the Man*, 2ª edición, New Asian Library, Kuala Lumpur, Malaysia, 2009 (1ª edición de Curzon Routledge: Monografía número 52 del NIAS [Nordic Institute of Asian Studies], Abingdon, Richmond, Surrey, Reino Unido, Curzon Press, 2000, 273 páginas), 281 páginas, pp. 30-31. Lee Kuan Yew tb. habría malinterpretado al Tunku Abdul Rahman por razones culturales en las negociaciones para la unión de Malasia y Singapur. Barr, profesor titular de la Universidad de Findlers en Australia, fue premiado por su tesis en la que se basa este libro sobre Lee Kuan Yew, por la Asociación de Estudios Asiáticos de Australia.

<sup>129</sup> BARBER, ANDREW, *Malaya, the Making of a Nation*, Kuala Lumpur, AB&A, 2008, 140 páginas, pp. 52-55.

<sup>130</sup> Véanse los epígrafes III.7.2 y III.7.3 para mayor información sobre la distancia cultural entre malayos y occidentales.

<sup>131</sup> ZAKARIA, FAREED, *The Post-American World, And the Rise of the Rest*, 2ª edición, Londres, Penguin Books, 2009, 292 páginas, pp. 84-86.

<sup>132</sup> Op. cit. SARDESAI, 2010, p. 283.

<sup>133</sup> MILNER, ANTHONY, *The Malays*, 1ª edición, Chichester, West Sussex, Reino Unido, Blackwell Publishing Ltd., 2011 (edición de bolsillo de la misma obra de Blackwell de 2008), pp. 75-185. Milner es un experto en la Historia del Sudeste Asiático, especializado en el mundo malayo y su relación con Australia: Profesor de Historia Asiática de la Universidad Nacional de Australia, es vicepresidente del Council for Security Cooperation in Asia Pacific.

<sup>134</sup> Op. cit., EVANS, 1993, pp. 229-230.

escasas interacciones de los malayos con los occidentales, en forma de obstáculos a la prestación de servicio o desidia intencional (el comercio y profesionales chinos e indios se encargan generalmente del grueso de los asuntos importantes en la actualidad). Otro ejemplo sería la desaparición del primer vuelo de la Malaysian Airlines en marzo de 2014, cuando se habría recurrido a la colaboración de "*bomohs*" (hechiceros malayos) para encontrar el avión perdido comunicándose con los espíritus. Se presentó a tres chamanes a la prensa que, sentados en una colchoneta (que hacía las veces de canoa imaginaria en el lobby del aeropuerto), interpretaron una ceremonia hartamente pintoresca: el primero moviendo las palas como quién impulsa "la canoa"; el segundo blandiendo una cesta en movimientos circulares, el tercero, ídem con unos cocos, y todos gritando sin parar "*Allah es poderoso*", con referencia al Dios de los islámicos<sup>135</sup>.

Aunque los residentes británicos tuvieron que tomar en cuenta la costumbre y religión malayas (musulmanas) en la península, tras el asesinato del Residente de Perak (*Edmund Birch*), la respuesta militar del Imperio fue contundente: se impuso la regla británica en toda la península estableciendo poco a poco un Residente en cada uno de los Estados Malayos (sultanatos). Los funcionarios británicos, siguiendo la estela del ilustrado Raffles, aprendieron la lengua malaya probablemente por la multiplicidad de idiomas chinos y su complejidad, lo que habría facilitado mitos paternalistas no sólo de la percepción de superioridad racial europea con raíces en el Darwinismo Social<sup>136</sup>, si no de su papel "*incuestionable*" en la Malaya colonial: un cuerpo de funcionarios pequeño, bien preparado y especializado, que seguían a una minoría de terratenientes, financieros e industriales británicos que mantuvieron el control efectivo de la economía hasta 1957. Estos mitos habrían contribuido a una actitud protectora de los británicos a los malayos (musulmanes), mientras consolidaban su política de separación de las "razas": barrios para indios y chinos, y los malayos al "*kampung*" (pueblo agrícola, o poblamiento malayo diferenciado en centro urbano). En suma, los británicos se auto atribuyeron el papel de "*protectores del malayo*", mientras que favorecieron la expansión del capital de la metrópoli, así como la emigración china e india (desde Hong Kong y el Virreinato de la India) a la Península. Una protección frente a chinos e indios, que resultaron en su momento mucho más competitivos<sup>137</sup> y dinámicos que los malayos para los intereses británicos. Sin su enorme esfuerzo habría sido imposible que Malaya hubiera llegado a generar la mitad de la producción mundial de goma natural en 1924, y ser el mayor productor mundial de latón en 1900<sup>138</sup>. La mano de obra emigrante suscitaba el miedo de los malayos (musulmanes), muchos de los cuales perdieron sus empleos. Según Milner<sup>139</sup>, aparecieron noticias en la prensa malaya del momento que hablaban de un "*peligro amarillo*" (occidental), el de unos extranjeros "*con gran energía*", y "*sin buenos modales*", que iban a "*apropiarse de la propiedad de la gente*" a través de "*fraudes*".

La protección de los británicos fue más intensa para aquellos malayos (musulmanes) de las clases superiores, probablemente por estar más cerca de los recursos de la hacienda pública: tanto la sociedad clasista

---

<sup>135</sup> ANÓNIMO, "Witch doctor performs ritual to 'locate' missing Malaysian Airline plane", noticia en vídeo de la cadena de televisión de la Unión Europea, *Euronews* (Lyon, Francia), 12.03.2014, disponible en (accedido el 12 de junio de 2013) < URL: <http://www.youtube.com/watch?v=mQXdGXjUx4M> >.

<sup>136</sup> Op. cit., BARR, 2009, p. 4, p.11 y p. 51.

<sup>137</sup> Op. cit. MAUZY y MILNE, 1999, p. 10.

<sup>138</sup> Op. cit., HOOKER, VIRGINIA MATHESON, 2003, pp. 157 y 173-175.

<sup>139</sup> Op. cit., MILNER, ANTHONY, 2011, pp. 75-185.

malaya como la británica respetan la desigualdad de poder entre clases<sup>140</sup>. El respeto de la élite malaya probablemente sólo dependiera del enorme poder militar del Imperio Británico, y de los beneficios obtenidos de su mutua colaboración. Los funcionarios malayos de élite (musulmanes) en el sistema británico de residentes en los Estados Malayos, pasaron a ser preparados en la Academia de Kuala Kangsar: El "Eton" malayo, donde aprendían a recitar a Shakespeare y a jugar al cricket. Según Watson Andaya y Sardesai<sup>141</sup>, los primeros residentes habrían tratado con enorme "*paciencia y tacto infinito a los sultanes y sus súbditos, combinando firmeza con simpatía amistosa y dignidad con deferencia*". Según Barber<sup>142</sup> (véase nota anterior), los malayos (musulmanes) de condiciones humildes habrían intentado mantenerse lejos de las actividades extractivas, pesadas y difíciles, en minas (trabajadores chinos) y plantaciones u obras públicas (trabajadores indios), ya que los patronos "extranjeros" les habrían considerado poco fiables, o simplemente "desaparecían". Lo que está claro es que los malayos pobres se mantuvieron al margen de la economía del latón y las plantaciones de goma natural de 1872 a 1929, un negocio dirigido por británicos del que se beneficiaron chinos e indios. Barr indica que esta es la razón, que habría llevado a los ingleses a pensar que los malayos eran aún más lentos e indolentes que los indios<sup>143</sup>, aunque lo lógico es que los malayos se sintieran apabullados por la enorme competencia por los empleos del flujo enorme de emigración china e india. Los Residentes de los Estados Malayos, le arrebatan el control de las finanzas al sultán y su burocracia con el objetivo fundamental de financiar la seguridad externa e interna de la colonia, y extraer beneficios para la metrópoli y sus colonizadores, todo esto encuadrando a la burocracia bajo sus designios. Barber<sup>144</sup> también indica que, si bien pueda ser verdad que una vez alcanzado el poder, el Residente trató con el típico paternalismo pastoral racista, colonial y condescendiente ("*La carga del hombre blanco*"<sup>145</sup>), a los sultanes, la condición económica de los sultanes mejoró increíblemente bajo su tutela<sup>146</sup> (a cambio de la pérdida de control de la política y las finanzas de sus sultanatos), y el cambio estructural económico y social fue enorme. Como indicamos, el primer residente inglés en Perak (Edmund Birch), fue asesinado por intentar poner cierto orden, entre sultanes y caciques malayos: aparte de no considerar la posibilidad de que la aristocracia malaya percibiera sus ingresos tradicionales, les prohibió llevar la bella daga tradicional (el "*kris*", utilizado en disputas entre malayos y chinos) en las ceremonias públicas, e intentó acabar con el sistema de servidumbre (esclavitud) por deudas, del que las élites malayas se beneficiaban (que se mantuvo en China hasta la llegada de Mao Tse Tung en 1948 y fue suprimido en el Imperio Británico en 1833<sup>147</sup>). El *kris* es uno de los símbolos de la sociedad feudal utilizados con torpeza y folclore por algunos políticos malayos (musulmanes) en la Malasia actual, en uno de esos gestos que horrorizan en Singapur: en un congreso reciente del UMNO (partido malayo en el poder en Malasia desde la Independencia): "[...] cuando un delegado dijo estar listo a "*bañarse en sangre*" para defender los privilegios especiales malayos (musulmanes) y el ministro de educación, para no ser menos, blandió una daga tradicional malaya"<sup>148</sup>.

---

<sup>140</sup> TAYEB, MONIR H.; "*International Human Resource Management, A Multinational Company Perspective*" pp. 73-74. Tayeb explica las características culturales fundamentales de las grandes organizaciones británicas. Véase tb. el epígrafe III.3, sobre la distancia cultural.

<sup>141</sup> Op. cit., SARDESAI, 2010, pp. 97 y 283.

<sup>142</sup> Op. cit. BARBER, 2005, pp. 52-55.

<sup>143</sup> Op. cit., BARR, 2009, p. 191-192.

<sup>144</sup> Véase la nota anterior.

<sup>145</sup> Op. cit., EVANS, 1993, p. 197.

<sup>146</sup> Op. cit., FERGUSON, p. 209. Sobre cómo se recompensaba a los sultanes en el virreinato de la India y se les suponía lealtad eterna.

<sup>147</sup> Op. cit., EVANS, 1993, pp. 218-221.

<sup>148</sup> ANÓNIMO, "Malaysia, tall buildings, narrow minds", Londres, *The Economist* (30.08.2007).

La Malasia Peninsular sería un buen ejemplo de estados multirraciales con poca o ninguna integración étnica: las comunidades malayas, chinas e indias, viven en comunidades contiguas pero de forma separada, y es nuestra impresión que la separación es aún mayor entre las comunidades malayas (islámicas) y que entre las no islámicas (chinas e indias)<sup>149</sup>. El sistema educativo colonial, probablemente detrás de una gran parte de los problemas del sistema educativo actual, es la causa principal del sistema británico jerárquico y de separación de "razas"<sup>150</sup> que empezaba en la escuela. La mayor parte de los malayos (los que no hablaban inglés o con capacidad económica, inteligencia o influencia suficientes para estudiar en el "Eton" malayo de Kuala Kangsar donde se intentaba "britanizar" a la elite), eran educados en idioma malayo en escuelas Islámicas: madrazas o "pondoks", las escuelas religiosas de las pequeñas aldeas, en las que impartían profesores locales musulmanes mediocres. Aunque existieron ejemplos modernizadores, la tónica de estas instituciones habría sido influida por el paternalismo colonial "protector" del malayo (musulmán): se ponía bastante interés en no interferir las formas de vida rurales tradicionales; se les enseñaba lo más básico, a leer, jardinería y trabajos manuales, para no crear ningún tipo de disturbios. En los centros urbanos había algunas escuelas en inglés para las clases afluentes, a las que asistían chinos; indios y euroasiáticos (casi ningún malayo, ahuyentados por miedo al pecado capital musulmán, la "apostasía", el ser convertidos al cristianismo, el cierre a influencias extrañas de las comunidades malayas). Los chinos organizaron su propio sistema de educación paralelo, financiados por las asociaciones chinas (*kongsis*), en las que se enseñaba en chino mandarín, que persisten en la actualidad. Hasta la Independencia chinos e indios no ostentaron la ciudadanía en Malasia<sup>151</sup>, y en los *Asentamientos* sólo eran súbditos del Imperio Británico: en las escuelas chinas se celebraban las fiestas de la China Continental y los libros venían de China, muestras de lealtad al Imperio Medio al que supuestamente pertenecían aunque llevaran generaciones en Malaya (la Malasia colonial). Los indios tameses eran escolarizados en las plantaciones y educados en tamil, con estándares muy bajos, lo que puede explicar, más allá de la política de discriminación positiva que favorece a los malayos (musulmanes), el origen de las grandes diferencias actuales entre las clases acomodadas indias, próximas a la administración colonial británica, y el resto de indios pobres.

Por tanto, hablar de tres grupos principales en la demografía de Malasia y Singapur (malayos, chinos e indios), en este cruce caminos donde cohabitan miembros de razas austronesias; austro asiáticas e indoeuropeas<sup>152</sup>, es una sobre simplificación utilizada a efectos explicativos, no teniendo en cuenta la diversidad de grupos étnicos presentes, así como los porcentajes que representa cada grupo en los diferentes estados. Por ejemplos: los Chinos de los Estrechos (Peranakan) que ya no hablaban chino, llegan bastante antes de la visita de la imponente armada del Almirante de la China Ming, *Zheng He*, en el siglo XIV (hay constancia de asentamientos en el siglo IV en Singapur<sup>153</sup>); o los singaleses (Ceilán), desplazados en tiempos coloniales, destacados entre bastantes otros grupos étnicos minoritarios en Malasia, que se excluyen para facilitar la explicación de las variantes generales, pero nunca en el espíritu de las clasificaciones raciales de los

---

<sup>149</sup> Op. cit., SAW SWEE-HOCK, 2007, p. 9, y HOOKER, VIRGINIA MATHESON, 2003, pp. 171-173.

<sup>150</sup> Op. cit., FERGUSON, 2004, pp. 198-205. Así lo define el Gobierno de Malasia, y no por "etnias". Ferguson discute el apartheid británico en la India. Los primeros funcionarios británicos se trajeron a sus propios sirvientes indios a Malaya desde el virreinato de la India. Aunque se intuye que las relaciones raciales fueron diferentes: esta es una colonización tardía, con cierta influencia india, pero no definitiva.

<sup>151</sup> Op. cit., BARR, 2009, p. 27.

<sup>152</sup> Op. cit., EVANS, 1993, pp. 234-247.

<sup>153</sup> Op. cit., SAW, SWEE-HOCK, 2007, p. 11.

colonizadores británicos<sup>154</sup>. También es posible que estas clasificaciones prevalezcan por su simplicidad dada la gran diversidad étnica, ya que "*quién eres se define por quién no eres*"<sup>155</sup>. Por tanto, se incluye la palabra "*musulmanes*", entre paréntesis y después de "*malayo*"<sup>156</sup>, puesto que todos los pueblos que hablan lenguas austronesias no son musulmanes: filipinos; balineses (Bali) y los pueblos indígenas de Sabah y Sarawak (Malasia), entre otros, no son musulmanes. Tampoco lo son los euroasiáticos de Malaca (Malasia), cristianos originariamente de sangre malaya y portuguesa, después holandesa; británica, china e india, quienes hablan malayo e inglés (y en Malaca un pequeño grupo mantienen el "*crístau*" un dialecto del portugués como lo hacen los filipinos en Zamboanga con el "*chavacano*", dialecto español de Filipinas). Existen otras características como la costumbre y el vestido, pero para ser malayo, etnia mayoritaria de Malasia, lo primero que hay que ser es "*musulmán*", ya que ambos términos están inextricablemente unidos. Valga esta precisión para diferenciar "malayo" de "malasio". Por tanto, son malasios o singapurenses los oriundos de Malasia o Singapur con pasaporte de estos países de etnia china, india o austronesia (como lo son los malayos y los pueblos indígenas de Sabah y Sarawak, no musulmanes). Sin embargo, entre estos sólo son malayos los que son musulmanes y de lengua y etnia austronesia. Lo inverso no es cierto, no todos los musulmanes son malayos. Tradicionalmente, todos los pueblos de lengua austronesia, como los malayos (musulmanes), comparten ciertos rasgos culturales fundamentales como son: el respeto y el estatus que se da a los mayores por razón de su edad; los matrimonios consanguíneos (primos primeros o segundos), en los que se favorece que el marido sea mayor que la mujer (se casan con dote que al ser cedida pasa a ser patrimonio de la mujer); y una vida sedentaria donde el trabajo de la mujer es altamente apreciado; mientras que se supone que los hombres pueden salir del pueblo (*kampung*) para pescar, extender la superficie agrícola o dedicarse a la piratería, actividad típicamente malaya en la Historia de los Estrechos (si que sorprende que las féminas aparentemente sean mucho más activas). La única forma de incorporarse a un grupo malayo, bastante cerrado y cohesionado, es aceptar la costumbre malaya y el Islam, algo a lo que no están dispuestos la mayoría de los singapurenses (70% chinos) o los chinos e indios de Malasia (el 40% de la población) en la actualidad. Además, los musulmanes de origen chino, por muy buen dominio de la lengua malaya y familiaridad con su costumbre, nunca serían considerados como "malayos". Los malayos les consideran una "*bangsa*" distinta, es decir una comunidad con origen y cultura común diferenciada (que sólo pertenecería inalienablemente a los primeros malayos en territorio malasio) y, lógicamente, por que los chinos se perciben como una amenaza a la pre eminencia malaya (musulmana), dada su gran poder en la esfera económica<sup>157</sup>.

Si bien los británicos se hicieron cargo de las clases altas y acomodadas del mundo malayo, los más pobres fueron relegados a las actividades menos lucrativas (como el cultivo de arroz en bancales o la pesca de bajura), condenando a la mayor parte del campesinado malayo a una vida circunscrita al ámbito rural y con

---

<sup>154</sup> BAYLY, JONATHAN y HARPER, TIM, *Great Power Strategy in Asia, Empire Culture and Trade 1905-2005*, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, 2007, 312 páginas, pp. 110 y 332-333. Los profesores Baily y Harper, personalidades renombradas, son especialistas en la Historia del Imperio Británico, Malaya e India, en la Universidad de Cambridge.

<sup>155</sup> MAUZY, DIANE K. y MILNE R. S., *Malaysian Politics Under Mahatir*, 1ª edición al cargo de Michael Leifer, Routledge, Londres, 1999, 225 páginas, p. 12. Este libro pertenece a la colección *Politics in Asia*, todos editados por Michael Leifer en la misma editorial, referencia imprescindible para comprender la evolución política y securitaria en el Sudeste Asiático antes de 2001. Leifer, fue especialista en el Sudeste Asiático en el Reino Unido y en la Escuela de Economía de Londres. Cuenta con una bibliografía extraordinaria sobre Malasia.

<sup>156</sup> Op. cit., HOOKER, VIRGINIA MATHESON, 2003, pp. 21-23.

<sup>157</sup> Op. cit., EVANS, pp. 246-247.

escasísimas posibilidades de mejora<sup>158</sup>. En los años 20 lo que era "emigración" india y china, empezó a convertirse en población permanente, y la población china (en torno a 1.2 millones) e india (casi medio millón), superaron a la malaya (casi 1.7 millones), creando resentimiento entre las clases populares malayas (musulmanas). No sólo los valores y la educación de los sultanes era extranjera, si no que las diferencias eran (y siguen siendo) insultantes entre la élite malaya anglófila y los más desfavorecidos de la sociedad malaya tradicional. Desde los albores de los movimientos independistas malayos y para superar a la población india y china ("extranjeras"), los políticos malayos ya proponían que la población malaya (musulmana) creciera rapidísimamente<sup>159</sup>. Y así fue: se puede afirmar que la pre eminencia del mundo malayo en la política Malasia moderna, frente a las demás "razas" (otra vez en el lenguaje racista del Gobierno de Malasia que confunde "raza" con "etnia"<sup>160</sup>), se consiguió a partir de la fertilidad de sus mujeres. Detrás de las altísimas tasas de crecimiento de la población de 1980 a 2010 (del 2.6 al 2% respectivamente), está la tasa de fertilidad de las mujeres malayas (musulmanas), que casi dobla la de las chinas en 2011<sup>161</sup> (que ya han completado su transición demográfica en muchos distritos en Malasia y en Singapur) y es bastante superior que la de las indias. No es por tanto extraño que, aunque la política gubernamental intente compensar y redistribuir rentas de las comunidades chinas e indias a las malayas, que exista una tendencia demográfica en las familias chinas (más afluentes) a aumentar su renta per cápita<sup>162</sup>.

Los chinos ya constituían una gran parte de la población en el siglo XVIII en el Estado de Penang. Tras la Guerra del Opio (1854), a parte de los factores "pull" ("fiebre del latón" y apertura de la emigración para suplir las necesidades de las explotaciones coloniales europeas<sup>163</sup>), el factor "push" de la emigración china fueron las condiciones de vida tan penosas en la China Continental desde la Revolución Taipíng hasta la reunificación de Mao Tse Tung, los contratiempos y la precariedad en el Imperio Medio conllevaron un flujo de emigración constante al Sudeste Asiático, que se amplificaba con las crisis frecuentes de orden político. Empezando como trabajadores en la construcción y las minas, prosperaron rápidamente en un entorno de enorme riqueza natural, invirtiendo sus ahorros en plantaciones; fábricas; tiendas y bancos, a través de las redes institucionales y clientelares propias de la Diáspora China. Nos referimos a las asociaciones de beneficencia chinas ("kongsi") de ayuda mutua que, según Hooker<sup>164</sup>, servían: para encontrar empleo; servicios comerciales; hospitales y servicios educativos. Las kongsi, que apoyaban a las diferentes comunidades de la Diáspora China

---

<sup>158</sup> Op. cit, SARDESAI, 2010, p. 283.

<sup>159</sup> Op. cit, BAYLY y HARPER, 2008, en pp. 332-333. En un mitin del UMNO, partido malayo (musulmán) de 1947 en la Malaya colonial, las mujeres del UMNO: "*Si queremos mantener nuestra identidad como malayos, tenemos que tener más niños*". Este argumento "anti malthusiano" es el empleado por Mahatir, ex presidente de Malasia en su famoso "*Dilema Malayo*", que destila tintes claramente racistas en la búsqueda de la supremacía de la etnia malaya. Véase MAHATIR, MOHD, *The Malay Dilemma*, Kuala Lumpur, Malasia, Federal Publications, 1982.

<sup>160</sup> Op. cit., EVANS, 1993, pp. 235-237 y NAKAMURA, RIE, "Malaysia, a Racialised Nation: Study of the Concept of Race", Singapur, International Proceedings of Economics Development & Research, vol. 2, junio de 2012, p. 134. En las clasificaciones de los demógrafos malayos del Departamento de Estadística de Malasia también se divide a los malayos por "raza" y no por "etnia".

<sup>161</sup> Fuente: Departamento de Estadísticas de Malasia.

<sup>162</sup> BAKER, JIM, *Crossroads, A Popular History of Malaysia and Singapore*. 3ª edición, Singapur, Marshall Cavendish International (Asia) Ltd., 2014, 453 páginas, p. 365. Jim Baker es profesor de Historia en la Escuela Americana de Singapur, y autor de una variedad de libros sobre Malasia y Singapur. La suya, es la Historia más popular sobre estos países (próximo a la línea gubernamental de Singapur), actualizada y concisa.

<sup>163</sup> SURYADINATA, LEO, "Ethnic Chinese in South East Asia: Overseas Chinese, Chinese overseas or South East Asians?", en AAVV, *The Chinese Overseas*, colección "Routledge Library of Modern China", volumen III, 1ª edición al cuidado de Hong Liu, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, 2006, 422 páginas, pp. 88-106, en pp. 94-95.

<sup>164</sup> Op. cit. HOOKER, VIRGINIA MATHESON, 2003, pp. 26-27.

en función de su origen e idioma en/del Sur de China (*cantonés; hokkien; hakka; teo chew; fuzhou, y otros*), reforzaban su poder estableciendo lazos estrechos con los diferentes clanes chinos a nivel local. La mayor parte de los chinos de la Diáspora China a escala global, unos 60 millones de personas, vienen de las provincias del Sur (Fujian, Cantón [Guandong], Guanxi) de la RP China. Esto crea enorme confusión, ya que estas comunidades, las que tuvieron mayor contacto e influencia de las potencias occidentales, sólo son la punta del iceberg: ofrecen una imagen de lo que es China en Occidente bastante distorsionada (especialmente en España, ya que la mayor parte viene de Zhejiang, es decir, de la RP China, de más al norte<sup>165</sup>). Estas son las provincias asimiladas más tardíamente al Imperio, que comparten lenguas diferentes al Mandarín y sus culturas son muy distintas de las de norte de China (Pekín)<sup>166</sup>.

Las operaciones comerciales de los chinos se apoyaban en un número reducido de financieros principales en los centros comerciales más importantes (Ipoh [Perak]; Kuala Lumpur [Selangor]), donde se trataba directamente con firmas chinas más pequeñas en centros más pequeños (p. ej., las bellas Taiping [Perak] o Muar [Johor]). Estos a su vez mantendrían relaciones (todas chinas) con empresas mucho más pequeñas, a nivel de pequeños pueblos. A través del control del capital, los chinos llegaron a dominar (hasta nuestros días), el sector comercial y financiero de la economía de la Malaya Colonial y los Asentamientos. Aunque existen algunos chinos cristianos, la mayoría son budistas, confucionistas, taoístas o miembros de religiones sincréticas, todas ellas importadas de China. Los centros urbanos se configuran en torno a la empresa china (comercial; financiera, industrial), y servicios proveídos por las comunidades indias, mientras que tradicionalmente las poblaciones malayas se circunscribían a los *kampungs*, al agro, y una gran parte de las indias a las plantaciones. Aunque siempre ha habido chinos en la minería y el agro (p. ej. en los invernaderos de Cameron Highlands), la gran mayoría es de origen urbano, trabajando para pequeñas empresas chinas o empresas extranjeras<sup>167</sup>. En las postrimerías de la Independencia, la mayor parte de los chinos asentados en las ciudades habría avanzado notablemente (comercio; finanzas; servicios sociales), y los indios ocuparían posiciones socioeconómicas intermedias (los malayos las más bajas). Esta dualidad, agro malayo y en las ciudades se concentran chinos e indios, persiste hasta hace muy poco en las grandes ciudades malasias: Singapur es mayoritariamente china, siguiendo la misma pauta. Esta situación contribuye a la confusión entre los visitantes extranjeros, que muchas veces no saben en qué país están: en provincias da la impresión de armonía social y especialización étnica nítida por profesiones, con una presencia de comunidades indias del Sur de Asia importantísimo, de origen colonial<sup>168</sup>. Una visita a los arrozales tradicionales malayos remotos o los operarios indios en las plantaciones de té en las montañas, ofrece una impresión bastante distinta de las modernas ciudades malasias muy americanizadas, donde la influencia de chinos e indios es más importante que la malaya.

La protección de los británicos a los malayos se fue concretando en unos "*derechos especiales*" otorgados a los miembros de la etnia malaya (musulmanes), que aparecen como compensación por la preeminencia de los chinos e indios en las actividades comerciales y financieras, así como la mayor competitividad

---

<sup>165</sup> Véase el epígrafe I.4.6.

<sup>166</sup> THANT MYINT-U, *Where China Meets India, Burma and the New Crossroads of Asia*, 1ª edición, Londres, Reino Unido, Faber and Faber Ltd, 2011, 366 páginas, pp. 121-122. Thant Myint-U, es hijo de *U-Thant*, ex Secretario de NNUU.

<sup>167</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 1999, pp. 12-13.

<sup>168</sup> Op. cit., BAYLY y HARPER, 2008, p. 9. En las postrimerías de la Guerra Mundial: prestamistas chettiar (*chatria*); cobradores de tren tamiles; porteros malayalis (los tres del Sur de la India), y los abogados de Sri Lanka, entre otros.

de chinos, indios, occidentales y otros extranjeros en la economía frente a la comunidad malaya (musulmana). Tras la Independencia, algunos de estos aspectos se plasman con enorme valor simbólico en la Constitución Federal: Se garantiza la "*posición especial*" de los malayos en la sociedad de la Malaya colonial concretada en el art. 153<sup>169</sup> de la Constitución de 1957, y la posición de los sultanes malayos (musulmanes) como jefes de los estados de la Federación en el sistema político y religioso de Malasia (*guardianes del Islam*, derecho conferido por los británicos que propicia la elaboración de complejos rituales para legitimarlo). La posición especial de los malayos, deriva en la composición netamente malaya de las altas jerarquías de las AAPP; así como en una serie de cuotas para favorecer a los malayos en los empleos de las AAPP (con especial atención a la policía y las fuerzas armadas); licencias sólo para malayos para negocios; becas sólo para malayos, créditos sólo para malayos, y otros beneficios<sup>170</sup>. Con el Art. 152 de la Constitución que consagra al malayo como idioma oficial de las AAPP, y con las "*Reservas de Tierras*" en el Art. 89, que sólo pueden ser utilizadas o gestionadas por malayos, se sella constitucionalmente el poder político de los malayos (musulmanes) en la Malasia actual. Con un sistema de valores musulmán completamente diferente del sincretismo del confucianismo, taoísmo y budismo Mahayana de los chinos en Malaya, el Islam, considerado como elemento de estabilidad por los británicos<sup>171</sup>, es el elemento aglutinador del pueblo malayo, y el Estado o las AAPP su principal fuente de riqueza. Desde los primeros momentos se estaba creando un patrón de especialización en Malaya, el mal llamado "*deal*" (el "*trato*") dando continuidad al status quo bajo británicos<sup>172</sup> y japoneses, un compromiso entre el poder político malayo (musulmán) y el poder económico (chino, indio y extranjero, en el siglo XX predominantemente chino).

El "*trato*" se concreta en una "*división étnica del trabajo*": Los malayos de más altos niveles iban a estar al cargo de la administración pública y las fuerzas seguridad; los de niveles más bajos ocuparían la abrumadora mayoría de las plazas de funcionario o empleado público, policía o soldado, y los más pobres acabarían en la agricultura de subsistencia. Sin embargo, los chinos de alto nivel, fundamentalmente, y en bastante menor medida los indios, iban a estar al timón de las grandes empresas capitalistas y trabajar en las profesiones liberales. Además, la mayoría de los trabajos duros y/o especializados en la minería, industria o la construcción iban a recaer sobre trabajadores chinos e indios. En suma, en Malasia se garantizó tácitamente, que el mundo de la empresa fuera el espacio dominado por chinos e indios, mientras que las AAPP se encuentran bajo el control de los malayos (musulmanes). La consecuencia es que los niveles de renta media familiar de los chinos más pobres aún llegan a ser el 60% mayores que los de las familias malayas de bajos ingresos en la actualidad (2641 Ringgits Malasios (RM) por familia china, frente a 1937 por familia india y 1636 por familia malaya<sup>173</sup>). Además, existe diferencia de opiniones sobre lo qué ocurriría si se suprimieran las distorsiones que la NEP, discriminatoria a favor de los malayos, induce en el sistema económico y la distribución de la renta.

Aunque ya existieran lazos milenarios, a Malaya sólo llega un volumen de emigración india sustancial en torno a 1900 con las plantaciones, de mano de la administración del Raj Británico en el Sur de la India. Los

---

<sup>169</sup> Fuente: Constitución de Malasia de 1957, disponible en el sitio web del Commonwealth Legal Information Institute de Sídney, Australia, en <URL: <http://www.commonlii.org/my/legis/const/1957/12.html> >, (accedido el 22.02.14).

<sup>170</sup> Véase el epígrafe I.2.3 para mayor detalle.

<sup>171</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 1999, p. 9.

<sup>172</sup> Ibid., 1999, pp. 18-19 y 35.

<sup>173</sup> Fuente: Departamento de Estadísticas de Malasia (2012). Renta media familiar dividida del 20% de las familias más fuentes, el 40% de las familias de renta media y el 20% de familias de ingresos más bajos.



británicos necesitaron grandes cantidades de mano de obra para sus plantaciones, particularmente para las de goma natural<sup>174</sup> por el ferrocarril de la Costa Oeste americana y la demanda de neumáticos a escala global en los primeros estadios de la automoción de masas; además de las necesidades de trabajadores para las minas de latón, cuya demanda creció intensamente por su utilidad para las crecientes obras públicas<sup>175</sup>. Se trata de indios tamiles; malayalam y telugus, así como algunos sijs del norte de India (visiblemente numerosos en las fuerzas del orden público de la colonia aunque minoritarios), todos mayoritariamente hinduistas. Desde un principio, los empresarios al cargo de su explotación, reclutaron entre las castas con menor consideración social en el Sur de la India (los británicos les habrían considerado dóciles). Sus actividades se centraban áreas rurales en plantaciones bajo arreglos contractuales. Si llegaban a sobrevivir la experiencia en Malasia, tendían a volver a su país de origen. Esto podría explicar la menor influencia social de los indios del Sur venidos en el siglo XIX en la sociedad malasia contemporánea. En la actualidad las comunidades indias están muy bien representadas en la Isla de Penang, que habitan desde su fundación, y sus contactos con Malaya vienen de antiguo. Es decir, como contraste a los indios de las plantaciones, existe una proporción bastante notable de indios en las clases profesionales y directivas, así como algunos grandes empresarios de bastante éxito, en especial en las finanzas. La casta de los *chettians*, comerciantes, tiene su representación en la sociedad malasia actual: dedicándose al cambio de divisas (visibles en todos los centros urbanos), e intermediando en la mayor parte de las inversiones indias en bienes raíces en Malasia.

Según Studwell<sup>176</sup>, los emigrantes chinos gozaban de mayor libertad contractual que los indios con los "capitanes" o "compradores" que financiaban sus pasajes (a crédito y con interés) a cambio de su trabajo en Malaya, y suplían (controlando precios, impuestos y suministros) todas sus necesidades y vicios (opio; prostitución, alcohol y juego). Saw Swee Sock explica que los emigrantes eran reclutados en sus provincias chinas de origen por los "*khew tau*" (los "jefes"), en Cantón (Guangdong) y Fujian en la China continental, inmigrantes de estas provincias que ya conocían Malaya. Al llegar a Malaya, eran dirigidos a "*casas de alojamiento*", donde sus "*agentes*", obtenían un alto beneficio por adjudicarles a minas o plantaciones<sup>177</sup>. Estos "*capitanes*", verdaderos intermediarios con el gobierno colonial europeo o norteamericano (Filipinas), llegaron a acaparar suministros, recaudar impuestos para la Corona y redactar censos, a través de sus licencias para "*granjas de ingreso*" (monopolio de distribución de opio, alcohol, y otras necesidades de los emigrantes chinos). Según Trocki,<sup>178</sup> el gobierno colonial de las AAPP coloniales fue generalmente indirecto y cuestión de necesidad, dada la falta de voluntad para invertir en fuerzas policiales y otras infraestructuras. Los británicos dependían de la colaboración voluntaria de las triadas chinas, a través de las "*kongsi*", y de los caciques malayos para controlar la población china en rápida expansión. Esta situación trajo consigo la aparición de regulaciones específicas para alterar prácticas terribles para con los emigrantes, comunes en la China Qing: cada "*kongsi*" se organizaba en función del origen en una zona concreta en el Sur de la China continental (los cantoneses se diferenciaron claramente de los hokkien), luego con la ayuda de las triadas, la mayor parte del dinero producido

---

<sup>174</sup> Op. cit., HOOKER, VIRGINIA MATHESON 2003, pp. 155-157.

<sup>175</sup> Op. cit. SAW SWEE-HOCK, 2007, p. 23.

<sup>176</sup> STUDWELL, JOE, "The context", en Studwell, Joe, en *Asian Godfathers: Money and Power in Hong Kong and South East Asia*, Nueva York, Grove Press, 2007, 328 páginas, pp. 1-48.

<sup>177</sup> Op. cit., SAW SWEE, SOCK, 2007, pp. 12-14; 17; 18-19; 24-27 y 32-33.

<sup>178</sup> RODAN, GARY, reseña del libro: TROCKI, CARL, "Singapore: Wealth, Power and the Culture of Control", Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, 2006, 211 páginas), en el *Far Eastern Economic Review*, Hong Kong, septiembre de 2006.

por la emigración de una zona concreta en el Sur de China quedaría en manos de un "*padrino*" oriundo de esa zona concreta (que hablaba o bien lengua cantonesa o bien hokkien, o la del grupo emigrante en China continental). Por otra parte, en las comunidades chinas de larga tradición, con buenas relaciones y cultura común con las élites malayas,<sup>179</sup> también estaría el origen de la clase de grandes financieros y comerciantes chinos de la Diáspora, que primero habrían ejercido como "*agentes*" para los europeos y pasarían a alcanzar el rango de grandes "*padrinos*" en la región: unas 50 familias, la mayor parte chinas, controlarían la economía del Sudeste Asiático, concentrando una gran parte de sus intereses en Malasia y Singapur. El "*padrino*", el gran intermediario generalmente chino o en todo caso indio, proviene de una etnia (extranjera o no), distinta a las etnias "nativas" en los estados de la región, como son los malayos en Malasia, tais en Tailandia; tagalos en Filipinas; viets en Vietnam, pribumis en Indonesia, y los birmanos en Myanmar<sup>180</sup>. En el Sur de China tampoco había nada parecido al sistema de castas indio, lo que favorecía menor "*docilidad*" y mayor movilidad social. Además, los emigrantes chinos, supuestamente de carácter más "*engreído*", se habrían adaptado con mayor facilidad a Malaya, gracias a estas comunidades chinas que desde el siglo XVIII tienen representación significativa en territorios continentales malayos, tailandeses y birmanos<sup>181</sup>, como son los *Chinos de los Estrechos*. Es lógico que estas comunidades, también tuvieran una gran representación en esta nueva clase de "*padrinos*" burgueses generalmente de origen chino, mestizos, producto del capitalismo colonial, por sus habilidades multiculturales y proximidad a las élites coloniales (el papel de los "*sangleyes*", como José Rizal, padre de la Independencia en las Filipinas del siglo XIX). El hecho de que existieran menos "*capitanes*" indios, y sus consecuencias en la configuración de la burguesía india actual, podría estar relacionado con las modalidades de contratación directa de los plantadores británicos de emigrantes indios, muchos no pasaban por "*agentes*" a la hora de atraer la emigración india a sus plantaciones (inicialmente fueron presos dedicados a los trabajos forzados para la Corona). Aunque siempre hubo flujos de inmigración indonesia, estos fueron bastante menos intensos hasta 1957. De cualquier modo, los flujos de entradas y salidas de emigrantes fueron bastante grandes hasta la Independencia, lo que da pábulo a visiones interesadas de la élite malaya (musulmana) de una supuesta "*itinerancia*" de las poblaciones india y china<sup>182</sup>. La emigración china se frenó en 1948, cuando se prohibió la emigración de/a la RP China, hasta los años 80.

Por tanto, ¿qué diferencia hay entre los *Estados Federados* (embrión de la *Federación Malasia*) y los *No Federados*<sup>183</sup>? A partir de finales del XIX y principios del XX, los Estados de la Costa Este más activos económicamente (sobre todo Perak y Selangor), y con mayor capital sino-británico y emigración sino-india, se amalgamaron: centralizaron su administración y gestión financiera en Kuala Lumpur en manos del *Residente General*, superior jerárquicamente al Residente de cada estado malayo. Los estados de la Costa Oeste, los *No Federados*, con abrumadora presencia demográfica malaya (musulmana) y menor actividad económica, con menores proporciones de emigrantes chinos e indios, mantuvieron un mayor control de sus asuntos internos que los Federados. Sin embargo, según Matheson-Hooker fueron capaces de incorporar innovaciones en su administración no sólo del Imperio Británico, si no de Tailandia y el Imperio Otomano. La influencia británica e

---

<sup>179</sup> Nota: Los *Chinos de los Estrechos* hablaban un dialecto chino emparentado con el malayo, eran educados en inglés y aprendieron mandarín y dialectos chinos del Sur de China tras la emigración china a los Estados Malayos.

<sup>180</sup> Véase el epígrafe III.7.1, para mayor información sobre la Diáspora China.

<sup>181</sup> Op. cit., STUDWELL, 2007, pp. 7-8, pp. 11-12 y p. 23.

<sup>182</sup> Nota: En la misma Biblioteca Nacional de Malasia, se anunciaba en grandes carteles un artículo de la Enciclopedia Británica, sobre Malasia, que indica que las poblaciones china e india son poblaciones "itinerantes" (25.10.2010).

<sup>183</sup> Op. cit., HOOKER, VIRGINIA MATHESON, 2003, pp. 136-137.

internacional (y por tanto sino-india) en la Malasia Peninsular, se dejan sentir más en la Costa Oeste en los antiguos Estados Federados peninsulares adyacentes a los Asentamientos, pero no en los No Federados, exceptuando el estado de Johor, donde también es patente: al ser fronterizo con Singapur se arbitraron formas contractuales de explotación de los recursos del agro malayo a favor de los capitales chinos. El control de los británicos de los Asentamientos fue mucho más directo e intenso que en todos los demás estados<sup>184</sup>, Federados o No Federados. Por tanto, las poblaciones inmigrantes de origen chino e indio producto de la colonización británica, así como su influencia económica y cultural, son relativamente mayores desde la segunda década del siglo XIX que las de la población malaya (musulmana) en los *Asentamientos* de las islas de Penang (Malasia) y Singapur que en la Península. Los 8 sultanatos malayos de la Malasia (los 8 Estados Malayos), además de Malaca, cuentan con mayoría abrumadoramente malaya (musulmana)<sup>185</sup>. En suma, los grandes números, de acuerdo a las clasificaciones "raciales" gubernamentales y excluyendo las crecientes comunidades de inmigrantes a Malasia y Singapur, de Bangladesh; Myanmar; Indonesia; Sur de la India y Filipinas, y una pequeña e influyente representación de las clases profesionales occidentales dicen: Malasia, con 28.3 millones de habitantes en el año 2010, por etnias sería: 67.4%<sup>186</sup> bumiputra (malayos (musulmanes) en su gran mayoría, el grupo étnico predominante de Malasia); chinos (24.6%); indios (7.3%) y otros (0.7%). Los emigrantes supondrían un 8.2% de la población total, porcentaje muy alto y en fortísimo crecimiento, su número se habría doblado de 2000 a 2010<sup>187</sup>. De los ciudadanos malasios residentes, islámicos serían casi el 62%; budistas casi el 20%; cristianos el 9.2% e hinduistas el 6.3%. Los chinos siempre fueron mayoría abrumadora en Singapur (75%), y en el Estado de Penang de la actual Federación Malasia (45%) no en todo el Estado, pero en la parte isleña de Penang son mayoría, lo que determina un carácter étnico, político y cultural relativamente diferenciado de Singapur y Penang, frente al de Malaca y los Estados Malayos, así como la pre eminencia de los chinos en la política y AAPP singapurenses. Aunque se ha reducido sensiblemente en los últimos años, Malasia es un país con un crecimiento demográfico altísimo, acicate para el crecimiento económico: la población se ha doblado de 1980 (15 millones) a 2014 (30.4 millones).

En 2000, algo más del 33% de los residentes singapurenses residentes mayores de 15 años eran budistas; casi el 10% taoístas<sup>188</sup>, estos dos últimos chinos; el 14.4% islámicos, y las religiones con origen en el continente indio algo más del 5% (hinduistas casi todos y algunos sijs)<sup>189</sup>; el 18.81% cristianos (de cualquier etnia, menos la malaya). Singapur en 2012<sup>190</sup> tiene una población de 5.2 millones de residentes permanentes y sólo 3.8 millones de ciudadanos con nacionalidad singapurenses (el crecimiento de la inmigración ha sido exponencial). El número altísimo de no residentes sin nacionalidad singapurenses, que del 24% de la población

---

<sup>184</sup> Op cit., MAUZY y MILNE, 1999, p. 9.

<sup>185</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 1999, p. 8.

<sup>186</sup> Fuente: "Population Distribution and Basic Demographic Characteristics", Putraraya, Malasia, Departamento de Estadística del Gobierno de Malasia, 2010, 135 páginas, pp.1-5. También está disponible en el Censo de Población y Hogares de 2010.

<sup>187</sup> AAVV, "Immigration in Malaysia: Assessment of its Economic Effects, and a Review of the Policy and System", al cuidado de Xiaoqing Yu y Jehan Arulpragasam, Informe del Banco Mundial en cooperación ILMIA-Ministerio de Recursos Humanos del Gobierno de Malasia, 2013, 239 páginas (gráfico en p. 13).

<sup>188</sup> Nota: Esta categoría también es un cajón de sastre al entenderse que son seguidores de *Confucio, Mencio y Lao Tse*.

<sup>189</sup> SAW SWE-HOCK, *The Population of Singapore*, 1ª edición, Singapur, Institute of South East Asian Studies, 1999, 255 páginas, pp. 59-60; 68. Contiene estadísticas de final del siglo XX para contrastar los datos

<sup>190</sup> Fuente: "Yearbook of Statistics Singapore, 2012", Singapur, Anuario del Departamento de Estadística del Gobierno de Singapur, 2012, 317 páginas, pp. 19-43.

en 2002<sup>191</sup> pasa a casi el 41% en 2015, se explica en gran parte por los cientos de miles de malayos que trabajan en Singapur, generalmente chinos o indios. De aquellos que tienen residencia en Singapur, las otras dos grandes minorías son la malaya (musulmana) (13.3%) e india (9.1%); el 3.2% restante incluye un número bastante elevado de ciudadanos de países occidentales, profesionales preparados en finanzas, ingeniería y comercio, fundamentales para la economía singapurense, que crecen espectacularmente en la última década. La densidad demográfica de Singapur es una de las más altas de los países desarrollados, con una intensísima presión demográfica derivada de la inmigración.

**Tabla 1**  
**Características generales de la población de Malasia: etnia, religión e inmigración, 2010**

	Malayos	Chinos	Indios	Otros			
<b>Porcentaje</b>	67.4	24.6	7.3	0.7			
<b>Total</b>	17510116	6390932	1896496	181856			
	<b>Islámicos</b>	<b>Budistas</b>	<b>Cristianos</b>	<b>Hinduistas</b>	<b>Chinas y<sup>192</sup> sincréticas</b>	<b>No tiene</b>	<b>Otras</b>
<b>Porcentaje</b>	61.3	19.8	9.2	6.3	1.3	0.7	0.4
<b>Total</b>	15925372	5143921	2390105	1636702	337732	181856	103918
	<b>Porcentaje</b>	<b>Total</b>	<b>Densidad poblacional</b>				
<b>Ciudadanos</b>	91.8	25979400	86 pers.	km2			
<b>Extranjeros</b>	8.2	2320600					
<b>Población total</b>	100	28300000					
Fuente: Departamento de Estadísticas de Malasia, 2010, elaboración propia.							
Cálculo de porcentajes de etnias y religiones en base a la estadística de residentes con nacionalidad malasia.							

<sup>191</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 2002. p. 99.

<sup>192</sup> Nota: Se entiende por religiones sincréticas las chinas, en las que se mezclan elementos taoístas, confucionistas y otras creencias y tradiciones chinas.

Tabla 2 (a)

Características generales de la población de Singapur: etnia, religión e inmigración, mayores de 15 años

Religion	Año 2000 (miles)					
	TOTAL	Chinos	Malayos	Indios	Otros	Porcent.
Población residente	3,275.9	2,517.5	389.0	270.2	99.3	100.00
Poblacion no resid.	752.0					
Población total	4,027.9					
Porcentaje total res.	100.00	76.85	11.87	8.25	3.03	3.05
Sin religión	604.5	586.4	1.1	3.7	13.3	18.45
Con religión	2,671.4	1,931.0	387.9	266.5	86.0	81.55
Budismo	1,087.3	1,064.7	0.2	1.8	20.5	33.19
Taoísmo	326.4	325.5	-	0.1	0.8	9.96
Islam	459.8	8.6	385.8	57.5	7.8	14.04
Hinduismo	162.5	0.3	0.1	161.8	0.4	4.96
Sijismo	11.5	-	-	11.5	-	0.35
Cristianos	616.1	526.2	1.5	32.7	55.6	18.81
Católicos	220.9	164.3	0.6	18.6	37.4	6.74
Otros cristianos	395.2	361.9	0.9	14.1	18.3	12.06
Otras religiones	7.9	5.8	0.2	1.0	0.9	0.24

Tabla 2 (b)

Características generales de la población de Singapur: etnia, religión e inmigración, mayores de 15 años

Población	Total	Residentes	No resident	Chinos	Malayos	Indios	Otros
Año 2005	4265762	3467814	797948	2625135	482026	291296	<b>69356</b>
Año 2015	5535002	3902690	1632312	2899699	519058	355145	<b>124886</b>
Porcentaje 2005		100.0	23.0	75.7	13.9	8.4	<b>2.0</b>
Porcentaje 2015		100.0	41.8	74.3	13.3	9.1	<b>3.2</b>
Var. total % 2005-15	30	13	105	10	8	22	<b>80</b>
Var. total t. absolutos	1269240	434876	834364	274563	37032	63848	<b>55530</b>
Densidad de población 2005		6121 hab. por km2					
Densidad de población 2015		<b>7697 habitantes por km2</b>					

Fuente: Encuesta de Población de Singapur 2015 y cálculos propios en base a la población residente. Entre los residentes se encuentran los extranjeros con residencia permanente. La población no residente es el grueso de la inmigración.

Las grandes plantaciones y minas extranjeras inauguraron una fase de desarrollo hasta el tercer cuarto del siglo XX dependiente del trabajo a bajo precio, caracterizada por que sus beneficios eran repatriados y sólo una pequeña parte se re invertía en la Península para mejorar las infraestructuras de producción y exportación. La temprana sobre especialización de las plantaciones y minas, orientadas a los mercados mundiales, determinaron una estructura económica peninsular muy dependiente del ciclo económico mundial y del comercio exterior. Así, la Malaya colonial fue bastante vulnerable a las crisis económicas desde los años 30 a los años 80, y en la actualidad al precio del petróleo (2015): los desastres naturales y las fluctuaciones de la demanda mundial de materias primas, también tuvieron sus efectos cíclicos en una economía netamente extractiva<sup>193</sup>. Las antiguas explotaciones agrarias y mineras chinas de la segunda mitad del siglo XIX, no pudieron competir con los procesos de concentración; tecnología; racionalización, mecanización y logística internacional que los grandes capitales reunidos en Occidente, estaban implementando en torno al latón y la goma natural para servir a la creciente demanda metropolitana. Esto fue así, a través de dragas automáticas o los modernos barcos de carbón. Aquí aparecen barreras de entrada para el capital chino<sup>194</sup>: primero, los grandes volúmenes de capital necesarios no sólo para la re estructuración productiva, sino para la logística o financiación del comercio internacional de grandes cantidades de materia prima colonial, a intercambiar por productos manufacturados metropolitanos, estaban prácticamente fuera del alcance del capital chino (el trabajo de los grandes "hongs" británicos en Asia desde el siglo XVIII<sup>195</sup>). Además, la política de segregación racial de los banqueros británicos (*Standard Chartered; HSBC*), habría privado a los chinos del acceso a grandes volúmenes de financiación a tipos competitivos: según Studwell, que un empresario chino fuera recibido por un banquero inglés era lo mismo que una "audiencia con Dios" y cuando se conseguía un crédito los intereses eran usurarios<sup>196</sup>. Studwell también indica que a esto se aunaba la gestión de la política monetaria y cambiaria del Raj británico: la oferta monetaria estaba ligada a la exportación de materias primas y la obtención de divisas. Por tanto, si se contraía la demanda mundial de materias primas y por tanto la entrada de divisas (como ocurrió con la goma natural en la Gran Depresión del 29), también se contraía radicalmente la oferta monetaria en Malaya, escaseando los depósitos, subiendo enormemente los tipos de interés y contrayendo el crédito (no habría existido un prestamista de última instancia como el Banco de Inglaterra). Los inversores europeos no estarían sujetos a contracciones repentinas del crédito, puesto que sus abundantes capitales se reunían en la metrópolis a costes menos volátiles y onerosos. Además, los chettiers, los indios de castas mercantiles, con origen en el Sur de la India, prestaban a tipos de interés bastante más altos que los bancos británicos, lo que habría significado una ventaja diferencial de la banca extranjera frente a la incipiente banca china.

La Segunda Guerra Mundial significa un cambio fundamental en los equilibrios políticos en Malaya. La primera consecuencia es la pérdida de prestigio del imperialismo británico en Asia: el mito de la superioridad militar británica en su base de Singapur se hace añicos, así como la del hombre blanco en general. Una serie de errores estratégicos y tácticos en la configuración de las defensas del norte de la isla de Singapur, precipitan una

---

<sup>193</sup> Op. cit, HOOKER, VIRGINIA MATHESON, 2003, pp. 156-157 y 180-181 y, op. cit., STUDWELL, 2007, p.15.

<sup>194</sup> Op. cit., STUDWELL, 2007, pp. 14-15.

<sup>195</sup> WOOD, FRANCES, *No Dogs & Not Many Chinese. Treaty Port Life in China 1843-1943*, primera edición, Londres, John Murray Publishers, 2000 (edición de bolsillo de la primera edición de 1998), 368 páginas. Frances Wood es especialista en Historia de China, y fue conservadora de las colecciones chinas de la British Library hasta 2013.

<sup>196</sup> Op. cit. STUDWELL, 2007, p. 94.

invasión japonesa rápida y sin mayores complicaciones: Los japoneses cruzan la Península hasta la frontera de Singapur desde la península en bicicleta<sup>197</sup>, siguiendo las redes de árboles y caminos perfectamente alineados de las plantaciones de los mismos británicos: la idea que los británicos tenían de la "espesa" jungla malasia como protección, no habría sido mayor obstáculo. Al final de la guerra, la ayuda nipona es "inestimable" para que la Administración Militar Británica (BMA) retome el control de Malaya: los mismos japoneses, tras la capitulación de Hiro Hito, ayudaron a los militares británicos a retomar la Costa Oeste en 1945<sup>198</sup>. Otro poder asiático, bien organizado militar y económicamente, consiguió gobernar eficazmente Malaya: en ausencia de los empresarios británicos y americanos, los japoneses ofrecieron oportunidades a chinos e indios para montar todo tipo de negocios durante la ocupación<sup>199</sup>. Si bien algunos empresarios chinos prosperaron, la enorme crueldad de los japoneses para con la comunidad china tras la ocupación de Singapur (la *Masacre de Sook Ching* significó el asesinato de 50000 chinos, a imagen y semejanza de las matanzas japonesas de los chinos de Nanjing, en la RP China, en su línea de atrocidades en todo el Este de Asia<sup>200201202</sup>); la incapacidad de los británicos para pararlos los pies, así como la colaboración de los sultanes malayos (musulmanes) y el INA (el Ejército Nacional Indio) con el invasor nipón, atrajeron gran resentimiento entre los chinos de la Diáspora, y probablemente sean una de las raíces del sentimiento de vulnerabilidad que se siente en la élite política de Singapur en la actualidad ante el problema de la "doble minoría": si bien los malayos son minoría en Singapur frente a los chinos, los malayos (musulmanes) son mayoría en una región geográfica donde los chinos son minoría<sup>203</sup>. Paralelamente, el incipiente nacionalismo independentista del Sudeste Asiático inducido por la Esfera de Co-prosperidad nipona<sup>204</sup>, abrió oportunidades para la empresa china, pero también resaltó el poder y el privilegio de las clases pudientes chinas e indias en el entramado económico del país, frente a la pobreza del proletariado indígena en Tailandia, Malaya (malayos (musulmanes)) e Indonesia (entre otros).

Cuando los británicos vuelven a Malaya, se encuentran con un cambio radical: una plétora de aseguradoras; bancos y empresas comerciales en manos de asiáticos. Gracias a los japoneses, los grandes "padrinos", perfectamente posicionados como intermediarios entre los grandes negocios occidentales y la economía agraria, ya habrían tomado el control de sectores enteros de actividad económica controlados previamente por los europeos. Según Studwell<sup>205</sup>, estos capitalistas criollos generalmente chinos (pero no sólo chinos), obtendrían una ventaja de una "anomalía económica estructural" vía "apadrinamiento" de determinadas familias de la etnia dominante en la política del país, en el caso malasio los sultanes malayos (musulmanes) y el UMNO (partido malayo en el poder). Estas podrían ser tan sencillas como ofrecer monopolios a empresas concretas o fijar cuotas o impuestos de importación, para favorecer los negocios locales frente a la competencia extranjera. Studwell también incide en el contrabando durante la II Guerra Mundial; los impuestos y cuotas de aduanas, así como la pésima (corrupta e ineficaz) gestión de las contratas y suministros de la BMA (British Military Authority), como fuente de dinero fácil para los padrinos. El Reino Unido, debilitado,

---

<sup>197</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 2002, p. 14.

<sup>198</sup> Op. cit., BAILY y HARPER, 2009, pp. 49-59.

<sup>199</sup> Op. cit., STUDWELL, 2007, pp. 22-23.

<sup>200</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 1999, p. 10.

<sup>201</sup> Op. cit., MAUZY, DIANE K. y MILNE, R. S., 2002, p. 14, y FENBY, JONATHAN, *The Penguin History of Modern China*, 2ª edición, Londres, Penguin Books, 2009, 763 páginas, pp. 280-283.

<sup>202</sup> Op. cit., BAILY y HARPER, 2008, pp. 24-25.

<sup>203</sup> Op. cit., MAUZY, DIANE, K. y MILNE, R.S., 2002, p. 99.

<sup>204</sup> Op. cit., BAILY y HARPER, 2008, pp. 10-12.

<sup>205</sup> Op. cit., STUDWELL, 2007, pp. 17 y 22-23.

habría iniciado un proceso descolonizador con el fin de obtener la mayor cantidad de divisas de Malaya (la más rica de sus colonias después de la pérdida de la India, por sus exportaciones de recursos naturales y la posición estratégica en las arterias del comercio británico entre Oceanía y Suez), para reconstruir la metrópoli y mantener el prestigio y la reputación británicas (creación de la *Universidad de Malaya*, mejoras en el Sistema de Salud)<sup>206</sup>, proteger sus inversiones en estos países e intentar modelarlos en un sistema de relaciones económicas y políticas convenientes para sus intereses. Las empresas del Reino Unido todavía controlaban en los años 50 la mayor parte del capital de las corporaciones de Malaya y los Estrechos, luego para congraciarse con las élites locales y reducir el estigma colonial, ya habrían dejado entrar en sus consejos de administración a chinos o malayos, asegurándose su lealtad así como la protección de sus intereses tras la Independencia.

Si bien tras el fin de las hostilidades de la Segunda Guerra Mundial, los EEUU habrían deseado propiciar la descolonización rápida del Sudeste Asiático, la caída del Telón de Acero conlleva un apoyo renovado al nuevo colonialismo inglés, holandés y francés<sup>207</sup>. EEUU habría preferido el paternalismo racista colonial de la *Entente Cordiale* (cuyos imperios quiso desmontar), predecible, al supuesto caos de las revueltas, movidas por sentimientos independentistas, para contener al mismo comunismo en el Sudeste Asiático. En este contexto aparece la "*Emergencia*", una revuelta independentista fundamentalmente china, suprimida por el General Templar con la mayor intensidad. La Emergencia desaparece a principios de los años 80. Donde el gobierno malayo o singapurense y los británicos sólo quisieron ver una "*revuelta comunista*" de "*terroristas*" que asesinaban a policías malayos y terratenientes británicos, los "*comunistas*" del Partido Comunista de Malaya (MCP), a las órdenes del héroe de guerra *Chin Peng* habrían percibido una situación radicalmente distinta: Chin Peng fue condecorado con una Orden del Imperio Británico (OBE) por sus servicios a la Corona en la lucha contra los japoneses en la Segunda Guerra Mundial. Los japoneses destrozaron Malaya (hambres persistentes, asesinatos y malos tratos), pero a la vuelta de los terratenientes británicos, la situación no mejoró mucho. Nos referimos al "*Terror Blanco*" que instauraron los británicos, la mayor parte ex militares de la Gran Guerra con formación en tácticas de guerrilla, en las áreas rurales con la colaboración de matones<sup>208</sup>. El trato terrible propinado a los asiáticos durante la vuelta a Malaya; la reducción de las raciones; los asesinatos extra judiciales; el reagrupamiento de los ciudadanos chinos en los Pueblos Nuevos de *Cameron* o *Genting Highlands* (donde el General Templar tendría a los chinos mejor controlados), habrían sido injustificables en el entorno de destrucción posterior a la Segunda Guerra Mundial. Ching Peng cree que tanto los terratenientes británicos como los policías malayos habrían sido "*objetivos legítimos*", se calcula en 7000 los fallecidos por la *Emergencia*<sup>209</sup>. Ching Peng muere en el exilio (Bangkok) en 2013, renunciando a la violencia.

La *Emergencia* habría fracasado por tratarse casi sólo de chinos de extracción bastante humilde, lo que también derivó en el resentimiento chino de los malayos e indios que colaboraron en la derrota de los chinos de Chin Peng, para con los elementos más conservadores de las empresas chinas: aquí se está hablando de unos

---

<sup>206</sup> Op. cit. BAYLY, JONATHAN y HARPER, TIM, 2007, pp. 10-11 y 548-549.

<sup>207</sup> ZORGBIBE, CHARLES, *Historia de las Relaciones Internacionales*, Madrid, Alianza Editorial, 1997, 693 páginas, pp. 253-257.

<sup>208</sup> Op. cit. BAYLY y HARPER, TIM, 2008, pp. 550 y 552-553.

<sup>209</sup> CHING PENG, *Alias Chin Peng, My Side of History*, Ipoh, Perak, Malasia, Media Masters Sdn Bhd, 2013 (5ª reimpresión de la edición de 2003), 527 páginas, pp. 515-520. Bayly y Harper también citan el documental sobre su vida, de gran interés para conocer la personalidad de Ching Peng: MUHAMAD, AMIR, "El último comunista", Amir Muhammad y Red Films, 2006, en < URL: <http://www.youtube.com/watch?v=sTM0BwgDXn8> >, (accedido el 04.04.2014).



pobres squatters chinos que tomaron las tierras de los británicos para sobrevivir plantando en las laderas de las montañas algunos mangos o criando algunos cerdos. La misma Constitución de 1957, habría recogido poderes de detención arbitrarios anti subversivos, teniendo a los chinos en mente, y por tanto pro malayos (musulmanes)<sup>210</sup>). La *Internal Security Act* colonial, se renueva en la Malasia independiente como un útil "*anti-chinos*" (véase más adelante), y el *Tunku Abdul Rahman*, fundador del país, parece haberla conocido bastante bien, puesto que ocupó un cargo prominente en el ministerio fiscal (*Director of Public Prosecutions*) para los servicios legales del Gobierno colonial en 1948. Además que el Tunku, siendo malayo (musulmán), se habría opuesto a que se removieran los hechos durante la barbarie de la matanza de *Batang Kali*<sup>211</sup>, donde decenas de chinos, no armados, habrían sido asesinados por los británicos.

En el proceso descolonizador, el sistema político se orientó a formas políticas parlamentarias de corte británico<sup>212</sup> bajo su *Common Law* (Derecho Anglosajón), al estilo de las de la *Commonwealth Británica* (Mancomunidad Británica). Asambleas que derivaron en el parlamento federal para Malasia en Kuala Lumpur; los parlamentos de los Estados Malayos y demás estados, así como el parlamento de Singapur. Sin embargo, según Bayly y Harper<sup>213</sup> se habrían consolidado dos regímenes autoritarios partidarios de utilizar los mismos métodos paternalistas de control de los colonizadores europeos, reteniendo sus instrumentos autoritarios. La *Internal Security Act* de origen colonial (Ley de Seguridad Interna o "ISA") pervive con diferentes adiciones y modificaciones, al menos en espíritu y operatividad (Singapur), hasta la actualidad tanto en Malasia<sup>214</sup> como en Singapur. Dos leyes que ampararon la quiebra de los Derechos Humanos reiteradamente, utilizadas tanto por los gobiernos malasio como el singaporense para reprimir a la oposición política, jueces, estudiantes o periodistas (comunistas o no), tanto por el partido PAP chino de Singapur de *Lee Kuan Yew*<sup>215</sup>, como por el *UMNO* malayo (musulmán) del *Tunku*, en el poder desde la Independencia<sup>216</sup>.

Paradójicamente, es en el marco de la censura colonial anti comunista, bajo la ISA, donde se encauzan las pulsiones asianistas más conservadoras (malayas (musulmanas), chinas e indias), en el marco de la revolución en los medios de comunicación de masas desde los años 50. Según Harper<sup>217</sup>, el liberalismo occidental singaporense de *David Marshall*, el primer jefe de Gobierno singaporense en las postrimerías de la Independencia (1955), de origen judío, habría sido considerado por el mismo premier chino *Lee Kuan Yew* y su PAP como "*anti nacional*". Una tradición asianista de culpabilización del occidental que entendemos pervive

---

<sup>210</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 1999, pp. 11 y 16.

<sup>211</sup> Op. cit., BAYLY y HARPER, 2008, pp. 449-456.

<sup>212</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 2002, p. 14.

<sup>213</sup> Op. cit. BAYLY y HARPER, 2008, pp. 550-551 y 559.

<sup>214</sup> Véase el texto íntegro de la *Internal Security Act* de Malasia de 1960, con enmiendas hasta 2006, en < URL: [https://www.unodc.org/tldb/pdf/Malaysia\\_Internal\\_Security\\_Act\\_1960.pdf](https://www.unodc.org/tldb/pdf/Malaysia_Internal_Security_Act_1960.pdf) >, en el sitio web de la Oficina de NNUU para el Crimen y las Drogas, y la *Internal Security Act de Singapur*, sitio web del Gobierno de Singapur, en < URL: <http://statutes.agc.gov.sg/aol/search/display/view.w3p?page=0;query=DocId%3A5ba26ddb-fd4c-4e2e-8071-478c08941758%20Depth%3A0%20Status%3Ainforce;rec=0> >, (accedidos el 4.12.2015).

<sup>215</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 2002, p. 15.

<sup>216</sup> ANÓNIMO, "In the name of Security: Counterterrorism and Human Rights Abuses Under Malaysia's Internal Security Act", Nueva York, EEUU, Informe de Human Rights Watch, mayo de 2004, vol. 16, No. 7 (C), 51 páginas, pp. 1-2, disponible en < URL: <https://www.hrw.org/sites/default/files/reports/malaysia0504.pdf> >, (accedido el 30.08.2014).

<sup>217</sup> HARPER, T.N., *The End of Empire and the Making of Malaya*, 1ª edición, Cambridge, Reino Unido, Cambridge University Press, 1999, 408 páginas, pp. 274-276 y 293-294. T. N. Harper es el mismo autor en op. cit. BAYLY y HARPER, 2008, profesor de la Universidad de Cambridge, especialista en temas del Sudeste Asiático.

hasta nuestros días. Al americanismo y el materialismo Occidentales se les llamaba "*Cultura Amarilla*" (sic)<sup>218</sup>, que se entendían como "[...] *formas degeneradas de cultura que debilitaban al individuo, llevaban a gastos exorbitantes y corrompían la moral pública*"<sup>219</sup>: Las películas de Hollywood de la postguerra confirmarían un estereotipo de mujeres Occidentales (blancas) "*escándalos*", sexualmente activas y accesibles (*Jane Mansfield* y ciertas películas francesas de cine estudio con cuerpos parcialmente desnudos) que fueron censuradas<sup>220</sup>, lo que preocupó a la administración colonial por chocar tanto con el victorianismo británico que impregnaba la cultura de ambos países, pues se percibía como amenaza a la autoridad imperial. El conservadurismo asianista pervive en el discurso y la política oficial malasio-singapurense contemporáneos, aunque es bastante peor en Malasia (en Singapur se intuye cierta liberalización, pero sólo de las costumbres, todo aquello alejado de la política). Este daría pábulo a explicaciones de la naturaleza pseudo democrática y autoritaria de los sistemas políticos locales basadas en la "*excepción cultural*" de corte asiático: hay cosas que no se podrían decir, cosas que no se podrían ver porque se es asiático y que probablemente se ralla los extremos más ridículos de lo políticamente correcto. Entendemos este discurso pone de manifiesto una supuesta oposición frontal entre las raíces budistas, hinduistas y sobre todo islámicas (como si fueran asimilables o parecidas), frente a la cultura occidental, de un modo que entendemos intencional y en bastantes casos posiblemente falso, para justificar tanto políticas represivas como la restricción y falta de respeto de los Derechos Humanos fundamentales tanto en Malasia como en Singapur. El paternalismo colonial habría derivado en un paternalismo netamente asianista<sup>221</sup>.

El tejido delicado de relaciones entre las élites malayas en el poder y las grandes minorías china e india en la Península Malasia, fue definiendo una estructura social, cultural, económica y política relativamente diferente de la preeminente en la isla Singapur, de mayoría china. Aunque Singapur fuera invitada a formar parte de la Federación Malasia por el mismo *Tunku*<sup>222</sup> (príncipe) *Abdul Rahman* (líder de los malayos peninsulares) para contribuir a acallar las revueltas singapurense comunistas, en el marco de inestabilidad social de los primeros gobiernos singapurense de postguerra<sup>223</sup><sup>224</sup>, en 1965 se decidió expulsar a la isla Estado de la Federación. *Lee Kuan Yew* habría visto frustrado en Singapur su proyecto progresista para la Federación: se pretendía avanzar a la prosperidad económica propugnando que todos los malasios, independientemente de su etnia (china, india y malaya), tuvieran el mismo estatus ante la Ley e igualdad de oportunidades<sup>225</sup>. Este proyecto se tropezó con la Federación Malasia del *Tunku*, que antepuso los "*intereses y posición especiales*" de los malayos (musulmanes) y las estructuras políticas feudales malayas (musulmanas). Según *McCartney*<sup>226</sup>, la actitud del *Barisan Nasional*, instigado por el *UMNO* (*Syed Ja'afar Albar* y otros extremistas conservadores malayos (musulmanes)), habrían incitado una ofensiva verbal contra la política del PAP chino singapurense, desembocando en los *Disturbios Raciales de Singapur de 1964* entre malayos y chinos. *Lee* siempre habría

---

<sup>218</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 2002, p. 17. La cultura decadente ("*amarilla*") que afligió a China Continental durante principios del siglo XX: el juego; el consumo de opiáceos tras la Guerra del Opio (al que se opusieron las autoridades chinas); la pornografía; la corrupción, el nepotismo, etc.

<sup>219</sup> Op. cit., HARPER, T.N., 1999, pp. 294-295.

<sup>220</sup> AMIZAH, WM WAN et al., "Putting Policemen as Censors in Cinemas: The History of Film Censors in Malaysia", Toronto, Canadá, Centro Canadiense de Ciencia Social y Educación, *Asian Social Science*, volumen 9, nº6, mayo de 2013, pp. 43-49.

<sup>221</sup> Véase la sección II.3.2 sobre diferencias culturales con Occidente.

<sup>222</sup> Op cit., BARR, 2009, p. 25.

<sup>223</sup> Ibid., HARPER, T.N., 1999, 408 páginas, pp. 274-276 y 293-294.

<sup>224</sup> Op. cit, SARDESARI, 2007, p. 284. Muchos singapurense combatieron con/para la *Emergency* de Chin Peng.

<sup>225</sup> Op. cit., BARR, 2009, p. 29.

<sup>226</sup> Op. cit., MCCARTHY, STEPHEN, p. 69. y op. cit., MAUZY y MILNE, 2002, p. 21.

considerado a la cultura tradicional en general y a la cultura malaya en particular, como "*blanda*" y "*primitiva*". Por otra parte y según Barr, también es probable que Lee no tuviera una buena comprensión de la política malaya y las "*sutilezas en la conversación con malayos*" (y por eso no entender bien al *Tunku*, malinterpretando sus palabras), al haber vivido en Singapur, ciudad bastante más china, "*britanizada*" e internacional, manteniéndose ajena a los arreglos complejos entre las diferentes etnias (chinos e indios) en los Estados Malayos para negociar los "*privilegios especiales*" malayos ("*muddle through*", o sea sobreponerse negociando con los malayos palmo a palmo). Lee, un chino muy competente educado en inglés, tendría una actitud lógicamente combativa frente a las AAPP malayas, bastante relajadas. Según Barr, *Lee Kuan Yew* creía que los malayos del *kampung* (la aldea agraria) habrían sido la fuente del retraso de Malaya, y los chinos urbanos, la fuente del progreso (1959)<sup>227</sup>. El retraso de las AAPP de Kuala Lumpur ya sería patente<sup>228</sup>: una vez que las competencias sobre los servicios públicos fueron cedidas por Singapur a Kuala Lumpur (nueva capital de la Federación Malasia), habrían caído los estándares en Singapur. El PAP también estaría preocupado por la Seguridad de Singapur. Tras incorporarse a la Federación, esta también sería una competencia gestionada desde la capital de la Federación: durante unos disturbios en Singapur, Lee Kuan Yew y su subordinado *Rajaratnam* (futuro ministro de AAEE) del PAP, denunciaron la actuación de las fuerzas de seguridad: la comunicación directa y coordinación, desde Singapur, con el *Tunku*, en Kuala Lumpur, habría sido imposible y la respuesta de la policía malaya obstructiva<sup>229</sup><sup>230</sup>. Finalmente, se temía por que el reparto de los impuestos recaudados en Singapur, más afluente, se escorara hacia los intereses de la Península, mientras que los empresarios de la Malasia Peninsular manifestaron su inquietud ante la competencia de las modernas empresas singapurenses.

## 2.2 El Rey, los sultanes y la política malasia

La Federación Malasia se constituye desde la Independencia como una monarquía constitucional rotativa de corte parlamentario, una traducción del sistema británico con reservas para acomodar la realidad federal malasia. El Rey, el Yang di-Pertuan Agong de Malasia, es el Jefe de Estado de la Federación y el Capitán General de las Fuerzas Armadas<sup>231</sup>. Esta posición la ocupa uno de los 9 sultanes de los Estados Malayos que es coronado rey con carácter temporal y rotativo cada cinco años. La forma de Estado Federal nace para acomodar los intereses de los sultanes malayos en los estados peninsulares, donde son Jefe de Estado, y para dispersar cualesquiera duda de que los malayos (musulmanes) fueran a perder sus "*privilegios especiales*" tradicionales, devaluando las funciones de garante del Islam y la soberanía del sultán sobre sus súbditos, así como de las costumbres malayas y los derechos de los malayos sobre el terruño. El sultanato malayo de Brunei no entró en la Federación Malasia (1963), lo que la privó de sus enormes recursos petrolíferos. Además de diferencias sobre la administración del dinero del petróleo de Brunei y los movimientos en pos de la unidad con la Malasia Insular, y no con la Federación Malasia (el Partido Popular de *A. M. Azhari*), los problemas entre el *Sultán de Brunei* y Kuala Lumpur, habrían sido consecuencia de la voluntad de los sultanes malayos peninsulares<sup>232</sup>: la negativa de los sultanes malayos en dar precedencia al Sultán de Brunei (de mayor edad) en

---

<sup>227</sup> Op. cit., BARR, 2009, p. 141 y 168.

<sup>228</sup> Ibid., 2009, pp. 11; 28-30 y 111-112.

<sup>229</sup> Ibid., 2009, p. 75.

<sup>230</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 1999, pp. 3-4.

<sup>231</sup> Ibid., 1999, p. 101.

<sup>232</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 2002, p.19.

el orden de precedencia al trono de Malasia, habría sido obstáculo para la incorporación. En este aspecto, como en otros relativos a la corrupción, no se puede decir que la voluntad de los sultanes haya sido de gran ayuda para la Federación. Ni siquiera la incorporación de Sabah y Sarawak (Malasia Insular) a la Federación Malasia por designio británico (*Comisión Cobbold*), sirvió para contener la expulsión de Singapur de la Federación Malasia por deseo malayo (musulmán)<sup>233</sup>. No habría sido suficiente para compensar el peso electoral y económico de las comunidades chinas e indias y beneficiar las malayas e indígenas, al fusionarse la Federación Malasia con Singapur (que ya habría añadido un millón de votantes chinos con el acceso de Singapur a la Federación).

El primer ministro es elegido por el Parlamento (*Dewan Rakyat*), quién elige a sus ministros entre los miembros de su partido o de la coalición dominante. Malasia cuenta también con una Cámara Alta designada por el Parlamento (*Dewan Negara*), con funciones parecidas a las de la Cámara de los Lores en el Reino Unido con poderes limitados. Sus senadores son elegidos por las asambleas de los estados de la Federación, los territorios federales (Putraraya, capital administrativa; el paraíso fiscal de Labuán, y Kuala Lumpur, centro financiero y económico del país) y el Rey<sup>234</sup>: el *Yang di-Pertuan Agong* elige a la mayoría de los senadores entre personas de renombre (40 de los 70). Por tanto, la alta aristocracia tiene enorme poder clientelista tanto a la hora de conceder escaños en el Senado, así como títulos prestigiosísimos, no hereditarios, de nivel federal (el sultán de cada Estado en su rol temporal de Rey), y de nivel estatal (el sultán de cada Estado). El "*karma*" no sólo provendría del mismo sultán, si no de aquellos próximos al mismo: el feudalismo se mezcla con la alta tecnología en la Malasia del siglo XXI, donde un título acarrea un gran respeto social y en muchos casos, obediencia. Además, los malasios tienen verdadera obsesión por los títulos nobiliarios, como demuestra el último escándalo de la venta de títulos ficticios en Mindanao (Filipinas)<sup>235</sup>.

La Constitución se puede modificar a voluntad, luego habría sido enmendada con una frecuencia bastante inusual, para lo cual son necesarios dos tercios de los escaños del parlamento: todo fluye, nada permanece, en buena tradición hinduista y budista en el Sudeste Asiático<sup>236</sup>. El Rey todavía cuenta con poderes discrecionales (según el Art. 40.2 de la Constitución) en los siguientes ámbitos: designación del primer ministro; dar su consentimiento o no a la disolución prematura de las dos cámaras; tomar el control de la *Conferencia de Soberanos* (donde se reúnen los sultanes para decidir asuntos de Estado y elegir al Rey), y "*en cualquier otro caso mencionado en la Constitución*"<sup>237</sup>. El Jefe de Estado en teoría, que no en la práctica, gobernaría siguiendo el consejo de su Gobierno<sup>238</sup>. Sin embargo, su facultad para designar *al Menteri Besar* (Primer Ministro) de cada Estado malayo o de la Federación (véase más adelante), como sultán del Estado o Rey de la Federación, no estaría sujeta al consejo del Primer Ministro saliente en caso de dimisión, fallecimiento o retirada de confianza del parlamento del/al primer ministro anterior: el candidato haya de ser miembro del Parlamento, y debe de ser

---

<sup>233</sup> Op. cit., MCCARTHY, 2006, p. 68; SARDESAI, 2010, p. 284 y MAUZY y MILNE, 1999, p. 19.

<sup>234</sup> Fuente: Artículo 45 de la Constitución de Malasia (2010).

<sup>235</sup> YENG AI CHUN, "Social climbers pay big sums for dubious titles", *The Star* (Kuala Lumpur, 25.05.09), disponible en < URL: <http://www.thestar.com.my/story.aspx/?sec=nation&file=%2f2009%2f5%2f25%2fnation%2f3975892> >, (accedido el 27.07.14).

<sup>236</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 1999, pp. 15-16.

<sup>237</sup> ANÓNIMO, "The monarch's discretionary powers", en el sitio web del Consejo Superior de la Abogacía de Malasia (Malaysian Bar Association), 04.01.2007. disponible en < URL:

[http://www.malaysianbar.org.my/constitutional\\_law/the\\_monarchs\\_discretionary\\_powers.html](http://www.malaysianbar.org.my/constitutional_law/the_monarchs_discretionary_powers.html) >, (accedido el 12.03.2014),

<sup>238</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 1999, pp. 31-32.

aquella persona, a juicio del Rey, capaz de dominar la mayoría de los escaños en la Cámara Baja. A nivel estatal, esta potestad juega un rol controvertido recientemente cuestionado asertivamente por la oposición (la coalición *Pakatan Rakyat*), en el escándalo de la dimisión del Primer Ministro de la Asamblea del Estado de Perak en 2009, representante de la *Pakatan*, que fue sustituido por un nuevo premier de la *Barisan Nasional* (coalición en el poder en Malasia desde 1957, garante de los *privilegios especiales* malayos (musulmanes)): el movimiento de tráfugas políticos de la *Pakatan Rakyat* a la *Barisan*, habría inclinado el peso de la balanza hacia la *Barisan* (pasando a aglutinar más escaños que la *Pakatan*)<sup>239</sup>

Las Fuerzas Armadas, habrían seguido el modelo inglés, bastante profesionalizadas, manteniéndose alejadas del poder<sup>240</sup>. Sentado esto, existirían vínculos familiares entre los mandos de alto nivel (malayos) y la élite gubernamental (malaya), ya que las tradiciones feudales y las relaciones familiares tradicionales del mundo malayo habrían sido el garante de unas buenas relaciones, luego el objetivo de pre eminencia de la etnia malaya (musulmana) sobre las demás en Malasia siempre ha sido un empeño común. Se supone que el Primer Ministro ha de ser un malayo (musulmán) o un *bumiputra* (y probablemente malayo de cualquier modo, ya que los malayos son la inmensa mayoría de los *bumiputra*), como árbitro/garante entre/de los intereses de todos los grupos étnicos y de que "la tarta" se reparte equitativamente, o sea que se mantenga la política de discriminación positiva a favor de los *bumiputra* (malayos (musulmanes), fundamentalmente), la NEP. Además, por imposición, el Jefe de Estado de la Federación, así como los de los sultanatos de los Estados son por definición malayos (musulmanes). Consecuentemente, son los malayos ocupan la mayor parte de los puestos de alto nivel en la judicatura y en las AAPP, y son frecuentes las alegaciones de subordinación de la judicatura al poder político. No es extraño que algunos críticos lleguen a pensar en Malasia como en cierto "Apartheid", donde son los grupos más afluentes (chinos e indios) los discriminados a nivel del Gobierno, puesto que no se entiende que un primer ministro malasio sea chino o indio.

El proceso de independencia<sup>241</sup> cierra e institucionaliza lo que ya era un hecho consumado: "el trato" a partir del cual los chinos ganan la nacionalidad malasia<sup>242</sup> (hasta entonces habrían sido "extranjeros", aunque llevaran varias generaciones en el país). El acuerdo tácito entre malasios que permite, hasta nuestros días, la supremacía de la élite del capital chino (y minoritariamente el indio) en todo aquello relativo al mundo de la empresa y el sector privado de la economía, y garantiza la pre eminencia de la élite malaya en todo lo relativo al mundo de la política; la burocracia, las AAPP y el sector público, dentro de los "privilegios especiales" de los malayos. El "trato" se refleja en la evolución de los partidos políticos malasios: Con el beneplácito de los británicos, que la creían el mejor garante de sus intereses económicos en Malaya, se constituyó la *Alianza Nacional* (precursora del *Barisan Nasional*), o alianza de partidos organizados por "razas", que gobierna Malasia hasta la actualidad (otra vez la confusión, bastante racista, entre "raza" y "etnia" del Gobierno de Malasia)<sup>243</sup>. Todo ello en la búsqueda de un proceso descolonizador suave sin costes económicos para la población, terribles en la *Konfrontasi* indonesia. La Alianza Nacional es el prelude de una Malasia de comunidades que comparten el espacio geográfico pero viven de forma separada, unas a espaldas de las otras: el

---

<sup>239</sup> Op. cit., BAKER, 2014, p. 389

<sup>240</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 1999, pp. 1-4.

<sup>241</sup> Op. cit., STUDWELL, 2007, pp. 26-27.

<sup>242</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 1999, p. 18.

<sup>243</sup> Op. cit., BARR, 2009, p. 29.

Independence of Malaysia Party (*IMP*), de tipo multiétnico fue un completo fracaso, así como la *Malaysian Union* de los británicos<sup>244245</sup> (el proyecto de Estado que fomentara la igualdad de derechos entre las etnias, en la línea del PAP de Lee Kuan Yew de Singapur). En el primer *Barisan Nasional* se coaligan tres partidos: uno para las "razas" chinas, la *Malaysian Chinese Association (MCA)*; otro para las indias, la *Malaysian Indian Association (MIC)*, y el partido dominante, el de los malayos (musulmanes), la *United Malays National Organisation (UMNO)* tres fuerzas encuadradas por grupos étnicos actúan conjuntamente contra el colonialismo para mantener sus identidades diferenciales, en rechazo concertado ante la "cultura amarilla" occidental en las postrimerías de la Independencia.

La *MCA* fue el portavoz de los intereses económicos chinos garantizados por "el trato" frente al poder político malayo. Siempre según Studwell, los líderes chinos del *MCA* ocuparon una batería de puestos tras la independencia en los ministerios clave (finanzas; economía; comercio, infraestructuras), y determinados hombres de negocios chinos recibieron licencias de los malayos del *UMNO* para abrir bancos o para la producción de mercancías protegidas artificialmente con barreras arancelarias o no arancelarias: se inaugura una política de Industrialización por Sustitución de Importaciones (*ISI*) que habría beneficiado enormemente a ciertos "padrinos" chinos del *MCA* poco después de la Independencia, pero que es un rotundo fracaso. Entre otros, Studwell lista a *Lau Pak Khuan* y *H. S. Lee*, con intereses mineros, y *Tan Cheng Lock* y su hijo *Tan Siew Sin* con intereses en las plantaciones de goma natural<sup>246</sup>, los dos últimos fueron los fundadores de la *MCA*. Este trato abre amplias avenidas para la corrupción política extensa del *UMNO* malayo (musulmán), controlado por el *Tunku Abdul Rahman*, cuyas inercias perviven en la actualidad, un sistema caracterizado por Terrence Gómez como "etno-populismo", porque camuflaría el dominio de las élites, que tendrían su voz en los líderes de sus partidos encuadrados por "razas".

Para Mahatir, malayo con sangre india, los malayos no habrían podido competir con los chinos tras la Independencia por su inferioridad genética. Según Ian Buruma<sup>247</sup>, sintetizando el libro el "*Dilema Malayo*", del mismo Mahatir: "Mientras que los chinos, se habrían endurecido a lo largo de los siglos por climas duros y una competencia feroz, los malayos serían una raza indolente, engordada por la abundancia de alimentos bajo el sol tropical": en su visión racista los malayos (musulmanes) deberían de ser protegidos por el Estado (en lugar de sujetarles a la tensión competitiva), para protegerles de los "inmigrantes", que es el nombre que le daban en su partido a los indios y chinos con pasaporte malasio. Aunque Mahatir suscribe los valores tradicionales malayos tradicionales en política, y en cierto modo los respeta, rompe con la tradición, se los salta cuando le conviene pero en general mantiene las formas. El discurso áspero y violento de Mahatir y su oratoria, dialéctica

---

<sup>244</sup> GÓMEZ, EDMUND TERENCE, "Introduction: Resistance to Change - Malay Politics in Malaysia" en AAVV, *Politics in Malaysia: The Malay Dimension*, 1ª edición al cuidado de Edmund Terrence GÓMEZ, Abingdon, Reino Unido, Routledge 2007, 160 páginas, p. 5. Gómez, es uno de los expertos en Economía Política más renombrados de Malasia, con vínculos con NNUU y una variedad de universidades internacionales, es profesor de la Facultad de Economía de la *University of Malaya*.

<sup>245</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 1999, pp. 16.-17.

<sup>246</sup> Op. cit., STUDWELL, 2007, pp. 26-27 y 278, y op. cit., MAUZY y MILNE, 1999, p. 14. La *MCA* se forma con el propio dinero del *Tun* (título nobiliario no hereditario de mayor nivel a nivel federal), el *Tun Tan Cheng Lock*.

<sup>247</sup> BURUMA, IAN, "The Malay dilemma. A once imprisoned politician may be his country's best chance for reform", Nueva York, EEUU, *The New Yorker* (18.05.2009), pp. 33-38, en pp. 33-34. Ian Buruma estudió en Japón y Holanda, en la Universidad de Oxford y en universidades americanas, de madre inglesa y padre holandés, es especialista en literatura china y cine japonés, es un intelectual bastante conocido e influyente. Buruma fué editor del *Far Eastern Economic Review* y de la revista británica *The Spectator*.

y paternalista de médico rural que "*sana al país*", manejada con enorme habilidad y suavidad, causan furor entre los malayos (musulmanes), encajando con la era de reformas económicas y políticas que inaugura. A Mahatir, en su papel de modernizador, se le supone rotundo y contundente (quizá demasiado en el entorno tradicional, agrario, del que procede), lo que se corresponde con sus éxitos parciales en materia económica y en lo tocante a la NEP, que es lo que lógicamente le importa a los malayos. Mahatir, es el primer ministro de Malasia no educado en el Reino Unido u otro país anglosajón como los aristócratas malayos. Hijo de un director de escuela, Mahatir no es de origen noble como sus predecesores, lo que no es una ventaja para ser líder en Malasia: el Tunku (príncipe) Abdul Rahman, hijo del sultán de Kedah (1957); el *Tun Abdul Razak* (1971), a quién le sigue el *Tun Hussein Onn* (1976) hasta 1981, en que Mahatir es el elegido Primer Ministro y Secretario General del UMNO malayo (musulmán) a la vez (se entiende de forma tácita que todo Primer Ministro malasio ostenta preceptivamente ambos cargos)<sup>248</sup>. Ya en 1999, Mauzy y Milne preveían el ascenso de *Najib Tun Razak*<sup>249</sup> a primer ministro en 2008, apuntando a cierta deriva "monárquica" en los altos niveles del UMNO: Najib, el aristócrata, fue preparado y mimado convenientemente para ser Primer Ministro, siguiendo todos los pasos: desde Ministro de Educación y Cultura hasta Ministro de Defensa y Vice Primer Ministro<sup>250</sup>, y se alineó convenientemente a los intereses de Mahatir en las disputas intestinas entre el UMNO "viejo" y el "nuevo". ¿Estaríamos entonces ante los albores de la "décima monarquía" malasia? Los Estados Malayos ya sumarían 9 sultanes, uno de los cuales es Rey de la Federación, más los parlamentos de Sabah, Sarawak y Penang. Además, el palacio del Primer Ministro en la nueva capital administrativa malaya (musulmana), Putraraya, es más impresionante que el nuevo Palacio Real en Kuala Lumpur<sup>251</sup>: mucha monarquía y parlamentos para tan poco país (28 millones de personas). Además, en buena línea asianista, es costosísimo librarse de un primer ministro en Malasia, con raíces aristocráticas o sin ellas: el Tunku Abdul Rahman se pasó más de catorce años en el poder; Mahatir 17, y Najib Tun Razak (2009) ya lleva 5 años, otros 3 prácticamente que en principio parecen asegurados en 2014. Además, se trata de unos gobiernos con una multiplicidad de ministros, hasta 30 ministros llega a tener el último Gobierno de Najib Tun Razak, y una variedad de secretarios y subsecretarios para propósitos diversos.

No es extraño que los malayos encontraran atractivo a un líder, Mohamed Mahatir, de orígenes humildes, que se alejaría del estereotipo del aristócrata malayo con cierta "*elegancia regia*": un playboy rodeado de mujeres<sup>252</sup>, que juega al golf y tiene pasión por los caballos y automóviles deportivos como el propio fundador del país: El *Tunku Abdul Rahman*, que era conocido en la Universidad de Cambridge por el alias "*Príncipe Bobby*", con relación a los policías británicos (los "*bobbies*"), que le multaron 23 veces por saltarse semáforos (muy común en Malasia al día de hoy). Sin embargo, la gran capacidad y competencia demostrada por el Tunku en su acción política, es posible le alejen del cliché de "*marajá playboy*" del Virreinato de la India Británica, occidentalizado y reducido prácticamente a la impotencia<sup>253</sup>. Malasia experimenta una influencia colonial diferente, partiendo de un sustrato cultural y unas condiciones materiales bastante distintas (la riqueza

---

<sup>248</sup> Nota: en Malasia, el Primer Ministro y Viceprimer Ministro, ocupan los cargos de Presidente y Vicepresidente del UMNO (malayo (musulmán): al Vice primer ministro (elección estratégica) se le prepara para ser Primer Ministro.

<sup>249</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 1999, pp. 7 y 60.

<sup>250</sup> Ibid., 1999, pp. 6 y 25-28. El Vice Primer Ministro es Vice Presidente del UMNO malayo (musulmán), cargo en el que tradicionalmente se forma a los futuros primeros ministros:

<sup>251</sup> Op. cit., BAKER, 2014, p. 385.

<sup>252</sup> Op. cit., BAYLY y HARPER, 2008, p. 46 y p. 530.

<sup>253</sup> Op. cit., FERGUSON, p. 209.

natural del país) de las de la India. Sentado esto, el nivel de vida de algunos sultanes ralla lo escandaloso: por ejemplo, al día de hoy a casi nadie le extraña que el Príncipe heredero del Sultanato de Johor, con sólo 30 años, ya haya amasado una ingente fortuna, de cientos de millones de Ringgits malayos<sup>254</sup>. Finalmente, todo sultán malayo (musulmán) cuenta con un marketing muy particular, ajustado al público malayo rural cuyo respeto intenta concitar: en nuestra visita al interesante museo del Palacio del controvertido Sultán de Perak, ya fallecido, contemplamos con asombro sus palos de golf de oro, así como una cantidad de suvenires, exaltación de su regia persona en lo profesional, social y público. El Palacio cuenta con una edificación victoriana bastante hermosa donde se sustituyeron suelos victorianos por otros de mármol bastante vulgar<sup>255</sup>. Tampoco le resulta al público malayo (musulmán) demasiado atractivo el origen de muchos sultanes. Los sultanes comparten con los "padrinos" de Studwell<sup>256</sup> orígenes inter raciales y cosmopolitas, rodeados de lujo y glamur al estilo occidental, rompiendo la percepción del malayo como comunidad cerrada, esa "*bangsa*" diferente de las demás como es sentida en la Malasia rural, a la que no podrían pertenecer ni chinos ni indios: muchos sultanes cuentan con sangre tailandesa, india y china. Los padrinos, chinos e indios, que según Watson Andaya<sup>257</sup> habrían sido "*clientes*" de los mismos sultanes malayos (musulmanes) para favorecer sus intereses económicos, utilizando su influencia tanto en los gobiernos estatales como en Kuala Lumpur. Mahatir se habría alejado tanto del estereotipo de "padrino" como el de "sultán", otra cosa muy distinta son las alegaciones de corrupción y enriquecimiento en torno a su persona<sup>258</sup>, prácticas no muy distintas a las de los "*sultanes*" y "*padrinos*" de siempre.

En 1990, el Primer Ministro Mahatir suprime la inmunidad de los sultanes de los Estados Malayos ante los delitos cometidos (parecida a la inviolabilidad del Rey en la Constitución Española en su Art. 56) y elimina su facultad de sancionar las leyes emanadas del Parlamento<sup>259</sup>, lo que deriva en una concentración de poder en el Primer Ministro. Lógicamente, al no haber estado sujetos a castigo alguno por crímenes cometidos, hasta entonces se fomentó la corrupción de la aristocracia a través de operaciones "*Alí Babá*", donde Alí normalmente sería un cliente ("padrino") chino, y Babá es el mismo sultán malayo (musulmán). El entorno de fuerte crecimiento económico habría favorecido estas operaciones y aumentado el resentimiento de una nueva generación de "*comunes*" malayos reticentes al poder tradicional de los sultanes malayos (musulmanes) en la política malasia<sup>260</sup>, y la reacción<sup>261</sup> de Mahatir contra los sultanes habría partido de una serie de supuestas injerencias de la aristocracia en política estatal, excediendo sus prerrogativas constitucionales.

---

<sup>254</sup> AW, NIGEL, "Johor crown prince a top millionaire at age 30", Kuala Lumpur, en el portal *Malaysiakini* (16.07.2014), disponible en <URL: <http://www.malaysiakini.com/news/268842>>, (accedido el 20.07.2014).

<sup>255</sup> Fuente: Visita en septiembre de 2009 al Museo Real de Perak.

<sup>256</sup> Op. cit., STUDWELL, 2007, pp. 7-8, pp. 11-12 y p. 23.

<sup>257</sup> Op. cit., WATSON ANDAYA, 2001, p. 328.

<sup>258</sup> CARTAS AL DIRECTOR, "Ex-PM turns his 'Malay Dilemma' on its head", Kuala Lumpur, en el portal *Malaysiakini*, 22.03.2014, disponible en <URL: <http://www.malaysiakini.com/news/257855>>, (accedido el 01.09.2014). Según la fuente, Mahatir habría enriquecido ilícitamente a su hijo Mirzan, concediéndole la concesión para los taxis del aeropuerto de Kuala Lumpur, a 60 km del centro de la ciudad.

<sup>259</sup> Op. cit., WATSON ANDAYA, 2001, p. 328.

<sup>260</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, pp. 38-39 y 102. Mauzy y Milne indican que el Sultán podría llegar a ejercer presión sobre su Primer Ministro (Menteri Besar), para alterar la Ley para favorecer los intereses de sus redes clientelares, a nivel estatal y federal. La injerencia de los sultanes competiría contra enriquecimiento lícito o ilícito de los mismos políticos.

<sup>261</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 1999, pp. 31-39



En los 60 las elites (malaya, china e india) se habrían mostrado bastante satisfechas con "el trato" a favor de los chinos, y los "privilegios especiales", sólo para malayos (musulmanes). Sin embargo, la desigualdad social intra y extra grupos étnicos, especialmente entre malayos era escandalosa. Además de la pobreza: los más pobres entre los malayos, seguían siendo malayos, aunque la pobreza extrema de algunos indios, simplemente rozaba y roza extremos intolerables<sup>262</sup>. Tras la salida de Singapur de la Federación Malasia, se amplificó el resentimiento de indios y chinos ante la percepción de abusos de la élite malaya por sus "*privilegios especiales malayos*". Chinos e indios habrían entendido estos privilegios como concesión temporal a la etnia malaya, dada la pobreza extensa relativa de sus clases más desfavorecidas, pero no como útil de la élite malaya para mantenerles subordinados. Este sentimiento de injusticia habría sido especialmente intenso entre las comunidades chinas, que argüían que también había gente pobre y necesitada china e india, y que todas las ayudas, puestos y políticas iban dirigidos a los malayos<sup>263</sup>. Por tanto, los esfuerzos del Gobierno no pudieron evitar los *Disturbios Raciales de 1969*, que supusieron gran violencia entre malayos y chinos.

Tras los Disturbios, la reacción, para reforzar la estabilidad y al status quo, y asegurarse de que esta situación no se fuera a repetir no se hace esperar. Se proclamó la *Emergency (Essential Powers) Ordinance Act*<sup>264</sup>, con poderes delegados al mismo *Tun Razak* (padre del Primer Ministro en la actualidad), como Vice Primer Ministro, asistido por el Comité Nacional de Operaciones (NOC) y el Gabinete de Ministros. Se crean dos instituciones especiales: el *National Consultative Council*, consejo de carácter consultivo, que incluyó a algunos líderes de la oposición, así como del *Departamento de Unidad Nacional*, que produjo una ideología de unidad nacional, la "*Rukunegara*", que se le hizo jurar a la oposición (denostada por Lim Kit Siang, del DAP chino, de corte progresista próximo al PAP chino de Singapur, y tb. jurada por el *Gerakan*, partido de centro multirracial reformista). En un entorno de concentración de poder inusual desde principios de los 70, la cúpula del UMNO malayo no dudaría en utilizar la ISA (Internal Security Act) para encarcelar a cientos de opositores; legislar para promover la NEP (enmiendas constitucionales), la política económica de discriminación positiva a favor de los malayos (musulmanes), y utilizar a las fuerzas de orden público para erradicar las discusiones sobre temas sensibles para facilitar la actividad legislativa del Parlamento. Cualesquiera discusiones en público, incluso en el mismo Parlamento, de aspectos relativos al poder y el estatus de los gobernantes y aristocracia malayos (musulmanes); los privilegios especiales malayos; la ciudadanía y el estatus del Bahasa Malasia (el malayo), lengua nacional, y el Islam como la religión oficial (sacralizando la NEP), se consideran desde entonces sedición y por tanto anti constitucionales. Desde este momento se limita la Libertad de Expresión, y la prensa y el parlamento en lugar de ser críticos del Gobierno se ponen a su servicio para garantizar la aprobación de sus políticas y el consenso forzoso. Se fijan los pilares ideológicos del UMNO y toda la estructura del Estado de Malasia, desde los juzgados hasta la policía pasando por las fuerzas armadas se habrían movilizado para aplicar la voluntad del Gobierno. Según Mauzy y Milne<sup>265</sup>, Mahatir lanza una campaña contra la judicatura (*Tribunal Supremo y Corte Federal*) y la abogacía a partir de los años 80: aprueba en el Parlamento enmiendas a los artículos 121.1 y 145 de la Constitución, por los que los poderes de los jueces ya no iban a estar claramente

---

<sup>262</sup> Op. cit., BAKER, JIM, 2014, pp. 371-372.

<sup>263</sup> Op. cit. SARDESAL, 2010, p. 285-286.

<sup>264</sup> Nota: Texto completo en el sitio Web de la Oficina de NNUU para las Drogas y el Crimen, en < URL: [https://www.unodc.org/tldb/pdf/Malaysia\\_Emergency\\_Essential\\_Powers\\_Act\\_1979.pdf](https://www.unodc.org/tldb/pdf/Malaysia_Emergency_Essential_Powers_Act_1979.pdf) > (accedido el 04.12.2015). Los textos legales, con enmiendas ulteriores a la fecha de publicación, se incluyen sólo a efectos informativos.

<sup>265</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE; 1999, pp. 46-49.

recogidos en la Constitución, sino que estos pasarían a ser conferidos por el mismo Parlamento al Judicial por leyes orgánicas ("*statutes*"): Mahatir habría acabado con la Independencia Judicial en materias constitucionales (los jueces ya no pueden anular las leyes emitidas por el Parlamento por anti constitucionales), restringiendo la posibilidad que tenían los jueces emitir dictámenes a favor de los oponentes políticos en casos de quiebras de los Derechos Humanos, en contra de la aplicación gubernamental de la *Internal Security Act*. Ante la voluntad autoritaria de Mahatir y el UMNO de reducir cada vez más los derechos políticos de los malasios, los jueces habrían sido el último recurso para aquellos oponentes en contra del Gobierno. Mahatir habría acabado con la Separación de Poderes, limitando gravemente la Independencia Judicial y su poder. Según Kua Kia Song<sup>266</sup>, la pérdida de confianza en el poder Judicial fue patente, desde entonces se considera al servicio del Primer Ministro y su Gobierno. Finalmente, y esto tiene malas consecuencias para la economía, se elimina el inglés de las escuelas donde se utilizaba como lengua vehicular, imponiendo el malayo (*Bahasa Malaysia*), lo que causa resentimiento entre las familias "*educadas en inglés*" de clase media y alta en el medio de las grandes urbes malasias (Kuala Lumpur, Penang) que es donde se hablaba y se habla inglés<sup>267</sup>.

El Gobierno de *Mohamed Mahatir* (1981) reforzaría la tradición autoritaria y malayista (pro malayos (musulmanes)) en Malasia que dura hasta nuestros días: como en Singapur, se considera que cualquier disidente rompe "*la armonía*", y protestar sobre injusticias flagrantes es acallado inmediatamente como "*ofensa a la nación*", culpando al agraviado (si es verdad o mentira o hay causa evidente no importa, sólo importa la "*paz absoluta*", fuente de toda tensión asianista latente). Esto entra en contradicción con un país superficialmente moderno, plagado de rascacielos y carreteras, con una sociedad de consumo occidentalizada y pujante, que se mueve a toda velocidad. No obstante, el autoritarismo malasio (con costes enormes en términos de libertades personales), sí que otorga una gran estabilidad al sistema político malasio en comparación con los países circundantes, lo que ha redundado en mayores niveles de prosperidad relativa, excluyendo a Singapur<sup>268</sup>. Studwell<sup>269</sup> cree que, desde la Independencia, en Malasia no habría existido un cambio en la estructura de las élites malasias, porque el "*trato*" y después la NEP, habrían sido un negocio excelente para todos los grupos étnicos: La proporción del capital foráneo frente al extranjero creció enormemente, creciendo la tarta para todos los grupos interesados (malayos, chinos e indios). Según Hill<sup>270</sup>, en el caso de los malayos que partían prácticamente de cero (2%) en el control del capital de las empresas nacionales en los 70, se llegó a un quinto del total en los 90 (21%). Los chinos llegaron a alcanzar dos quintos en 2006 (40%), muy por encima de su peso demográfico (25% de la población), pasando del 22.8% en 1969 a casi el 35% en 2008. Todo esto fue posible gracias al intensísimo crecimiento económico, cayendo la participación del capital extranjero en las empresas malasias, muy grande a finales de los 60<sup>271</sup>, en torno al 62.1% del total, que bajaría hasta el 37.9% en 2008. En

---

<sup>266</sup> Op. cit. KUA KIA SOONG, 2009, p. 99 *Suaram, 20 years defending Human Rights*, Kuala Lumpur, Malasia, Suaram Komunikasi, 2009, 137 páginas, p. 99. Suaram, también conocida por "Aliran", es la organización de Derechos Humanos más prestigiosa de Malasia: colaboradora de Human Rights Watch, entre otras.

<sup>267</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 1999, pp. 9 y 23-24.

<sup>268</sup> ANÓNIMO, "Malasia, el marco político", Kuala Lumpur, Oficina Comercial de España en Malasia, marzo de 2012, 5 págs., pp. 1-2.

<sup>269</sup> Op. cit., STUDWELL, 2007, pp. 26-27.

<sup>270</sup> GÓMEZ, EDMUND TERRENCE, "The politics and policies of corporate development: race, rents and redistribution in Malaysia", AAVV, *Malaysia's Development Challenges: Graduating from the middle*, 1ª edición al cuidado de Hal Hill et al., Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, 2012, 348 páginas, pp. 64-65.

<sup>271</sup> HILL, HAL, "Malaysian economic development: looking backward and forward", en AAVV, *Malaysia's Development Challenges: Graduating from the middle*, 1ª edición al cuidado de Hal Hill et al., Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, 2012, 348 páginas, pp. 1-41, en pp. 29-30.

el sistema autoritario de Malasia, si la mayor parte de la gente en los diferentes grupos étnicos se beneficia, poco espacio queda para una crítica efectiva sobre la desigualdad, los abusos del poder y la injusticia en la discriminación positiva pro malayos (musulmanes)<sup>272</sup>.

Si bien existe enorme actividad en la oposición y una situación de desgaste de la coalición en el poder, el *Barisan Nasional* ha ganado las elecciones con 2 tercios de los votos desde 1957 a 2004, así como las de 2009 y 2013 con mayorías cada vez más ajustadas, el entorno político que se entiende tenso y con cierta tendencia a la inestabilidad, algo inusitado en Malasia hasta bien entrado el siglo XXI. ¿Qué tipo de partidos constituyen el Barisan Nasional en el poder desde 1969? El *Gerakan* pasa a aliarse con los partidos de la *Alianza Nacional* (el UMNO, el MCA y el MIC, encuadrando a los votantes por etnias malaya, china e india respectivamente) para formar la nueva *Barisan Nasional*, luego también apoya las políticas de discriminación positiva de la NEP/NDP de el UMNO malayo (musulmán), a favor de los malayos (musulmanes)<sup>273</sup>. El *Gerakan*, en la coalición en el poder, es el partido chino más próximo al laborismo moderado (fabiano), que atrae a intelectuales de origen multiétnico (clases medias que rechazan el encuadramiento étnico de los demás miembros del Barisan Nasional), se supone que es la "*conciencia*" del Barisan, por sus proclamas más humanistas y el alto nivel de sus analistas como *Syed Abbas*<sup>274</sup>. El MCA chino, como portavoz de la empresa china ante el UMNO malayo (la voz del anti comunismo, que concita el apoyo urbano, de las clases medias y altas), defiende los intereses económicos del empresariado chino al calor del UMNO malayo (musulmán) pero con un rol subsidiario ante el mismo. El MIC indio no representa a la mayor parte de los indios, y además no tiene demasiado poder en ninguna circunscripción: en las ciudades "chinas" siempre son una minoría, y se nutre de las clases trabajadoras indias<sup>275</sup>. Su poder en la coalición se ha diluido por conflictos internos y la pequeña representación en votos en la misma, reflejo de la posición demográfica marginal de los indios en Malasia. Paralelamente, en el Barisan Nasional se llega a acuerdos temporales con los partidos, o pro bumiputras o pro chinos, de la Malasia Insular en Sabah y Sarawak, es decir el PBB; el SUP, el PBDS y otros.

Según Gómez y Baker<sup>276</sup>, el líder y partido principal de la Barisan Nasional, el UMNO malayo (musulmán), habría obtenido del 53-56 % de los escaños por la pujante demografía malaya (musulmana); la forma en la que están delineadas las circunscripciones que favorecería a los candidatos malayos en las zonas rurales (1999), bastión de los votos del UMNO su sistema eficaz de clientelismo político, su maquinaria y sus tácticas para captar votantes<sup>277278</sup>. El UMNO contaría con más dinero que los demás partidos para dispensar entre sus redes clientelares: los funcionarios malayos (musulmanes) tienen el control de las finanzas del Estado, luego el UMNO y el Barisan en general llegarían a obtener la cooperación de las AAPP, donde dominan los malayos, y tienen el poder de otorgar de licencias de apertura para negocios, y otorgar trabajos públicos: los mejores suelen ir a los malayos (musulmanes) por ser su "*privilegio especial*". Las alegaciones de compra de votos, ofreciendo a los votantes del UMNO un colegio nuevo o una carretera a nivel local, entre otras prácticas

---

<sup>272</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 1999, pp. 92-94.

<sup>273</sup> LEE HOCK GUAN, "Steadily Amplified Rural Votes Decide Malaysian Elections", Singapur, Institute of South East Asian Studies (ISEAS), Universidad de Singapur, Boletín del ISEAS: ISEAS Perspective n° 34 (06.06.2013), 11 págs., p. 4.

<sup>274</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 1999, pp. 91-94.

<sup>275</sup> Op. cit., GÓMEZ, EDMUND TERENCE, 2007, p. 6.

<sup>276</sup> Op. cit., GÓMEZ, EDMUND TERENCE, 2007, p. 5 y, op. cit., BAKER, 2014, p. 395.

<sup>277</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 1999, pp. 1-2 y 116.

<sup>278</sup> Op. cit., WATSON ANDAYA, 2001, p. 327.

dudosas, son frecuentes. Según Gómez<sup>279</sup>, sin estos recursos es difícil que el UMNO hubiera conseguido concitar el voto malayo (musulmán). Lógicamente, todo esto se da en el trasfondo de la NEP, que significa una transferencia de recursos inaudita de chinos e indios a los malayos en un marco de corrupción institucional extensa. Abundan las acusaciones de *Gerrymandering* antes y después de 1999<sup>280281</sup> (manejo de los lindes de las circunscripciones a favor del UMNO malayo para ganar escaños) y de trucos sucios en los procesos electorales (como el fraude en voto postal y los votantes "*fantasma*"): el sistema electoral malasio es de tipo británico de circunscripción uninominal "*first past the post*", con una sola vuelta, luego en ausencia de proporcionalidad (*Ley D'Hont*), re delineando una circunscripción es fácil obtener los pocos votos que fueran necesarios para desbancar al candidato más votado, con alteraciones mínimas en sus lindes. Además, los votos rurales (predominantemente malayos (musulmanes)), se traducen en bastantes más escaños que los urbanos (chinos e indios), lo que estaría relacionado con el peso desproporcionado dado a estos votos musulmanes: no existiría una relación "*un hombre un voto*", como sostiene el ISEAS en Singapur en 2013<sup>282</sup>. El grado de discreción que tuvo el Gobierno de Malasia para delinear circunscripciones habría sido cuestionable: mientras un diputado valdría 15798 votos en la circunscripción más pequeña (generalmente rural y con mayoría malaya (musulmana), votantes del UMNO malayo), costaría 144369 en la más grande en 2013 (generalmente urbana, y con grandes minorías o mayorías china e india, que son las que gana la oposición del *Pakatan Rakyat*), luego los malayos (musulmanes) estarían sobre representados 1.20 veces en 2008. En suma, el ISEAS cree que el Sistema Electoral está manipulado por el Barisan Nasional (y el UMNO malayo, su líder), para servir a sus intereses, además apunta a la manipulación de los asuntos raciales y religiosos, involucración en la política del miedo y tácticas clientelares, que serían cada vez menos efectivas ante el ascenso de la oposición (*Pakatan Rakyat*). Ian Buruma, también escribe sobre la corrupción en el entorno malayo de la élite en torno a Mahatir, la fuga de cerebros chinos e indios y la propaganda gubernamental que mantiene en el miedo al campesinado malayo (pobre y atrasado)<sup>283</sup>.

Para combatir lo que es entendido como fraude electoral persistente del Gobierno<sup>284</sup>, aparece *Bersih*, la "*Coalición Para Unas Elecciones Libres y Justas*" (con su color amarillo, distintivo), auspiciada por el *Barisan Alternatif* (ahora *Pakatan Rakyat*), la alianza de partidos en la oposición. La policía malasia, mayoritariamente malaya (musulmana), ha sido denunciada por el *Consejo de la Abogacía de Malasia* por el mal trato propinado a los miembros de *Bersih* en diferentes manifestaciones<sup>285</sup>. La organización de Derechos Humanos *SUARAM*, denuncia fraudes de todo tipo en las elecciones y cobertura claramente sesgada a favor del UMNO malayo (musulmán) en los medios de comunicación desde 1999. *SUARAM* indica que 680000 votantes recién registrados no habrían podido ejercer su derecho de voto en las elecciones generales de 1999<sup>286</sup>; en 1999 se denunció la manipulación de las elecciones (*gerrymandering*; compra de votos y privación de derechos civiles)

---

<sup>279</sup> Op. cit. GÓMEZ, EDMUND TERRENCE, 2007, p. 6.

<sup>280</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 1999, pp. 13 y 115-116.

<sup>281</sup> Op. cit., HILL, HAL, 2012, p. 28.

<sup>282</sup> Op. cit., LEE HOCK GUAN (06.06.2013), pp. 1-2 y 7. En 2002, para que el UMNO ganara las elecciones de 2004.

<sup>283</sup> Op. cit., BURUMA, IAN (18.05.2006), p. 35.

<sup>284</sup> Fuentes: Comunicado de la organización Global Bersih, en su sitio web en < URL: [http://www.globalbersih.org/wp-content/uploads/2012/04/Fraud\\_by\\_numbers\\_1.pdf](http://www.globalbersih.org/wp-content/uploads/2012/04/Fraud_by_numbers_1.pdf) >, (accedido el 25.07.13).

<sup>285</sup> ANÓNIMO "Police response during BERSIH 3.0 rally disproportionate and excessive", comunicado de prensa del Consejo de la Abogacía malasio (Malaysian Bar Association), Kuala Lumpur, Malasia (29.04.12), disponible en su sitio web en < URL: [http://www.malaysianbar.org.my/press\\_statements/press\\_release\\_police\\_response\\_during\\_bersih\\_3.0\\_rally\\_disproportionate\\_and\\_excessive.html](http://www.malaysianbar.org.my/press_statements/press_release_police_response_during_bersih_3.0_rally_disproportionate_and_excessive.html) >, (accedido el 16.04.14).

<sup>286</sup> Op. cit., KUA KIA SOONG, 2009, pp. 98-99 y p.113.

en el Estado de Sabah para favorecer a partidos malayos (musulmanes); en las generales de 2004 el censo se consideró fraudulento, y se habría impedido a líderes del *Parti Rakyat* (véase más adelante) participar en las elecciones a través de la utilización de acusaciones frente a los jueces contra los candidatos pendientes de juicio (que les descalificaban). Finalmente, según Mauzy y Milne y Sardesai<sup>287288</sup>, las noticias escoradas a favor de la coalición gubernamental, discriminando a la oposición para debilitarla, son frecuentes en los medios gubernamentales, dado su control sobre los mismos.

El poder monolítico del UMNO malayo (musulmán) en la Barisan Nasional ha sido cuestionado repetidas veces por sus propios afiliados: en el UMNO siempre habría existido competencia intensa entre facciones<sup>289</sup>. Mahatir habría llegado a cerrar el "*UMNO viejo*", en una "*operación acordeón*", para neutralizar a sus opositores simpatizantes de *Musa Hitam* y el *Tengku* (Príncipe) *Razaleigh Hamzah*, y hasta el mismo *Tunku Abdul Rahman*, para refundarlo como "*UMNO nuevo*" a la medida de sus intereses. Los rebeldes, monárquicos tradicionalistas pero demócratas, cuestionaron la retirada de la inmunidad ante los crímenes cometidos por los sultanes, las políticas autoritarias y la concentración de poder en la persona de Mahatir desde 1981. La segunda amenaza al poder del UMNO malayo (musulmán) aparece en 1998<sup>290</sup>: Anwar Ibrahim, Vice Primer Ministro de Malasia, fue depuesto y acusado de corrupción y practicar la sodomía ("*intercambio carnal contra natura*") con un joven ayudante y después con su chofer, cargos que carecieron de credibilidad alguna en círculos locales y diplomáticos<sup>291</sup>. Según la organización de Derechos Humanos SUARAM, el muchacho confesó bajo coacción policial<sup>292</sup> a instancias del mismo Primer Ministro Mohamed Mahatir. Estas son alegaciones que habrían apuntado a un crimen terrible para el Islam malasio, mucho más si tenemos en cuenta que Anwar fue un activista islámico muy influyente en su juventud. En 1998, Anwar fue arrestado, golpeado violentamente y encarcelado por la policía: las fotos de Anwar con lesiones, un ojo morado y collarín dieron la vuelta al globo<sup>293</sup>, una situación denunciada por una plétora de organizaciones de Derechos Humanos y la prensa internacional. No es de extrañar que con el caso de Anwar, Malasia pierda su imagen de país democrático y estable. Siguiendo a Gómez<sup>294</sup>, es probable sólo se estuviera volviendo a las propias raíces asiáticas con un sesgo claramente asianista, el comportamiento de Mahatir (que no estudió en Inglaterra, en Occidente), se asemeja al de un buen "sultán", quién estaría suprimiendo toda competencia política en su rededor al eliminar la Separación de Poderes de origen occidental y otras instituciones que limitaren su poder. Todo esto más allá de las alegaciones de enriquecimiento indebido de Anwar y Mahatir, en la era de la política económica clientelar (amiguista) de la corrupción que caracterizó a la Era Mahatir. Anwar fue condenado y encarcelado 6 años por corrupción (pero no por sodomía), y no sólo fue destituido como Vice Presidente, si no como Ministro de Finanzas, situación que posiblemente hubiera puesto de manifiesto las disensiones en materia económica entre Anwar y Mahatir ante la crisis del Sudeste Asiático (1997): si Mahatir propugnó un sistema de tipos de cambio fijo y una intervención en los mercados cambiarios para sostener la paridad con el dólar, Anwar es más próximo a las tesis liberalizadoras

---

<sup>287</sup> Op. cit., SARDESAI, 2010, p. 290.

<sup>288</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 1999, p. 116.

<sup>289</sup> Op. cit., WATSON ANDAYA, 2001, p. 328.

<sup>290</sup> Ibid., 2001, p. 329.

<sup>291</sup> Op. cit., SARDESAI, pp. 297.

<sup>292</sup> Op. cit., KUA KIA SOONG, 2009, p. 86 y p. 105.

<sup>293</sup> ANÓNIMO, "Ex-police chief charged with Anwar beating", Londres, *BBC News* (22.04.1999), disponible en <<http://news.bbc.co.uk/2/hi/asia-pacific/325705.stm>>, (accedido el 01.07.2014).

<sup>294</sup> Op. cit., GÓMEZ, EDMUND TERRENCE, 2007, p. 20.

del FMI (según entrevista con *Ian Buruma* se le asociaba con EEUU, por sus contactos con Paul Wolfowitz, del Banco Mundial, se le tildó de "agente judío", en la línea del mahatirismo más duro, también se le llamó "lacayo de los chinos") y prefiere la flotación del RM para reflejar las condiciones en las cuentas corriente y la de capital, así como la concentración y reestructuración bancarias<sup>295</sup>. Además, Mahatir y Anwar se habrían acusado el uno al otro de la corrupción a la que ellos mismos dieron pábulo, todo esto en una crisis económica que parece haber respondido más a los desequilibrios macroeconómicos y procesos especulativos internos de Malasia, que al impacto de la especulación internacional<sup>296</sup>, como el mismo Mahatir habría querido hacerle creer al electorado malasio, culpando a George Soros y los "especuladores" (a poder ser occidentales, así le daría pábulo a su retórica del Sur débil frente al Norte pobre)<sup>297298</sup>. Watson Andaya cree que la reacción contra Anwar habría puesto de manifiesto como las maniobras de Mahatir para "castrar" (sic) al sistema legal malasio basado en el Derecho Anglosajón ("Common Law") en los veinte años precedentes. La reacción de Mahatir se entiende como desafortunada y fuera de toda proporción. Después, Anwar fue acosado, le fue prohibido hablar en público y su vida, supervisada, se volvió un verdadero calvario. Sorprendentemente, Mahatir concitó las simpatías de los elementos radicales de organizaciones islámicas conservadoras, resaltando los contrastes y diferencias culturales, étnicas y sociales de Malasia (encarcelar a los "pondans", palabra despectiva para designar a los homosexuales, prohibido en el Islam): en suma, las diferencias patentes entre el agro malayo (musulmán), pobre y subdesarrollado, y las ciudades multiétnicas, modernas y afluentes. ¿Cuál no sería el poder del "sultán" Mahatir, cuando ningún especialista serio, dentro y fuera de Malasia, creía que Anwar hubiera cometido crímenes algunos (más allá de que fuera o no sodomita), y acabó en la cárcel 6 largos años en confinamiento en solitario (casi completamente aislado), torturado y golpeado? ¿Sería esta una involución asianista en la que el poder divino ("timpá daulat") de los nuevos sultanes del UMNO parece ilimitado, y cuando las hubiere, no puedan ser hechos responsables de sus acciones?.

Como reacción al estilo autoritario del UMNO malayo (musulmán); los abusos del poder, su corrupción extensa<sup>299</sup> y la percepción de quiebra de los Derechos Humanos en la persona del mismo Anwar Ibrahim, aparece el KeADilan (PKR), dirigido por *Wan Azizah*, la mujer de Anwar (médico, formada en Irlanda, ginecólogo y oftalmólogo de prestigio, lo que significa un rival con gran autoridad moral ante el "Doctor" Mohamed Mahatir). Su objetivo principal es defender la causa de su marido, a través de la *Reformasi*, movimiento para combatir todos los males anteriores y el fraude electoral (*Bersih* está relacionado directamente). Se consolida la alianza de partidos de oposición: el *Barisan Alternatif* hasta 2004 (formada por el DAP; el Parti Rakyat, el KeAdilan y el PAS). Más tarde, se fusionan el Parti Rakyat (Partido Popular de Malasia, de orientación social demócrata) y el KeAdilan en el *Parti Keadilan Rakyat* (PKR), y se refunda el Barisan Alternatif, que ahora se conoce como *Pakatan Rakyat* (Alianza Popular). El Barisan Alternatif, ahora

---

<sup>295</sup> ANÓNIMO, "Counterterrorism and Human Rights Abuses under Malaysia's Internal Security Act", Nueva York, EEUU, Informe de Human Rights Watch, mayo de 2004, vol. 16, n.º. 7 (C), 51 páginas, pp. 9-10, disponible en < <https://www.hrw.org/report/2004/05/24/name-security/counterterrorism-and-human-rights-abuses-under-malaysias-internal> >, (accedido el 30.08.2014), y op. cit., SARDESAI, pp. 297-298.

<sup>296</sup> Véase el epígrafe I.2.5 para mayor información sobre la evolución de la política económica.

<sup>297</sup> Op. cit., BURUMA, IAN (18.05.2009).

<sup>298</sup> Op. cit., BAKER, JIM, 2014, p. 373-377.

<sup>299</sup> ANÓNIMO, "Building a more ethical business environment, Asia-Pacific Fraud Survey 2013", Informe de EYGM Ltd. (relacionada con Ernst & Young, la firma de auditoría), de 2013. Los mismos negocios malasios perciben la corrupción a todos los niveles para obtener resultados en Malasia, las proporciones son más altas que en los demás países de renta alta y media, excluida China (el 21% como media en Asia Pacífico el 39% en Malasia). Esto es sorprendente, dada la autocensura imperante, y la censura, permanente. Es vox populi.

*Pakatan Rakyat* (el DAP, PKR y el PAS), es la alianza de partidos en la oposición en contra del Barisan Nasional (UMNO, MCA, MIC, Gerakan) aún en el Gobierno (2014). El DAP es la oposición tradicional al Barisan Nasional, partido chino de carácter progresista, que se ha hecho tradicionalmente con la mitad de los votos chinos, como sucesor del PAP singapurense en Malasia, de carácter netamente pragmático y economicista, aparentemente multirracial. Finalmente, el PAS es la voz del fundamentalismo islámico malayo (musulmán) en los Estados del Este de la Federación, el partido islámico por excelencia. Sus líderes son profesores religiosos o *ulemas*<sup>300</sup>, formados en la *Universidad Islámica Al Azhar* de El Cairo (Egipto), la misma Universidad que habría invocado el *Gran Mufti* (líder religioso) de El Cairo en septiembre de 2014, para condenar los actos terroristas de las milicias islámicas de ISIS en Iraq en septiembre de 2014<sup>301</sup>. Su "*consejero espiritual*" más destacado es *Nik Abdul Aziz Nik Mat*. La influencia del PAS se circunscribe a los estados con mayoría malaya (musulmana), abrumadora, de Terengganu (renta per cápita 23,285 Ringgits<sup>302</sup> malasios (RM); Kelantan (10,677 RM), y las zonas rurales de Kedah (16,316 RM). Los dos últimos los más pobres de Malasia. El más rico, Terengganu, sólo alcanza el 60% tercio de la renta per cápita de Selangor (37,851 RM), aunque esto se explica porque tiene reservas de petróleo, y los demás no llegan ni a un tercio, ni a la mitad, respectivamente<sup>303</sup>. Las diferencias son aún más insostenibles, si se tiene en cuenta que en el Distrito Federal de Kuala Lumpur se alcanzan los 79.752 RM per cápita, 7 veces más que en el Estado Malayo más pobre (unos 19127 Euros per cápita, unos 3000 más que en Extremadura en 2014<sup>304</sup>). No extraña pues el contencioso de los Estados de Kelantan y Terengganu con el Estado Federal, para controlar una parte de los beneficios que su petróleo genera<sup>305</sup>.

Si bien las elecciones de 1999 acarrearón un castigo electoral al Barisan Nasional por la situación de crisis económica, corrupción y abusos del Gobierno, en la quiebra de los Derechos Humanos en el entorno de Anwar Ibrahim desde 1998, con las de 2004, el Barisan recupera bastantes votos: El islamismo moderado y conciliador del premier *Abdullah Badawi* (UMNO) habría sido percibido como una opción segura (2003-2009), en un entorno en el que lo que se valora es la paz y consenso asianista: esto es así por el miedo de la empresa malasia (clases medias y altas chinas e india), ante la debilidad de la oposición y el ascenso del PAS fundamentalista en la *Pakatan Rakyat* (en las manifestaciones del PAS se proponía reclutar islámicos para luchar contra EEUU en la Guerra de Afganistán<sup>306</sup>). La oposición, la *Pakatan Rakyat*, habría resultado una opción endeble, al combinarse posturas claramente opuestas (agua y aceite): las del DAP que está por la abolición de los privilegios malayos (musulmanes), frente al PAS, partido fundamentalista, en pos de la adopción del "*hudud*" (hadd), el código penal islámico durísimo al que están sujetos las Monarquías del Golfo<sup>307</sup>: lo único que parece unir a los partidos de la *Pakatan Rakyat* es la percepción de corrupción en torno al Barisan Nasional y su partido líder, el UMNO (malayo musulmán)<sup>308</sup>. Las elecciones de 2008 vuelven a reflejar el creciente descontento con el Barisan Nasional ante alegaciones de fraude electoral masivo: en la línea de *Bersih*, algunos vieron un punto de inflexión en la política malasia que fuera a auspiciar la pérdida de los dos tercios de los

<sup>300</sup> Op. cit., GÓMEZ, EDMUND TERENCE, 2007, p. 7.

<sup>301</sup> ANÓNIMO, "Egyptian cleric condemns terror acts", Entrevista al Gran Mufti de El Cairo por la cadena de televisión Euronews (12.09.2014), disponible en <URL: <http://www.euronews.com/2014/09/12/egyptian-cleric-condemns-terror-acts/>>, (accedido el 14.09.2014).

<sup>302</sup> Op. cit., SARDESAI, 2010, p. 294.

<sup>303</sup> Fuente: Departamento de Estadísticas de Malasia 2013.

<sup>304</sup> Fuente: Instituto Nacional de Estadística.

<sup>305</sup> Op. cit., GÓMEZ, EDMUND TERENCE, 2012, p. 60.

<sup>306</sup> Op. cit., BAKER, 2014, p. 384.

<sup>307</sup> Op. cit., SARDESAI, 2010, p. 293.

<sup>308</sup> Op. cit., BAKER, 2014, pp. 386-390.

escaños en el Parlamento del Barisan, necesarios para modificar la Constitución<sup>309310</sup>. Como consecuencia, desde 2008 existen grandes disensiones internas dentro de la coalición en el poder<sup>311</sup>: La Barisan habría sido abandonada por el voto chino (les queda, fundamentalmente, el malayo), dejando de votar al MCA chino (Barisan) para sustituirle, en masa, por el DAP chino (Pakatan Rakyat), ante la percepción de injusticia sistemática de los chinos en base la política económica de discriminación positiva a favor de los malayos (musulmanes), la NEP. La Barisan no gana ni una de las circunscripciones de mayoría china de 2008 a 2014: los chinos habrían percibido que el MCA (chinos) de la Barisan sólo sería un partido títere en manos del líder de la misma, el UMNO (malayo (musulmán)). El PKR sería el ganador indiscutible de las elecciones de 2008. Liberado su líder, *Anwar* (aunque vuelto a encarcelar en 2015), este emprende campaña contra el gobierno de *Badawi* al que considera tan corrupto y elitista como el anterior: sorprende el nuevo discurso islámico moderado y pro Derechos Humanos<sup>312</sup>, contra la corrupción del UMNO, cuando el mismo Anwar en su juventud fue un activista islámico conservador muy destacado, llegando a ser Vice Primer Ministro de un Gobierno liderado por el mismo UMNO.

**Tabla 3**  
**Circunscripciones en las que ha ganado el Barisan Nasional en Malasia Peninsular en las elecciones de 1999 a 2013, en porcentaje**

<b>Tipo de escaños</b>	<b>1999</b>	<b>2004</b>	<b>2008</b>	<b>2013</b>
Mayoría malaya	42.3	88.3	65.1	74.6
Mayoría china	40.0	16.7	0.0	0.0
Mixtos	92.7	97.8	49.4	42.4

Fuente: LEE HOCK GUAN, "Steadily Amplified Rural Votes Decide Malaysian Elections", Singapur, Institute of South East Asian Studies (ISEAS), Universidad de Singapur, Boletín del ISEAS: ISEAS Perspective nº 34 (06.06.2013).

Se podría pues entender en el triunfo del PKR en 2008, que las clases medias malayas que le apoyan hubieran tomado conciencia de las enormes desigualdades sociales que la NEP ha acarreado en Malasia (entre los mismos malayos, entre otras); otra cosa sería que hubiera interés en suprimirla, ya que casi tres generaciones de malayos (musulmanes) han crecido al calor de los subsidios y discriminaciones que les favorecen. Si bien la *Pakatan* siempre gana en las zonas urbanas multiétnicas, especialmente en aquellas con pre eminencia china e india, el Barisan lo hace en las rurales de mayoría malaya<sup>313</sup>, habiendo un peloteo de votos rurales entre el PAS (fundamentalista) y el UMNO conservador (1999-2014). Cuando el UMNO recupera votos del PAS, lo es por su

<sup>309</sup> Op. cit. KUA KIA SOONG, 2009, p. 120.

<sup>310</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 1999, p. 14, y BARKER, 2014, pp. 386-390.

<sup>311</sup> NELSON, JOAN M., "Political challenges in economic upgrading: Malaysia compared with South Korea and Taiwan", en AAVV, *Malaysia's Development Challenges. Graduating from the Middle*, 1ª edición al cuidado de Hal Hill et al., Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, 2012, 348 páginas, pp. 43-62, en la p. 53. Nelson es investigadora de la *School of International Service* (Escuela del Servicio Exterior), de la American University, de Washington, EEUU.

<sup>312</sup> Op. cit., BURUMA, IAN (18.05.2009), en p. 36.

<sup>313</sup> Op. cit., LEE HOCK GUAN, 2013, p. 10.



gestión económica: sus electores entienden que el PAS no es sido capaz de sacar a los Estados Malayos de su pobreza relativa frente al resto del país. Finalmente, en las elecciones de 2013 la desproporción entre votos y escaños obtenidos por la oposición de la Pakatan Rakyat es ya intolerable: la Pakatan obtiene el 50% de los votos, luego sólo obtiene 89 escaños aunque hubiera superado a la Barisan Nasional que, con sólo el 47% de los votos, se hace otra vez con el control del Gobierno y consigue 133 escaños<sup>314</sup>.

El bloqueo constante al acceso al poder de los partidos de oposición desde 1999 y la sensación de hartazgo con la corrupción institucional extensa, se añan a la acumulación de escándalos financieros y de quiebras de los Derechos Humanos en torno al Barisan, cuyas alegaciones se concentran en la misma persona del último Primer Ministro de Malasia (*Najib Tun Razak*), en los casos de los asesinatos de *Altantuya Shaaribuu* y *Teoh Beng Hock*. Ni un sólo ministro chino de la MCA consintió en formar parte del Gobierno en las postrimerías de las elecciones de 2013, lo que se hubiera subsanado poco después con la incorporación de 6 ministros al Gobierno, un cambio muy probablemente cosmético<sup>315316</sup>.

**Tabla 4**

Porcentaje de votos y escaños para el Barisan Nasional o el Pakatan Rakyat, 2013

	Barisan Nasional (%)		Pakatan Rakyat (%)	
	Votos	Escaños	Votos	Escaños
<b>Malasia Occidental</b>	45.55	51.52	53.26	48.48
<b>Malasia Oriental</b>	51.53	84.21	33.12	15.79
<b>Total</b>	46.87	59.91	50.85	40.09

Fuente: LEE HOCK GUAN, "Steadily Amplified Rural Votes Decide Malaysian Elections", Singapur, Institute of South East Asian Studies (ISEAS), Universidad de Singapur, Boletín del ISEAS: ISEAS Perspective nº 34 (06.06.2013).

¿Perderá alguna vez el poder la Barisan Nasional a favor de la Pakatan Rakyat? Aunque pueda haber una creciente empatía de los votantes del PKR para con los Derechos Humanos, la Igualdad de la Mujer y la identidad multiétnica de Malasia (no dominada por la supremacía malayista (musulmana)), la ideología islámica conservadora (UMNO) y fundamentalista (PAS), tienen un peso específico en la política malasia, cuyas inercias probablemente se dejen sentir mucho después del caso hipotético de que el Barisan perdiera el poder. Un posible ascenso de *Pakatan Rakyat* se podría arbitrar con la contención de las presiones fundamentalistas en su seno, neutralizar al PAS, o un acercamiento a segmentos moderados de los partidos de la Barisan. Sentado esto, sólo apuntar al mantenimiento de la paz social de carácter asianista, el factor decisivo en cualquier reorganización

<sup>314</sup> Op. cit., LEE HOCK GUAN, 2013, en p. 2, y ANÓNIMO, "Marco político de Malasia", nota informativa de la Oficina Comercial de España en Malasia, Kuala Lumpur, mayo de 2013, 5 páginas, p.4.

<sup>315</sup> LIM KIT SIANG, "The abandonment of MCA leaders' election promise have proven MCA's corrupt political philosophy that principles are informed by positions when positions should be informed by principles", comunicado de prensa de Lim Kit Siang, líder del DAP en su blog personal en el sitio web del DAP, (24.02.2014), en <URL: <http://dapmalaysia.org/en/statements/2014/02/24/18082/> >, (accedido el 20.09.2014).

<sup>316</sup> CHAN WEI SEE, "Chinese groups "a little dissapointed" with Najib's cabinet expansion", Kuala Lumpur, *The Edge* (26.06.2014), este es el periódico de información económica más influyente de Malasia, en < URL: [http://www.theedgemaalaysia.com/index.php?option=com\\_content&task=view&id=296445&Itemid=77](http://www.theedgemaalaysia.com/index.php?option=com_content&task=view&id=296445&Itemid=77) >

política malasia: cualquier atisbo de conflictos intra-étnicos, o violencia de cualquier tipo, moverían la balanza en favor del Barisan.

La situación política en los Estados de la Malasia Insular, Sabah y Sarawak, es bastante compleja y en Sarawak, probable fuente de conflictos: las formaciones políticas variables dependen del origen étnico de sus afiliados en coaliciones inestables con cambios constantes<sup>317</sup>. La pretensión del Gobierno Federal que el Islam es la religión oficial de la Malasia Insular, no se corresponde la realidad religiosa; étnica y cultural, ya que hay importantes minorías cristianas, chinas y animistas (de origen indígena no musulmán), que probablemente superen a las musulmanas (lo contrario que ocurre en la península). Además, los malayos (musulmanes) son minoría frente a las demás etnias en los dos estados y la población india minúscula. *Sabah* fue declarado por *Tun Mustapha* un Estado Islámico: de estilo bastante autoritario, el *Tun* fue un político detestado por los no musulmanes que habría querido darle marcha atrás a la cristianización; rechazado por los nativos pero apoyado por el UMNO malayo (musulmán) peninsular<sup>318</sup>. El Gobierno Federal habría acaparado los ingentes ingresos por la extracción petrolífera en la Malasia Insular, devolviendo un porcentaje muy pequeño a Sabah y Sarawak, y habría utilizado el bloqueo de las partidas de gasto federal para el desarrollo económico insular periódicamente, para garantizar la lealtad de los gobiernos de Sabah y Sarawak y disuadir a los disidentes<sup>319</sup>: la Malasia Insular es bastante más pobre que la Península y el control del dinero cuenta bastante. Asimismo, el Gobierno Federal liderado por el UMNO, habría intentado aumentar su influencia e imponer el malayo como lengua oficial en las universidades: la malayización (políticas pro malayos [musulmanes]) forzosa es algo bastante mal visto por los grupos indígenas, puesto que la homogeneización lingüística y cultural va en contra de su diversidad cultural y religiosa tradicional, como se pudo ver en el realojamiento forzoso de aborígenes al construir la presa de Bakun<sup>320</sup>. En consecuencia, las grandes diferencias políticas; culturales, religiosas y la distancia geográfica<sup>321</sup> con la Malasia Peninsular, existen algunos factores de que puedan impeler a una secesión<sup>322323</sup>, propugnada por la gran minoría china cristiana y los grupos étnicos indígenas, de religiones no musulmanas. De cualquier modo este parece ser un sentimiento minoritario, consecuencia del hartazgo con el Gobierno Federal malayista: la Malasia Insular parece centrada en el desarrollo económico en el marco de la nación, más allá de tentaciones secesionistas.

*Tun Mustapha* gobernó Sabah<sup>324</sup> hasta 1975 como su feudo particular, bajo su USNO atestado por la corrupción, fomentando un crecimiento económico sesgado a favor de los malayos (musulmanes), creando enorme resentimiento en las demás etnias bumiputra con los malayos, que no se habrían beneficiado del mismo. Su objetivo fue la expansión del Islam malasio hasta el sur de las Filipinas, donde nació, y se le atribuye el apoyo a grupos radicales "moros" filipinos secesionistas, a través de la provisión de armas y apoyo financiero. Tras un paréntesis en el que gobierna una coalición liderada por *Berjaya* (coalición que incluyó a grupos de

---

<sup>317</sup> Op cit., WATSON ANDAYA, 2001, pp. 325-327 y op. cit., MAUZY y MILNE, 1999, p. 98.

<sup>318</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 1999, p. 99.

<sup>319</sup> Op. cit. NELSON, JOAN, 2012, pp. 54-55 y 57-61.

<sup>320</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 1999, pp. 98, 118 y 134.

<sup>321</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 1999, p. 20.

<sup>322</sup> PUYOK, ARNOLD. "Secession not the solution to 'Malaysia's problem'", Kuala Lumpur, Blog *Malaysiakini* (31.08.2014), en <URL: <http://www.malaysiakini.com/letters/273274> >, (accedida el 02.10.2014).

<sup>323</sup> Op. cit., WATSON ANDAYA, 2001, pp. 335-336.

<sup>324</sup> Ibid. WATSON ANDAYA, 2001.

etnia *kadazan-dusun*, chinos cristianos, malayos, etc.) de *Donald Stevens*, quién capitalizó estas desavenencias pero no habría podido controlar la corrupción y siguió favoreciendo la islamización forzosa, el UMNO sigue teniendo gran influencia en la política de Sabah.

Por otra parte, el UMNO (malayo (musulmán)) establece coaliciones variables en el Estado de Sarawak (donde no tiene una base organizativa fuerte y los musulmanes son minoría), en el parlamento federal o estatal de Sarawak, según se tercie, con: el Parti Pesaka Bumiputera Bersatu o PBB (derecha de Sarawak, pro bumiputras); el Sarawak United People's Party o SUPP (chinos y sindicalistas de izquierda), o el Parti Bansa Dayak Sarawak o PBDS (pro bumipúteras indígenas (no malayos) de Sarawak, los *dayak*)), pero estos no son apoyos estables y son cambiantes<sup>325</sup>. En el censo de 2010 se registraban en Sarawak: 28 por ciento *iban* (indígenas bumiputra, de grupos mayoritariamente no musulmanes), 27.7 por ciento chino no musulmán y 21 por ciento malayo (musulmán)<sup>326</sup>.

Tabla 5  
Censo del Estado de Sarawak y del Estado de Sabah, Malasia Insular, 2010<sup>327</sup>

Sarawak			Sabah			
	Población	Porcentaje		Población	Porcentaje	
	<b>Total</b>	2,471,140	100.0	<b>Total</b>	3,206,742	100.0
	<b>Malasios</b>	2,354,048	95.3	<b>Malasios</b>	2,316,963	72.3
	<b>Bumiputras</b>	1,759,853	71.2	<b>Bumiputras</b>	1,965,309	61.3
Bumiputra	<b>Malayo</b>	568,113	23.0	<b>Malayo</b>	184,197	5.7
Bumiputra	<b>Iban</b>	713,421	28.9	<b>Kadazan-dusun</b>	568,575	17.7
Bumiputra	<b>Bidayuh</b>	198,473	8.0	<b>Bajau</b>	450,279	14.0
Bumiputra	<b>Melanau</b>	123,410	5.0	<b>Murut</b>	102,393	3.2
Bumiputra	<b>Otros</b>	156,436	6.3	<b>Otros</b>	659,865	20.6
	<b>Chinos</b>	577,646	23.4	<b>Chinos</b>	295,674	9.2
	<b>Indios</b>	7,411	0.3	<b>Indios</b>	7,453	0.2
	<b>Otros</b>	9,138	0.4	<b>Otros</b>	48,527	1.5
	<b>Extranjeros</b>	117,092	4.7	<b>Extranjeros</b>	889,779	27.7
Fuente: Departamento de Estadísticas de Malasia, <i>Population Statistics and Basic Demographic Characteristics</i> , Kuala Lumpur, Malasia, 2010, pp. 48 pp. 40 y 92.						

La tendencia tradicional habría sido a aglutinar todas las fuerzas indígenas en torno al concepto de "*dayakismo*" promovido por los *iban* (unión de los pueblos indígenas *dayak*) en torno al PBDS, en contra de las

<sup>325</sup> ANÓNIMO, "Marco político de Malasia", nota informativa de la Oficina Comercial de España, Malasia, Kuala Lumpur, mayo de 2013, 5 páginas, p.4.

<sup>326</sup> Fuente: Departamento de Estadísticas de Malasia, sitio web de acceso rápido para datos sobre población, en < URL: <http://pqj.stats.gov.my/searchBI.php?tahun=2010&kodData=2&kodJadual=1&kodCiri=4&kodNegeri=12>>

<sup>327</sup> Departamento de Estadísticas de Malasia, *Population Statistics and Basic Demographic Characteristics*, Kuala Lumpur, Malasia, 2010, pp. 48 pp. 40 y 92.

coaliciones variables de malayos (musulmanes) y *melanau* (indígenas austronesios con lengua malayo polinesia, de la familia de las de los malayos, que incluye a cristianos y musulmanes) en torno al PBB y su coalición (Barisan) con otros partidos indígenas (el Sarawak National Party, el SNAP, desaparecido en 2006), y partidos chinos (SUPP). El dayakismo parte del descontento de los indígenas dayaks, no beneficiados del desarrollo económico sesgado a los intereses de los malayos (musulmanes) y los melanau, así como de la oposición de los chinos en su pugna por el poder económico a escala nacional, pero parece estar en retroceso<sup>328</sup>.

Bastante antes que el Gobierno Federal malayo (musulmán), los misioneros españoles cristianos compitieron con los sultanatos malayos (musulmanes) por convertir a las poblaciones indígenas en sus zonas fronterizas desde el siglo XVI (el *Sultanato de Brunei* y el de *Sulu*, en el Sur de Filipinas). A esta competencia, se añan hornadas de misionarios cristianos desde el siglo XIX, los del *Rajah Brooke* en Sabah y la *Compañía Británica del Norte de Borneo* en Sarawak. ¿A qué se llama musulmanes o cristianos en la Malasia Insular? Este es un problema bastante espinoso: en muchos casos los indígenas adoptan costumbres musulmanas o cristianas, por imposición externa, y en otros las han modificado para mantener su tradición anterior a la Historia Moderna. Los porcentajes de población por grupos étnicos de la Malasia Insular se resumen en la Tabla 5, donde se resaltan en negrita los porcentajes de las poblaciones bumiputra (malayos y demás grupos "*nativos*" malasios), según la clasificación, cuestionable, del Gobierno Federal, un problema con raíces coloniales<sup>329</sup>: es chino lo que no es ni malayo; ni indio, ni indígena. La extraordinaria diversidad racial y la política racista de colonizadores y descolonizados, pueda determinar sesgos en las clasificaciones, algunas bastante arbitrarias (un "indio" pueda ser un musulmán "*jawi*" de los que llegan a Malasia desde el Medioevo, o un tamil de los llegados con las plantaciones británicas o un punjabi, sij, descendiente de un policía colonial). Véase la categoría "*otros*"<sup>330</sup> en la Tabla 5 que engloba a una población enorme, el 20% de total, que incluye tribus indígenas, una gran parte de las cuales, al igual que en Sarawak, están clasificadas en censos como cristianas o musulmanas y probablemente no lo sean, por las que históricamente han competido cristianos y musulmanes para las conversiones. Esta es la razón de que bastantes políticos cuestionen que Sabah sea un Estado Musulmán: la mayoría de los habitantes lo serían según los censos oficiales. Para que esto fuera posible la mayoría de los inmigrantes indonesios o filipinos deberían de ser musulmanes: a diferencia de Malasia donde no hay Libertad de Religión<sup>331</sup> y los musulmanes no pueden cambiar de religión, en Indonesia si la hay y en principio no parece que ni estos ni la población en general estén dispuestos a asumir los rigores del sunnismo importado de Kuala Lumpur. Watson Andaya incluye a los bajau entre los musulmanes, lo que es cuestionable puesto que estos son pueblos malayo polinesios con una variedad de creencias sincréticas, desde el Islam sunnita más ortodoxo a creencias animistas<sup>332</sup>. Según el censo de 2010, si incluimos a los emigrantes (27% de la población, casi 890.000 personas), los resultados serían favorables para los musulmanes en Sabah (2.096.153), frente a cristianos (853.726) y budistas (194.428). Si excluyéramos a los inmigrantes, es probable que no existan bases sólidas para

---

<sup>328</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 1999, p. 98.

<sup>329</sup> Op. cit., MILNER, 2011, pp. 80-87.

<sup>330</sup> KUGA THAS, ANGELA M, "Othering the Malay in Malaysia: a planned consequence of politics?", en las actas oficiales, Conferencia Asiática de Artes y Humanidades de 2013, en Osaka, Japón, organizada por el International Academic Forum, de Nagoya, Aichi, Japón, pp. 55-74. El mismo ex Primer Ministro Mahatir, no habría sido considerado un "pura sangre" malayo, al correr sangre india por sus venas: la identidad malaya se habría formado en base a razones genéticas, por oposición a las demás etnias.

<sup>331</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 1999, p. 107.

<sup>332</sup> Ibid. WATSON ANDAYA, 2001.

declarar una mayoría islámica en Sabah frente al total de las demás minorías (1.343.210 personas): es decir, las minorías cristiana (730.202); budista (192.881) y otros (34.886)<sup>333</sup>. En Sarawak, la mayoría cristiana (1.052.896), junto con las minorías budistas (332.886) y "confucionista" (148.645), actúan en bloque en contra de la islamización y la pre eminencia de la gran minoría musulmana (796.239) en este Estado<sup>334</sup>.

El turismo es el sector de futuro en la Malasia Insular, dada la intensísima degradación medioambiental: la desaparición del bosque tropical ante el impacto de la industria maderera, la deforestación y los monocultivos masivos. El bajo coste de la vida; la amabilidad de sus gentes así como sus grandes atractivos culturales y naturales probablemente sean de interés para las cadenas hoteleras españolas en Sarawak<sup>335</sup> (de mayoría cristiana y animista), aunque posiblemente menos interesante en Sabah (de mayoría musulmana), tras las noticias que llegan sobre secuestros de turistas en 2014 y la inestabilidad tradicional en la frontera con Filipinas por el conflicto tradicional de carácter islámico<sup>336</sup>, que retraen el turismo de la RP China<sup>337</sup>.

### 2.3 Las consecuencias de la Nueva Política Económica

La *New Economic Policy*<sup>338</sup> tiene el propósito corregir las diferencias de renta entre malayos (los más pobres) y chinos e indios, y su avance desde los años 70 habría sido imparable. Con la NEP, el "*bumiputra*" (del sánscrito *bhumiputra* o "*príncipe de la tierra*") sería el beneficiario, no sólo de los "*privilegios especiales*", tradicionales, si no de nuevas medidas adicionales de discriminación positiva, por pertenecer a los pueblos "*indígenas*" de la Federación Malasia. Siguiendo a Hooker y Watson Andaya<sup>339</sup>, la condición "*bumiputra*" ahora no sólo iba a incluir a los malayos (musulmanes) frente a los demás grupos étnicos, excluidos de esta categoría (chinos; indios, occidentales, y otros asiáticos), sino que también incluye a las tribus paleolíticas *orang asli* peninsulares, así como a los pueblos indígenas de Sabah y Sarawak antes de la llegada de los malayos<sup>340</sup>: dado que los malayos (musulmanes) constituyen la mayoría de los bumiputra en la Federación, los beneficios sociales que otorga la condición *bumiputra* bajo la NEP alcanzan la mayor parte de las veces a los malayos (controlan los resortes del poder), pero raramente serían disfrutados por los orang asli peninsulares y a los indígenas de la Malasia Insular. Además, se habría excluido a grupos étnicos como los *Chinos de los Estrechos* (no islámicos), que habrían llegado a Malasia (con el Almirante Zheng He en el siglo XIV) bastante antes que ciertas etnias malayas (musulmanas), como pudieran ser los *bugis* (siglo XVIII)<sup>341,342</sup>. Desde la NEP, la mayoría de la

<sup>333</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 1999, p. 98.

<sup>334</sup> THOMAS, TOMMY, "Is Malaysia an Islamic State?", Kuala Lumpur, en el sitio web del Consejo de la Abogacía de Malasia, 17.10.2005, en <URL: [http://www.malaysianbar.org.my/constitutional\\_law/is\\_malaysia\\_an\\_islamic\\_state.html](http://www.malaysianbar.org.my/constitutional_law/is_malaysia_an_islamic_state.html)>, (accedido el 11.04.2013), y TAWIE, SULOK, "Islam no more official religion on Sarawak government website", en el sitio web del *Malay Mail*, (Kuala Lumpur, 11.12.2015), en (accedido el 26.12.2015) < URL: <http://www.themalaymailonline.com/malaysia/article/islam-no-more-official-religion-on-sarawak-government-website>>.

<sup>335</sup> Op. cit., WATSON ANDAYA, 2001, p. 336.

<sup>336</sup> Véase el epígrafe I.4.4, para mayor información sobre este conflicto.

<sup>337</sup> SIVANANDAM, HEMANANTHANI, "Nazri: Sabah kidnappings affecting tourism industry more than MH370", *The Star* (Kuala Lumpur, 17.06.2014), en <URL: <http://www.thestar.com.my/News/Nation/2014/06/17/Sabah-kidnappings-affecting-tourism-more-than-MH370/>>, (accedido el 18.07.2014).

<sup>338</sup> Op. cit., WATSON ANDAYA, 2001, pp. 324-325.

<sup>339</sup> Op. cit., WATSON ANDAYA, 2001, p. 325; op. cit., HOOKER, VIRGINIA MATHESON, 2003, pp. 23-24 y 228, y op. cit., MAUZY y MILNE, 1999, pp. 117-118.

<sup>340</sup> Nota: en op. cit., HOOKER, VIRGINIA MATHESON, 2003, p. 243: "*A la mayor parte de los malayos les resulta difícil reconocer que los "pueblos aborígenes" ("orang asli"), son también su pueblo verdaderamente indígena, que ocuparon la Península de Malasia bastante antes que otros pueblos*". Tanto Hooker como Watson Andaya creen que el concepto de "*bumiputra*" parte de una manipulación de la Historia con intenciones políticas por el UMNO malayo (musulmán).

<sup>341</sup> Op. cit., PURCELL, 1965, pp. 223-340.

población (64%), los malayos (musulmanes) creen ser habitantes indígenas primigenios de Malasia<sup>343</sup> y tener el derecho de determinar la cultura; las prioridades y la cultura de Malasia.

La NEP/NDP, de 1971 a 2008<sup>344</sup>, permite a amplias capas del campesinado malayo salir de la economía agrícola de subsistencia y ganar una parte sustancial de la riqueza de la nación. La reducción de la pobreza malaya (musulmana), lo más positivo de la NEP, fue espectacular gracias al intensísimo crecimiento económico y la intervención constante en la economía a favor del malayo (musulmán): provisiones de fondos; crédito, oportunidades, becas, formación, entrega de acciones en empresas nuevas a malayos (musulmanes)<sup>345</sup>. La NEP habría eliminado la pobreza extrema, la miseria, en Malasia, como éxito más señalado<sup>346</sup>, y traído gran estabilidad social, diluyéndose agravios históricos de parte de los malayos (musulmanes), permitiendo pues un intenso crecimiento económico que permite la mejora de la condición de las clases medias india y china, así como el enriquecimiento de sus élites. Sin embargo, si el "*trato*" original definía esferas separadas de influencia para chinos (el sector privado) y malayos (el público), ahora con la NEP los malayos (musulmanes) invaden una parcela tradicionalmente china (los negocios privados): no sólo se profundizan las discriminaciones en términos de ofrecer concesiones a los bumiputras (malayos, fundamentalmente) en la educación y el empleo en el funcionariado (AAPP), en el sector público, sino también en la misma industria y servicios privados<sup>347</sup>, afectando a aquellas empresas con capital chino e indio, una injerencia que las etnias minoritarias (chinos e indios) consideran intolerable. Se impone en las empresas privadas la *Participación Bumiputra* (un porcentaje del capital de las sociedades ha de ser suscrito por ciudadanos de etnias *bumiputra*), y la *Cuota Bumipura* (un porcentaje de los empleos de las empresas han de ser ocupados por *bumiputra*), que benefician desproporcionadamente a ciudadanos malayos (musulmanes).

La discriminación en los puestos de responsabilidad y de prestigio en las AAPP, es constitucional, ya que el empleo público está reservado casi exclusivamente para malayos (musulmanes) que significarían el 90% de los contratados del un total de 1.150.000 en 2006, especialmente el alto nivel: es este su "*privilegio especial*"<sup>348</sup>. Para Mauzy y Milne, la calidad de las AAPP coloniales habría caído con el reclutamiento sesgado a los bumiputra, desperdiciándose un capital humano chino e indio excelente<sup>349</sup>. Además, la NEP y las relaciones clientelares malayas (musulmanas), determinarían un uso creciente de los recursos públicos para enriquecerlas. Los malayos son empleados en grandes corporaciones, agencias, ministerios o departamentos públicos: Basta citar *Petronas*, la empresa nacional de petróleo, o las empresas de automoción como *Protón* o *Perodúa*; *PNS* (Perbadanan Nasional Berhad), la UDA (*Urban Development Authority*, la autoridad de planificación del desarrollo urbano), así como cualquier empresa, pública o no, participada por la corporación de inversiones del Estado de Malasia, *Kazanah*. En la misma línea, la Participación Bumiputra y la Cuota Bumiputra significan, respectivamente, una pérdida de oportunidades de negocio y de oportunidades laborales para chinos e indios en

---

<sup>342</sup> Op. cit., MILNER, ANTHONY, 2011, pp. 145-147.

<sup>343</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 1999, p. 10.

<sup>344</sup> Op. cit., WATSON ANDAYA, 2001, pp. 331 y 334, y MAUZY y MILNE, 1999, pp. 62-63.

<sup>345</sup> Op. cit., HAL, HILL, 2012, p. 29

<sup>346</sup> Ibid., 2012, p. 26.

<sup>347</sup> Op. cit., SARDESAI, 2010, p. 289.

<sup>348</sup> Op. cit., HILL, HAL, 2012, pp. 29-30.

<sup>349</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 1999, p. 57.

la empresa privada, y distorsiones en el funcionamiento de mercados de factores. Según el Banco Mundial<sup>350</sup>, el Gobierno habría reconocido la percepción de las élites china e india, de que ni siquiera en el sector privado se elige a los candidatos para puestos de alto nivel de forma justa y equitativa: en muchos casos se discrimina, sin demasiadas reservas, a favor de los malayos (musulmanes). Esta sería la primera razón de la fuga de cerebros chinos e indios fuera del país. Además, la NEP supone una carga adicional sobre la empresa china, por la injerencia burocrática de unas AAPP dominadas por malayos (musulmanes), lentas; ineficaces, conocidas por sus prácticas obstructivas y corrupción endémicas<sup>351</sup>. Esto se agudiza desde la *Industrial Coordination Act*<sup>352</sup> (ICA) de 1975, ley que otorga a la burocracia la posibilidad de revocar las licencias de explotación de aquellas empresas chinas, indias o extranjeras, que no mantengan las *Cuotas Bumiputra* y requerimientos obligatorios de/para con los empleados malayos (musulmanes), muchas veces arbitrarios: desde mezquitas y horas para el rezo, a el permiso para hacer el hajj, el peregrinaje a La Meca durante bastantes semanas. La administración de la *Participación Bumiputra*, también habría llegado a suponer complejidad administrativa, en forma de regulaciones complejas, diferentes cuotas étnicas sobre el capital según el sector de actividad, entre otras.

Para Mauzy Milne<sup>353</sup>, aunque la NEP hubiera favorecido la aparición de una clase de buenos directivos y técnicos malayos, para las grandes empresas públicas protegidas por y para los malayos, no habría resultado en demasiados empresarios: no hay buenos ejecutivos que no se caracterizan por tomar riesgos, el factor limitativo para el crecimiento de la empresa malaya. El UMNO malayo (musulmán) creyó que interviniendo los mercados, los altos directivos (chinos, indios y extranjeros) fueran a servir como "validos" del malayo. El Gobierno también puso en marcha políticas para el fomento de las PYMEs malayas, sorprendiendo que, siendo las PYMES chinas e indias un ejemplo de emprendimiento y trabajo duro, la NEP no incluyera programas de formación en lengua china para malayos para favorecer el aprendizaje y la integración del empresariado malayo (musulmán), en las redes de la Diáspora china que dominan los negocios privados en Malasia. Al contrario, siguiendo a Lee y Nagaraj<sup>354</sup>, la crisis en el sector de la educación y la calidad regular del capital humano en el marco de discriminaciones de la NEP, quizá sea el problema más importante de la Economía malasia, en un sistema público que se iba a vertebrar en torno a la lengua malaya (*Bahasa Melayu*).

La calidad del sistema de educación superior malasio sería mediocre: ocupa la posición 40 del ranking del *World Economic Forum* en términos de preparación tecnológica y la 49 en términos de calidad. Todo esto aunque se asista a un crecimiento rápido del número de universidades públicas (de 6 en 1990 a 20 en 2010) y privadas (de una en 1999 a 26 en 2010), acompañado de un aumento exponencial de graduados ocupados en profesiones liberales, ramos tecnológicos y administrativos, lo que es un éxito evidente. Malasia tendría tres problemas: Primero, el alto desempleo entre los licenciados; segundo, el abandono escolar en la escuela secundaria (mayor que en China; Indonesia; Tailandia o Filipinas); tercero, la baja calidad de la educación. La

---

<sup>350</sup> AAVV, "Malaysia Economic Monitor, Brain Drain, April 2011", al cuidado de Philip Schellekens, Bangkok, Tailandia, Banco Mundial (Boletín temático del Banco con carácter periódico sobre aspectos de la situación económica malasia), ref. 61483 (en portada), 04.2011, 147 páginas, p. 125.

<sup>351</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 1999, pp. 50-54.

<sup>352</sup> Gobierno de Malasia, "Industrial Coordination Act de 1975, con enmiendas hasta 2006", disponible en la página Web del Fiscal General de Malasia <<http://www.agc.gov.my/Akta/Vol.%204/Act%20156.pdf>>, (accedida el 13.07.2014).

<sup>353</sup> Ibid., MAUZY y MILNE, 1999, pp. 50-54.

<sup>354</sup> LEE KIONG HOCK y NAGARAJ, SHYAMALA, "The crisis in education", en AAVV, *Malaysia's Development Challenges: Graduating from the middle*, 1ª edición al cuidado de Hal Hill et al., Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, 2012, 348 páginas, pp. 213-232 (en pp. 213-220).

rápida expansión del sistema educativo terciario es una de las causas del creciente desempleo entre los licenciados en Malasia y la baja calidad de la educación (el 12.2% en 2000 y el 24.1% en 2008): el desempleo universitario afecta sobre todo a los bumiputra, en su mayoría malayos (musulmanes) y a pesar de las cuotas étnicas en que discriminan a su favor. El problema fundamental de los licenciados malayos sería sus conocimientos deficientes de la lengua inglesa: cuando toda la RP China se lanza a que sus ciudadanos aprendan inglés, masivamente, es sorprendente que un país con más de 200 años de herencia colonial como Malasia decida suprimirla del sistema, sacándola, con la NEP, fuera de las aulas públicas. El inglés es utilizado frecuentemente y con bastante soltura por las clases medias chinas e indias en los centros urbanos, luego sacarlo de las aulas aisló a los malayos del contacto con el mundo exterior, poniéndoles en inferioridad condiciones en muchos ramos de actividad en Malasia. La elección de cursos inadecuados y la falta de habilidades o voluntad para la búsqueda de empleos, también contribuirían al desempleo malayo: aquellos mimados por el sistema en el marco de la NEP, no tendrían demasiados incentivos para buscar trabajo. Según *Crawley*<sup>355</sup>, en los departamentos de operaciones de empresas extranjeras de alta tecnología, como puedan ser *Schlumberger* o *Airbus*, la mayoría del personal cualificado local (ingenieros y mecánicos), cuyos roles se centran en la coordinación con equipos internacionales es malayo (musulmán), pero curiosamente no pueden comunicarse en inglés óptimamente, pero les cuesta bastante comprender las diferencias culturales con trabajadores cualificados de otros países (esto es bastante menos frecuente entre chinos e indios, aunque también haya dificultades, algunos de los cuales han sido educados en inglés como lengua materna o cuasi materna). Los licenciados en paro (mayoritariamente malayos), también carecerían de habilidades blandas (capacidad de interactuar en equipos adecuadamente, de forma productiva y colaborativa)<sup>356</sup>, conocimientos de los contenidos precisos y habilidades necesarias para operar en actividades productivas concretas, que demostrarían que el sistema de educación es francamente ineficaz y las posibilidades de encontrar empleo, reducidas. No es extraño pues, que las relaciones entre los empleados de diferentes etnias en muchas empresas no sean buenas<sup>357</sup>, más allá del resentimiento que causa la NEP entre chinos e indios: en las grandes empresas la asignación de los roles va en función de las etnias, y no de las habilidades del candidato a efectos productivos. Además, en muchas empresas chinas, al malayo, mimado por el sistema, se le asignan roles menores sin gran responsabilidad o dificultad (algunas veces por puro racismo, otras por pura desesperación, ya que por problemas culturales es muy difícil pedir responsabilidades)<sup>358</sup>. Además existen carencias en los conocimientos de los alumnos malasios en matemáticas; una proporción mínima de doctorados e investigadores: sólo hay un investigador especializado en I+D+I por cada millón de habitantes, habiendo 11 en Singapur y 8 en Corea y Taiwán. No hay ninguna universidad malasia listada entre las más importantes del mundo. No sólo hay problemas de baja cualificación y productividad, sino problemas relativos a la "*cultura de baja confianza*" (no hay confianza, seguridad de que el trabajo se vaya hacer o se vaya hacer bien, además, nadie se fía de nadie). Estas dotaciones específicas de capital humano condicionarían el tipo de IDE industrial en Malasia, especialmente la japonesa: se invertiría en procesos de producción en masa que requieren trabajos con cualificaciones bajas y mediocres, en un entorno de

---

<sup>355</sup> Fuente: Conversación con *Eileen Marie Crawley* (14.07.2014) en *Subang Jaya*, Malasia, en su condición de monitora del Curso "*Working with Europeans*" en las empresas *Schlumberger Malaysia* (octubre-diciembre de 2013) y *Airbus Malaysia* (marzo-julio, 2014). *Crawley* es la autora del libro en notas ulteriores en la bibliografía.

<sup>356</sup> Op. cit., LEE KIONG HOCK y NAGARAJ, SHYAMALA, 2012, pp. 217-218.

<sup>357</sup> Fuente: Experiencia del doctorando como intérprete en empresas industriales sino malasias en Malaca, para el Instituto Malasio de Traducción, 2009 y como becario en la Oficina Comercial de España en Malasia en 1998.

<sup>358</sup> CRAWLEY, EILEEN; SWAILES, STEPHEN y WALSH, DAVID, *Introduction to International Human Resource Management*, 1ª edición, Oxford, Oxford University Press, 2013, 359 páginas, p. 107.



baja calidad e inversión del/en el recurso humano. Ante trabajadores desmotivados y poco cualificados, el control de los trabajadores tendría que ser bastante férreo, no se les puede dejar a su libre albedrío<sup>359</sup>. Se trata de procesos automatizados donde los componentes clave son importados y se añade poco valor al proceso de producción en la cadena global internacional.

Lógicamente la NEP, creó gran malestar, especialmente entre aquellos chinos e indios discriminados en los contratos públicos, el empleo de las AAPP y la educación<sup>360361</sup>. Sin embargo, habría que matizar ese sentimiento de marginación, especialmente cuanto más alto escalamos en la escala social: 16 de los 20 hombres más ricos de Malasia son chinos. Los chinos adueñan el 35% del capital de las empresas malasias y también tienen una representación desproporcionada en las profesiones en relación a su peso demográfico. Adicionalmente, los no malayos (chinos e indios) significan el 83.7% de los licenciados en instituciones privadas, frente a un 16.3% de los malayos: la NEP benefició a todos los grupos étnicos, aportando estabilidad, paz social y predictibilidad. El aspecto más protestado por las minorías es el de la educación universitaria pública, donde se reservan plazas de profesor y becas para los malayos (musulmanes) en las carreras universitarias de futuro, a costa de los chinos e indios más pobres en sus comunidades respectivas, excluyendo a los mejores cerebros chinos e indios y redundando en la baja calidad del sistema universitario público. Con la NEP, las familias chinas e indias primero mandaron a estudiar a sus hijos al extranjero (países anglosajones, sobre todo), y muchos de los grados extranjeros no fueron reconocidos por el Gobierno de Malasia, contribuyendo a la fuga de cerebros a países anglosajones. Baste recordar los 200.000 malasios emigrados a los EEUU, que según el Gobierno de Malasia, mandan 2000 millones al año desde EEUU, por no hablar de las grandes comunidades chinas en ciudades como Darwin en Australia<sup>362</sup>. Después, apareció un sistema local paralelo de educación terciaria para chinos e indios, completamente privado, en inglés, verdadera fábrica de licenciados para la exportación a otros países de la Commonwealth (Singapur, Australia y Reino Unido, sobre todo) y China. En suma, el problema es que muchas familias chinas e indias no pueden permitirse la verdadera fortuna que cuesta pagarle al hijo un título inglés o australiano en Malasia o en el extranjero, lo que crea enorme resentimiento entre las clases más desfavorecidas. Paralelamente, el Gobierno de *Najib Tun Razak* (2009) intentó fomentar con incentivos económicos el regreso de esta emigración afluente y cualificada, que paradójicamente habría emigrado como consecuencia de las políticas etnopopulistas de corte malayista (pro musulmanes) del mismo UMNO que preside Najib: la emigración no se explica pues sólo por los efectos "pull", el dinero que se puede ganar con las oportunidades en el extranjero, sino que se va buscando más libertad y calidad de vida. Si un profesional es discriminado en el empleo; en el acceso a la educación y no puede ejercer su profesión con un título extranjero, lo lógico pueda ser emigrar<sup>363</sup>. La agencia estatal al cargo de la atracción del talento, *Talentcorp*, ofrece incentivos tanto a malasios emigrados como a expatriados europeos<sup>364</sup> que puedan ser de interés para los profesionales y la empresa española.

---

<sup>359</sup> RODRIGO ILLERA, CARLOS y RUFÍN MORENO, RAMÓN, *Curso Básico de Administración y Dirección de Empresas*, Madrid, UNED, 1997, 971 páginas, en pp. 773-776. Se trata de trabajadores "tipo X" en el Modelo de McGregor.

<sup>360</sup> Op. cit., BAKER, JIM, 2014, pp. 366-369.

<sup>361</sup> Op. cit., WATSON ANDAYA, 2001, p. 335.

<sup>362</sup> Fuente: Departamento de Estadísticas de Australia.

<sup>363</sup> Op. cit., SODHY, PAMELA, 2012, p. 69.

<sup>364</sup> Fuente: Incentivos para el establecimiento de expatriados cualificados en Malasia, en el sitio web de TalentCorp (accedido el 11.08.2015), en < [URL: https://www.talentcorp.com.my/talents/expatriates](https://www.talentcorp.com.my/talents/expatriates)>.

En suma, el sistema privado crea una desigualdad creciente entre aquellos que tienen acceso a la lengua inglesa, y por tanto oportunidades laborales y empresariales en los países de la Commonwealth (empezando por Singapur donde es lengua oficial) y EEUU, y aquellos que sólo utilizan el malayo. Los malayos (musulmanes) que disfrutaban de la mayoría de las becas en el sector educativo público terciario son educados en lengua malaya (bahasa malayu), lo que explicaría la falta relativa de conocimientos de este grupo étnico del idioma inglés, en el que se organiza el sistema de educación superior privado: aquellos chinos e indios que se mueven en entornos multi lingüísticos y multi culturales, tienen bastantes más posibilidades de trabajar en el alto nivel en empresas privadas no malayistas (no controladas por el Estado) que aquellos, generalmente malayos, que se mueven en entornos mono lingüísticos y mono culturales (malayos en bahasa): el nuevo proceso de islamización en todo lo público en Malasia, tampoco atrae al talento chino o indio a la empresa pública. Cambiar al malayo como medio educativo en las universidades públicas, redundó en una desconexión la comunidad intelectual internacional<sup>365</sup> en la que antes de la NEP Malasia estaba bastante bien representada gracias a los vínculos malasios con la Commonwealth; todos los vice rectores de las universidades públicas son malayos (musulmanes), y habría una politización creciente en aspectos relativos a la gestión y las promociones de empleados.

Malasia pondría un énfasis extraordinario en su sistema de educación terciario, marginando en sus inversiones al sistema primario: el 10% de las inversiones irían a la educación primaria; el 20.3% a la secundaria y casi el 60% a la educación terciaria (universitaria) (más o menos el doble del porcentaje en terciaria que los EEUU; Reino Unido, Singapur y Tailandia). Las consecuencias serían clases abarrotadas de estudiantes en el sector primario (50-60 estudiantes), lo que repercutiría en la calidad del sistema educativo en conjunto. En el sistema de educación primaria, el 90% de los niños chinos son educados en chino mandarín en escuelas chinas, y el 50% de los indios en indio tamil en escuelas tamilyes. Sólo los malayos son educados en malayo (bahasa) en el sistema de educación público en la primaria (el "*sistema nacional*"). En su voluntad de reafirmar el malayo (bahasa) como lengua nacional, las escuelas chinas y tamilyes (indias) tradicionalmente han recibido menos dinero de parte del gobierno pro malayos (musulmanes) que las del "*sistema nacional*": El estudiante chino pobre que no se puede pagar los estudios en escuelas secundarias chinas, la mayor parte privadas, pasa a escuelas secundarias del "*sistema nacional*", y suele abandonar sus estudios, se siente alienado en las escuelas donde se imparte sólo en malayo, en las que dominan culturas netamente malayas (musulmanas) en el entorno de islamización forzosa de la NEP (además tienen que estudiar un año "extra" para adaptarse). Luego las altas tasas de abandono escolar entre chinos e indios de las clases menos favorecidas serían consecuencia de intentar integrar todo el sistema educativo "*bajo un sólo tejado*", en malayo (bahasa). Esto refuerza los estereotipos raciales, el racismo y la vida de los jóvenes en comunidades étnicas separadas<sup>366</sup>. Aunque en todas las escuelas el inglés es asignatura obligatoria, la imposición del malayo trajo consigo una caída vertiginosa de los estándares del inglés en Malasia, lo que más se habla en Kuala Lumpur: Como consecuencia, los jóvenes no hablan bien inglés (sobre todo malayos, lo que reduce sus posibilidades de empleo) mientras que los mayores, o educados en inglés o acostumbrados a utilizarlo, si lo hacen bastante bien<sup>367</sup>. En los institutos<sup>368</sup>, no se querría

---

<sup>365</sup> Op. cit., HILL, HAL, 2012, pp. 36- 37.

<sup>366</sup> Op. cit., LEE KIONG HOCK y NAGARAJ, SHYAMALA, 2012, pp. 221-227.

<sup>367</sup> Op. cit., CRAWLEY et al., 2013, p. 104.

<sup>368</sup> WONG CHUN WAI, "Barking up the Wrong Tree", Kuala Lumpur, *The Star* (23.10.2014).

ver lo que realmente está ocurriendo: aunque muchos estudiantes no alcancen los niveles de inglés necesarios, se les aprobaría.

La ausencia de Libertad de Cátedra y la cultura de las AAPP a las que sirven las universidades, serían dos aspectos limitativos del crecimiento de la productividad del trabajo en Malasia<sup>369</sup>. La calidad del sistema educativo está por debajo de la de Corea y Singapur<sup>370</sup>: escasa organización; poco trabajo en equipo, falta de visión y falta de preocupación y cuidado de los estándares educativos. El sistema malasio sería enormemente burocrático y uniformador, se perdería mucho tiempo en labores administrativas que quitan tiempo para la docencia. La mala calidad de las técnicas pedagógicas se aúna a que un sistema educativo al servicio de los objetivos políticos de la NEP, y no al del desarrollo integral del individuo: no hay Libertad de Cátedra para los profesores en todos los niveles del sistema educativo, ya que no es ni un sistema ni abierto, ni creativo, características necesarias para sacar al país del estatus de renta media y elevarle a la categoría de país desarrollado. Existiría una falta de adecuación de la oferta educativa de las universidades públicas a las necesidades de la economía malasia (tecnología; ciencias), y una sobreoferta de títulos en humanidades cursados por estudiantes de etnia malaya: la NEP es ineficaz, porque no contribuye a la obtención de habilidades y conocimientos con alta demanda en el mercado de trabajo local, intervenido para beneficiar a los mismos malayos. Las facultades públicas son fábricas de funcionarios malayos (musulmanes), que se corresponde con el "trato" de la NEP y la separación de las etnias por actividades y profesiones: se prepara a los estudiantes para adaptarse una cultura de gestión de las AAPP, donde no se fomenta ni el control de responsabilidades; ni la transparencia, ni la supervisión.

La "baja confianza" entre los chinos, traería consigo un "capital social" bastante escaso, ya que sólo confiarían en la familia y su clan (*kongsi*), recelando del Estado<sup>371</sup>. Las comunidades chinas estarían fragmentadas frente a un Estado bastante ineficaz y corrupto, controlado por los malayos, incapaz de proveer de buenos servicios para unas comunidades cada vez más afluentes: educativos; vivienda, salud. Esto tendría una doble significación: Primero, no existe una coalición de comunidades chinas que pueda hacerle frente de forma conjunta al poder malayo (musulmán): la etnia china mayoritaria en Penang como en Singapur, sería la hokkien (al igual que en Taiwán); sin embargo, en Kuala Lumpur, lo son los cantoneses, mayoritarios en Hong Kong y Guandong). Segundo, los chinos crean una miríada de instituciones privadas, exclusivamente chinas, consentidas por los malayos: educativas; redes de empresas (que cooperan con los malayos, lo justo y necesario, lo prescrito por Ley); asociaciones profesionales y cámaras de comercio; kongsis (asociaciones de beneficencia), y otras instituciones. Aunque el malayo sea la lengua oficial, se le dio espacio a las otras lenguas en Malasia<sup>372</sup>, el Mandarín es el idioma de la educación primaria del 92% de los chinos malasios, en la que reciben una educación netamente china (pero en casa hablan cantonés; hokkien; hakka, teo-chow, y otros idiomas chinos). Los chinos viven en barrios chinos; tienen jefes chinos; se casan generalmente con chinos; van a templos chinos, leen periódicos chinos, y se mueven en un entorno institucional netamente chino. La Diáspora China de Malasia, parece un país dentro de un país. Aunque esta sea un "país" menguante, dada la inusitada

---

<sup>369</sup> Op. cit., HAJI MAT ZIN, RAGAYAH, 2012, p. 252.

<sup>370</sup> Op. cit., HILL, HAL, 2012, p. 27 y p. 29.

<sup>371</sup> Op. cit., MCCARTHY, p. 73.

<sup>372</sup> Op. cit., BAKER, JIM, 2014, pp. 363-365.

fertilidad de las mujeres malayas, sobre todo en los ámbitos rurales, y la pérdida de peso de los grupos étnicos chinos e indios frente a los malayos (musulmanes). Paralelamente, en las comunidades indias, también bastante fragmentadas por orígenes, religiones y grupos étnicos. se aprecia una enorme polaridad: la mayoría tamil, y las minorías malayalam, telugu, hindúes, punjabies y kristang (criollos con raíces portuguesas). Los niveles de vida son más altos, como media, que en las comunidades malayas (y más bajos que los chinos), pero la participación en el capital de las empresas malasias sólo suponía el 1.9% del total en 2008. Frente a las clases profesionales urbanas que se beneficiaron enormemente del crecimiento económico de postguerra, aparece un lumpen proletariado indio, consecuencia del éxodo rural desde las plantaciones indias. Para Baker<sup>373</sup>, aparte de los bajos niveles educativos por la mala escolarización rural, y la escasa financiación para las escuelas indias urbanas (especialmente entre tameses), hay tres factores que van en contra de las comunidades indias rurales: la mecanización y sustitución de cultivos intensivos en trabajo; el desplazamiento de las antiguas explotaciones agrarias por zonas residenciales, y la emigración masiva a Malasia desde los 80 (desde Indonesia primero, y luego desde todo el Sudeste Asiático, reduciendo las escalas salariales para los trabajadores menos cualificados en el ámbito urbano). Este el caldo de cultivo para movimientos populistas pro indios como *Hindraf*<sup>374</sup>. Los indios serían excluidos de los programas de la NEP para aliviar la pobreza, esto multiplica las tasas de suicidio (mucho más altas que entre chinos y malayos), y dispara el gansterismo y el crimen organizado. Este grupo étnico es el más sensible y en el que probablemente se esperen mayores tensiones.

El objetivo inicial de la NEP fue reducir la pobreza rural<sup>375</sup> malaya (musulmana). A través de FELDA y MARA, agencias para el desarrollo agrario rural e industrial, se promovió la condición del empresario malayo (musulmán), al calor de la NEP. Las granjas del FELDA fueron un éxito indiscutible de la NEP: facilitaron el acceso a la propiedad del campesinado, la modernización tecnológica, gerencial y organizacional, contribuyendo a la erradicación de gran parte de la pobreza rural, y MARA<sup>376</sup> es la institución al cargo de formar a los malayos para actividades de corte empresarial en PYMES, que iban a pasar del bancal de arroz a la alta tecnología. El éxodo rural ha sido masivo desde la NEP, y los malayos llegan a significar el 50% de la población urbana, rompiendo la dualidad agro malayo versus ciudades chinas e indias, al menos en las grandes ciudades. Además, existe una clase media malaya creciente con altos niveles educativos y de autoconfianza<sup>377</sup>, lo que se ve en el acceso a bienes de consumo duradero, educación y vivienda, que habría sido imposible sin la transferencia masiva de recursos y privilegios de parte de chinos e indios: La NEP otorga grandes ventajas a los trabajadores malayos en forma de préstamos para el consumo, automóviles y la vivienda (cuotas para viviendas sólo para *bumiputra* en condominios y urbanizaciones, que muchas veces derivan en grandes descuentos para su compra). Es vox populi que los malayos han sido mimados durante 60 años por el sistema, creando una cultura de la dependencia de subsidios, ayudas y privilegios dependientes de la generosidad del Estado y las AAPP: "*les han dado de comer con cucharilla*", como a los niños ("*spoon fed*"). La sobreprotección y marginación de los malayos, se puede comprobar en los ministerios: la lentitud; la hipersensibilidad de los funcionarios ante cualquier demanda de esfuerzo; complicación o responsabilidad personal llegan a ser escandalosas.

---

<sup>373</sup> Op. cit., BAKER, JIM, 2014, p. 373.

<sup>374</sup> Op. cit., BURUMA, IAN, 18.05.2009, p. 36.

<sup>375</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 1999, pp. 50-54.

<sup>376</sup> Ibid., 1999, pp. 54-59.

<sup>377</sup> Op. cit., GÓMEZ, EDMUND TERENCE, 2012, p. 6.

Ariff<sup>378</sup> cree que aunque la NEP/NDP haya mejorado la condición de los bumiputra en general (objetivos de la misma NEP), los beneficios se han escorado hacia la élite próxima a los gobiernos del UMNO malayo, aumentando la disparidad en renta per cápita intraétnica (entre miembros de la misma etnia, sobre todo entre malayos), aunque disminuya la disparidad interétnica (entre miembros de diferentes etnias, entre chinos y malayos). La desigualdad social sigue siendo patente, de acuerdo a las series históricas del Coeficientes de Gini y renta per cápita: por Estados de la Federación y para cada uno de los grupos étnicos se mueven, aproximadamente del 0.40 al 0.50 de 1970 a 2012 (donde "0" es desigualdad mínima y "1" es máxima). Estos coeficientes indican una desigualdad bastante alta (aunque mejoran de casi 0.60 en los 70, a los de menos de 0.40 en el siglo XXI). España sería un país bastante más igualitario que Malasia registrando un 0.30 en 2005, mientras que Malasia registra un 0.46 en 2009, 69 puestos por delante de Malasia en términos de mayor igualdad en el ranking mundial de naciones de la CIA por Coeficiente de Gini<sup>379</sup>. Las desigualdades en Malasia, francamente excesivas, son la tónica de todo el Sudeste Asiático: mientras que la persona más rica de Malasia acumularía una fortuna de casi 11 mil millones de dólares (*Robert Kuok*) en 2014, un buen sueldo en este país serían<sup>380</sup> 500 euros en 2012. Todo esto mientras ninguna de las empresas del Sudeste Asiático se sitúa entre las 500 más importantes a escala mundial en 2007<sup>381</sup> y en la lista de personas más ricas de Malasia, se incluye a bastantes personas (la mayor parte chinas e indias) que Studwell considera próximos a la corrupción malayista (musulmana) del UMNO, o que se enriquecieron (ellos o sus familias) gracias a tratos "anómalos" (más o menos corruptos) con políticos o altos funcionarios malayos. La fortuna de la 1ª persona más rica de Malasia alcanzó los 11.500 millones de dólares; la 5ª, unos 5400, y la 10ª, 1600 millones. Ariff<sup>382</sup> tb. incide en la percepción generalizada de corrupción y nepotismo en las altas esferas de la NEP, quizá la única explicación de la mejora espectacular del nivel de vida de las élites malayas, y que persista la pobreza en las comunidades malayas de después de años de ayudas; subsidios, cuotas y discriminaciones de todo a costa de chinos e indios pobres. Nadie en el rededor del Gobierno malayo (musulmán) querría erradicar la NEP por que le debe el cargo y la fortuna a la misma NEP, persistiendo amplios segmentos chinos e indios en la pobreza. Los malayos supondrían el 75%, del cuarenta por ciento de todas las familias malacias pobres (chinas, indias o malayas) con ingresos menores de 2000 RM (500 Euros al mes). Hill<sup>383</sup> incide en que la disparidad entre los malayos pobres y ricos con la NEP, por los contratos y las acciones emitidas para ser apropiadas sólo por bumiputras (mayoritariamente malayos (musulmanes)), que sólo habrían beneficiado a las élites malayas próximas al Gobierno, controlado por malayos. En suma, la mayoría de los más pobres siguen siendo malayos, hay pobreza china y la pobreza extrema de algunos indios, rozaba y roza extremos impresentables<sup>384</sup>.

Siguiendo a *Gómez*<sup>385</sup>, y *Khadijah Md Khalid*<sup>386</sup>, la pérdida de prestigio de UMNO (Barisan Nasional) se debería a la política económica del Primer Ministro Mohamed Mahatir (UMNO) bajo la NEP: La

---

<sup>378</sup> Op. cit., ARIFF, MOHAMED, 2012, pp. xix-xx.

<sup>379</sup> Fuente: Departamento de Estadísticas de Malasia, 2012, y CIA World Factbook 2013.

<sup>380</sup> Fuente: Lista de la Revista Forbes de las personas más ricas del mundo en 2012, Malasia.

<sup>381</sup> Op. cit., STUDWELL, 2007, pp. xi-xii.

<sup>382</sup> Ibid., ARIFF, MOHAMED, 2012.

<sup>383</sup> Op. cit., HILL, HAL, 2012, p. 26.

<sup>384</sup> Op. cit., BAKER, JIM, 2014, pp. 371-372.

<sup>385</sup> Op. cit., GÓMEZ, EDMUND TERENCE, 2012, p. 63.

<sup>386</sup> KHADIJAH MD. KHALID, "Islam and politics in 2004 general elections", en AAVV, *Politics in Malaysia: The Malay Dimension*, 1ª edición al cuidado de Edmund Terrence Gómez, Abingdon, Reino Unido, Routledge 2007, 160 páginas, p. 150.

desregulación; liberalización y privatización, desde finales de los 80 se habría entendido como escorada a los intereses de los grandes negocios y el gran capital extranjero. En este proceso se habría intentado crear artificialmente una clase de grandes capitalistas malayos (musulmanes) a golpe de talonario, muchos de los cuales no contarían un sustrato cultural o de negocios previo (política discriminación positiva a favor de los malayos). En la política de creación de grandes conglomerados malayos y grandes industrias (proceso de industrialización intensiva), prácticamente se regalaron enormes recursos a los malayos mejor relacionados. Sólo se benefició a una élite de las clases empresariales y profesionales (clientelismo selectivo, especialmente aquella en torno al mismo Mahatir), entre la que también se contaban "padrinos" chinos e indios, propugnando una concentración inusitada de la riqueza en manos de un número reducido de "padrinos" de todas las etnias, próximos al poder. Por estas razones, Gómez cree que esta política de industrialización del Gobierno habría sido un fracaso. De cualquier modo, la NEP alcanzó el objetivo de que los malayos pasaran de trabajos agrícolas a industriales, mejor pagados, re equilibrando las diferencias entre el agro (malayo) y los centros urbanos malayos (dominados por chinos e indios).

El ascenso del empresariado malayo (musulmán) bajo la NEP se habría financiado con el uso de nuevos e ingentes yacimientos petrolíferos, los recursos naturales y la corrupción a nivel gubernamental básicamente malaya<sup>387</sup>. Las plantaciones en manos de intereses coloniales británicos como *Guthries* y *Sime Darby*, fueron expropiadas con las rentas obtenidas del petróleo de la ERE pública *Petronas*, que contribuyeron (hasta la caída de precio del petróleo de 2008 a 2015), a financiar la NEP/NDP sin tener que aumentar la presión fiscal o monetaria. La NEP fue una oportunidad dorada: el Estado prácticamente regaló miles de millones de RM, sólo para malayos; sólo era necesario tener buenos contactos para hacerse con una gran fortuna en muy poco tiempo. Así, los bumiputra pasan de controlar el 2% de participación de las empresas malayas al 30% en 2003, de forma forzosa: gracias a la *Participación Bumiputra*, que llegó a obligar a las empresas privadas a que un 30 por ciento del capital social de la empresa quedara en manos de bumiputra (malayos (musulmanes), fundamentalmente). Esta situación crea grandes distorsiones en el mercado de capitales: se encarecen las inversiones, e incluso a veces se propugna una reducción de las mismas. Si el malayo no contaba con recursos para comprar esa participación, o bien el empresario chino o extranjero adelantaba el montante del capital al malayo (o se lo regalaba, aumentando el coste de la inversión), o bien las agencias de desarrollo y crédito ofrecían el capital al malayo en condiciones ventajosísimas, e incluso concesionales. La empresa pública que estuvo al cargo de la "transferencia directa" masiva de acciones a malayos de todos los niveles de esta forma, fue *Amanah Saham Nasional*, dependiente de la corporación nacional de inversiones de Malasia, *Permodalan Nasional Berhad* (dirigidas por y para malayos)<sup>388389</sup>. Sobre las acciones, apropiadas por malayos (musulmanes) con buenas amistades en las altas jerarquías políticas y administrativas, una vez transferidas *Amanah* perdía el control sobre los títulos, que muchas veces fueron revendidos inmediatamente a chinos con grandes beneficios, sin esfuerzo o toma de riesgos algunos: Las enormes plusvalías en la era Mahatir acarrearón múltiples alegaciones de corrupción, lo que lógicamente habría disparado las desigualdades intra étnicas entre malayos<sup>390</sup>.

---

<sup>387</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 1999, pp. 139-142.

<sup>388</sup> Op. cit., GÓMEZ, EDMUND TERENCE, 2012, p. 73.

<sup>389</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 1999, p. 139.

<sup>390</sup> Op. cit., GÓMEZ, EDMUND TERENCE, 2012, p. 73.

En la Malasia del "*know who*" ("a quién conoces"), puede más que el "*know how*" ("lo que sabes hacer"), la NEP abre nuevas avenidas de enriquecimiento a la élite política y burocrática malaya: las "*anomalías económicas estructurales*" de Studwell<sup>391</sup>, nacidas en el periodo colonial, que favorecieron a "padrinos" chinos e indios o sultanes, ahora iban a favorecer a la nueva clase de "padrinos" malayos (musulmanes), empezando por las ventas de acciones sólo para malayos (musulmanes) en condiciones preferenciales. Además, en la obtención de las licencias para operar en los mercados y en el acceso a los contratos con o sin concurso público, es donde se centraría el grueso de la corrupción malaya (musulmana) de Malasia, donde los contactos son imprescindibles<sup>392</sup>. La consecuencia de la NEP en el panorama empresarial fue la proliferación del otro tipo de empresas malacias "*Ali Babá*", donde "*Ali*" es la fachada de la empresa, los malayos (musulmanes), pero el dinero es controlado efectivamente por "*Baba*" (que es chino en malayo); es decir, por los empresarios chinos y en menor medida indios, que tradicionalmente habrían acumulado más "*know how*" y dinero que los malayos en temas de comerciales, financieros y de tecnología<sup>393</sup>, mientras que los malayos monopolizan el "*know who*", sin quien es imposible obtener contratos públicos. Los bumiputra pasarían a conceder contratos públicos a empresas controladas por bumiputra o sujetas a la *Participación Bumiputra*. En estas últimas, en las grandes, es bastante frecuente los altos cargos estén ocupados por malayos (musulmanes), pero los departamentos clave tecnológicos; financieros u organizacionales, los dirijan chinos, indios o extranjeros<sup>394</sup>. El montante de los dividendos podría llegar a ser condición para la concesión de la licencia, y la amenaza de retirar la licencia, garantía de cobro. Más allá de la corrupción rampante a pequeño nivel y las prácticas depredatorias de las empresas chinas contra accionistas minoritarios<sup>395</sup>, *Chin* cree que, además de las discriminaciones en universidades y empleo públicos, las "*Ali-Baba*" son el instrumento para afirmar la preeminencia de la "raza" malaya sobre las demás (china e india)<sup>396</sup>. La NEP es pues fuente de corrupción institucional endémica: Para Nelson<sup>397</sup>, no existen demasiado interés en atajar las raíces de la corrupción malaya (musulmana), como demuestra el comportamiento errático de la MAAC del Gobierno de Malasia, la agencia al cargo de la corrupción, en el escándalo del *Puerto de Klang*. Nelson apunta al *Estado de Penang*, bastante dinámico, que es el único que otorgaría los contratos públicos por concurso abierto, indicativo de menor corrupción. Esto es importante por las carencias en infraestructuras y servicios de este Estado, que puedan beneficiar a las empresas españolas en un futuro próximo: *Penang* está abierta al negocio y el ambiente es mucho más sosegado que el de Kuala Lumpur.

Para combatir los efectos de la NEP, las multinacionales, en sectores industriales, y la gran empresa china, comercial y financiera, se centraron en ganar tamaño para poder negociar o diluir los efectos de las *Participación Bumiputra* y la *Cuota Bumiputra*: que estas se aplicaran más flexible y racionalmente o fueran

---

<sup>391</sup> Op. cit., STUDWELL, 2007, pp. 17 y pp. 22-23.

<sup>392</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 1999, p. 74.

<sup>393</sup> Op. cit., STUDWELL, 2007, p. 29.

<sup>394</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 1999, p. 53.

<sup>395</sup> Nota: Múltiples PYMEs están sujetas a pagos fraudulentos a las AAPP a pequeño nivel. En Puchong se nos comenta informalmente cómo funcionan las mordidas: a instancias del funcionario generalmente malayo, la policía generalmente malaya se persona en la PYME para "*cobrar*" regularmente, cantidades equivalentes a dos veces el salario mínimo.

<sup>396</sup> CHIN, JAMES, "The Malaysian Chinese Dilemma: The Never Ending Policy (NEP)", *Chinese Southern Diaspora Studies*, volume 3º, 2009, pp. 167-182, en pp. 1-5. James Chin es profesor de la *Monash University* de Australia en su campus malasio en Subang Jaya, esta es una de las escuelas de negocios más prestigiosas de Asia Pacífico.

<sup>397</sup> Op. cit., NELSON, JOAN, 2012, pp. 54-55 y 57-61.

suspendidas temporalmente, como hizo Mahatir durante la crisis de los años 80 para atraer la inversión extranjera. En esta parte de Asia rige la "*Ley de los Hombres*" frente al "*Imperio de la Ley*" y todo es negociable: las leyes durarían tanto como los acuerdos entre las partes, en flujo perpetuo hinduista o budista, luego la cultura política determina marcos jurídicos y administrativos muy cambiantes, que generan gran incertidumbre<sup>398</sup>. La concentración de PYMEs en España no juega a favor de la implantación de la empresa española en Malasia: Dada la alta distancia de poder y sistemas jerárquicos en estos países: las multinacionales, gracias a sus enormes recursos, encontraron más fácil negociar aperturas de negocio, inversiones y otro tipo de ventajas con la alta burocracia malaya, que las pequeñas empresas, fenómeno recurrente en China y el Sudeste Asiático. Cuanto más grande es la empresa mejor, puesto que el principal escollo para hacerlo son los políticos y funcionarios corruptos no auditados en sistemas autoritarios. El tamaño podría ser un hándicap para la empresa española en Malasia, lo que abre interesantes líneas de investigación.

## 2.4 Los Derechos Humanos en Malasia, el Islam y la crisis de valores

Malasia suspende en materia de Derechos Humanos: el desarrollo económico del país en la región, no se corresponde con el desarrollo cultural, político y social del país<sup>399</sup>. En el ranking de Libertad de Freedom House, de 1 a 7 (donde 1 es máxima libertad y 7 el nivel más bajo), *Freedom House* coloca a España en el nivel más alto, el 1 de país libre, y a Malasia y Singapur<sup>400</sup> les otorga un 4, como países "*relativamente libres*", aunque es posible que en Malasia la situación sea algo peor. Como en Singapur, la prioridad del Gobierno nunca han sido los Derechos Humanos sino la estabilidad y la economía: con Mahatir, los activistas de Derechos Humanos se habrían llegado a percibir bajo el influjo de intereses extranjeros y por tanto comprometer el desarrollo económico. El cuestionamiento de la NEP, la política de discriminación positiva pro malayos (musulmanes) se tiene muy en cuenta: los Derechos Humanos chocan con los intereses de los grupos dominantes luego, en el marco de creciente autoritarismo y concentración de poder en Malasia, es lógica la sensación de impotencia entre los chinos e indios más liberales ante los abusos del poder malayo (musulmán), posibles ecos del poder divino, el "*timpa daulat*" de los sultanes de otrora, que no eran responsables de sus crímenes. ¿Estaríamos ante una involución o quizá cambio cultural, como indica Huntington<sup>401</sup>, en un marco de pérdida de influencia global de las potencias occidentales y la vuelta de los políticos asiáticos a sus raíces culturales?

Aunque las elecciones sean relativamente libres, no existe Libertad de Prensa ni en Malasia ni en Singapur: en el índice de Libertad de Prensa de *Reporteros sin Fronteras* de 2014, Singapur ocupa la posición 150, Malasia la 147, y España la número 35, entre el Reino Unido y Francia<sup>402</sup>. Con la prensa amordazada y un electorado dócil e indoctrinado, es difícil que los extranjeros que visitan estos países perciban la delicada

---

<sup>398</sup> Véase la sección III.3.2, sobre la distancia cultural con Occidente.

<sup>399</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 1999, pp. 104-105.

<sup>400</sup> Fuente: Índice de Libertad Mundial 2014 de Freedom House, disponible en su sitio Web, en <URL: <http://www.freedomhouse.org/report/freedom-world/freedom-world-2014>>, (accedido el 23.07.2014).

<sup>401</sup> Fuente: Entrevista con Samuel Huntington en el programa "El Show de Charlie Rose", 1997, en la cadena de TV Bloomberg, en <URL: <http://www.sam-network.org/video/samuel-huntington-on-the-clash-of-civilizations>>, (accedido el 12.11.2014). Véase tb.: HUNTINGTON, SAMUEL, "The Clash of Civilizations", Nueva York, EEUU, Council of Foreign Relations, Foreign Affairs, número de verano de 1993, pp. 22-49.

<sup>402</sup> Fuente: Reporteros sin Fronteras, Índice Mundial de Libertad de Prensa 2014, disponible en <URL: <https://index.rsf.org/>>, (accedido el 01.09.15).



situación de Derechos Humanos en estos países. Además de la ISA<sup>403</sup>, que suprime la orden de habeas corpus y permite el encarcelamiento sin cargos por periodos indefinidos (como en Singapur), el Gobierno contó otra herencia legal colonial hasta 2011<sup>404</sup>: la "*Sedition Act*" y la "*Emergency Act*"<sup>405</sup>, cuestionadas por la oposición (*Pakatan Rakyat*). La primera ley prohíbe toda afirmación en público, discursos e incluso conversaciones que fomenten la animosidad contra el Gobierno; la pre eminencia malaya (musulmana), el Islam y/o que instigue conflictos inter raciales: todo aquello que el Gobierno no considere conveniente y quiebre la "*armonía racial*" asianista, tal y como la entiende el UMNO malayo (musulmán). Según la organización de Derechos Humanos Suaram<sup>406</sup>, el Barisan Nasional habría utilizado la ISA para causar terror entre disidentes y activistas sociales. Algunos detenidos habrían estado detenidos hasta 15 años, en periodos de detención renovables que habrían servido para disuadir actividades contra el poder: en Malasia hay que tener mucho cuidado de qué se habla y con quién se habla. Sin embargo, hasta 1998 el número de detenidos por razones políticas es reducido, unos 200 prisioneros, y la ISA le da al Gobierno la flexibilidad para combatir el crimen organizado y a los extremistas musulmanes. Fue utilizada contra: *la Jemah Islamiyah (JI)*; *Al-Maunah*; *Kumpulan Mujahiding, Malaysia (KMM)* y *Darul Islam* hasta 2009: la mano firme del Gobierno contra los extremistas, tiene grandes méritos entre el electorado conservador. Su sólo nombre crea un efecto disuasorio bastante útil para mantener el orden público en Malasia: todo el mundo teme a la ISA y la policía malaya (musulmana). Sentado esto, se habría utilizado la violencia física y las torturas con el Vice Primer Ministro Anwar, así como miembros de su partido (PKR); con los fundamentalistas islámicos del PAS; con consultores y periodistas en torno al *Tunku Abdul Rahman*, y cuando el UMNO fue refundado para neutralizarle (acallar a los opositores de Mahatir), y en la *Operación Lalang*, en la que se arrestó a 106 activistas opuestos a que se impusiera el idioma malayo (bahasa) en las aulas chinas y se impusieron directores malayos en los colegios (1987) (encarcelando a los líderes históricos del DAP, *Lim Kit Siang* y *Karpal Singh*).

Además, desde el final de los 90, la situación de los Derechos Humanos y la ISA ha empeorado bastante (2009). Siguiendo a SUARAM<sup>407</sup>, ya que entendemos que la *Comisión Nacional de Derechos Humanos* (SUHAKAM) es una institución bajo influjo gubernamental<sup>408</sup>, los inmigrantes de países asiáticos próximos (birmanos; indonesios; birmanos; filipinos, bangladesís, camboyanos, laosianos, chinos), y muy especialmente los de extracción humilde, serían maltratados en Malasia (esto es sin duda una oportunidad para la empresa española por el excelente capital humano que llega de estos países, con mejor disposición para el trabajo que muchos malayos y singapurenses, y en general con buena educación o formación): condiciones

<sup>403</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 1999, pp. 106-108.

<sup>404</sup> SPIEGEL, MIKE, "Smoke and Mirrors: Malaysia's "New" Internal Security Act", Honolulu, Hawaii, EEUU, East-West Centre, Boletín de Asia Pacífico n° 167 (14.06.2012), disponible (accedido el 01.08.2014) en <URL: [http://www.hrw.org/sites/default/files/related\\_material/2012\\_Malaysia\\_EastWest.pdf](http://www.hrw.org/sites/default/files/related_material/2012_Malaysia_EastWest.pdf)>, Al escribir estas líneas en 2012, sólo se tiene noticias de que el Gobierno quiere eliminar la Internal Security Act, y reemplazarla por una Ley nueva, la SOSMA, que se espera incluya provisiones lesivas de los Derechos Humanos como la ISA.

<sup>405</sup> Fuente: Op. cit. SARDESAI, 2010, p.289; Sedition Act de 1948 y Emergency Act (Essential Powers) Act, de 1979, disponibles en el sitio Web del Instituto de Información Legal de la Commonwealth (accedido el 07.06.2015) en

< URL: [http://www.commonlii.org/my/legis/consol\\_act/sa19481969183/](http://www.commonlii.org/my/legis/consol_act/sa19481969183/)> , y

< URL: [http://www.commonlii.org/my/legis/consol\\_act/epa1979292](http://www.commonlii.org/my/legis/consol_act/epa1979292)>.

<sup>406</sup> Op. cit., KUA KIA SOONG, 2009, pp. 81-87.

<sup>407</sup> Ibid., 2009, pp. 96-126.

<sup>408</sup> LIM KIT SIANG, "Suhakam should invoke its powers under the Suhakam Act 1999, to protect Suaram from continued government harassment and infringement of human rights in Malaysia", comunicado de Lim Kit Siang, líder del DAP en la oposición en su blog personal, disponible en < URL: <http://blog.limkitsiang.com/2012/09/23/suhakam-should-invoke-its-powers-under-the-suhakam-act-1999-to-protect-suaram-from-continued-government-harassment-and-infringement-of-human-rights-in-malaysia/>> (accedido el 05.08.2014).

inhumanas; torturas; sobornos, y abusos de todo tipo dentro y fuera de los centros de detención. No obstante, Irene Fernández, directora de *Tenanganita*, fue condenada a 12 meses de cárcel por denunciar heroicamente los derechos de los inmigrantes hasta su fallecimiento, así como bastantes otros activistas malasio<sup>409</sup>. En Malasia operaba la RELA (*Ikatan Relawan Rakyat*), una red de voluntarios generalmente malayos (musulmanes) que habrían llegado a cobrar 80 RM por inmigrante "cazado"<sup>410</sup>. *Human Rights Watch*, que habría propuesto la disolución inmediata de RELA por el trato inhumano a los inmigrantes<sup>412</sup>, también denuncia ventas masivas de refugiados a traficantes tailandeses por autoridades malasio de inmigración, que acabarían en Tailandia en condiciones de semi esclavitud en barcos de pesca, o en prostíbulos y como niños mendigo. En términos de trabajo forzoso, explotación y malos tratos de los emigrantes, Malasia habría sido encasillado en el tercer nivel, el peor de la clasificación del Departamento de Estado de los EEUU<sup>413</sup>, aunque esta situación pueda haber mejorado con la nueva Ley de 2007, pasando al nivel 2 en 2015<sup>414</sup>, gracias a los esfuerzos del Gobierno para controlar los abusos; Malasia tb. fue clasificado por el Comité para los Refugiados e Inmigrantes de los EEUU (USCRI), como uno de los diez peores lugares para ser refugiado en 2009. De 2002 a 2008, 34924 inmigrantes habrían sido flagelados<sup>415</sup>, generalmente por asuntos relativos al trabajo sin visados (en torno a las autoridades de emigración aparece una verdadera mafia administrativa para conceder permisos de trabajo y licencias<sup>416</sup>). Amnistía Internacional denuncia que un numero en torno a 10000 prisioneros y 6000 emigrantes habrían sido golpeados con vara de ratán, hasta 24 veces, todos los años<sup>417</sup>. Según SUARAM, el Gobierno del Barisan Nasional ha utilizado la ISA por razones políticas: en el marco de crecientes tensiones interétnicas, regularmente desde 1998 a 2009<sup>418</sup>: en 1998, el premier Mahatir la habría utilizado contra el mismo viceministro Anwar Ibrahim y veinte de sus seguidores como *Munawaar Anees*, *Abdul Malek Hussein* y *Mior Abdul Razak*, todos ellos torturados y después con los partidarios de su *Reformasi* del PKR; hay alegaciones múltiples de malos tratos a estudiantes; la censura de las entrevistas televisivas a líderes de la oposición (*Pakatan Rakyat*), y la prohibición de abrir partidos de izquierda; los malos tratos y encarcelamientos a/de los manifestantes como los

<sup>409</sup> BEDI, RASHVINJEET S., y SUGANYA, L., "Malaysians pay tribute to Irene Fernandez", *The Star* (Kuala Lumpur, 31.04.2014), en <URL: <http://www.thestar.com.my/News/Nation/2014/03/31/Malaysians-pay-tribute-to-Irene-Fernandez/>>, (accedido el 31.07.2014).

<sup>410</sup> Fuente: World Refugee Survey 2009, "Best and Worst Places for Refugees", folleto del USCRI (Comité para los Refugiados de EEUU), Arlington, USCRI, Virginia, EEUU, 2009, 7 páginas, p.6.

<sup>411</sup> Op. cit., KUA KIA SOONG, 2009, p. 120 y p.126.

<sup>412</sup> ANÓNIMO, "Malaysia: Disband Abusive Volunteer Corps Government Uses RELA Force on Migrant Workers", comunicado de prensa, Nueva York, Organización de Derechos Humanos Human Rights Watch (10.05.2007), disponible en < URL: <http://www.hrw.org/news/2007/05/08/malaysia-disband-abusive-volunteer-corps> >, (06.08.2014).

<sup>413</sup> DEPARTAMENTO DE ESTADO DE LOS EEUU, "Trafficking in Persons Report 2014", 432 páginas, pp. 260-263, disponible en <URL: <http://www.state.gov/j/tip/rls/tiprpt/2014/index.htm> > (accedido el 7.08.2014).

<sup>414</sup> DEPARTAMENTO DE ESTADO DE LOS EEUU, "Trafficking in Persons Report 2015", en el sitio web del Departamento, en <URL: <http://www.state.gov/j/tip/rls/tiprpt/countries/2015/243485.htm>>, (accedidos el 12.12.2015).

<sup>415</sup> Nota: caneados con caña de ratán, en procesos horribles autorizados tanto en Malasia y Singapur, de origen colonial, que deja la piel en vivo y marcas de por vida; véase tb., ANÓNIMO, "A blow to humanity torture by judicial caning in Malaysia", Londres, Secretariado Internacional de Amnistía Internacional, 55 páginas, disponible en <URL: [http://www.univie.ac.at/bimtor/dateien/malaysia\\_ai\\_2010\\_blow\\_to\\_humanity.pdf](http://www.univie.ac.at/bimtor/dateien/malaysia_ai_2010_blow_to_humanity.pdf)>.

<sup>416</sup> Nota: Diferentes "consultores" le ofrecieron resolver sus problemas de visados al doctorando, por 8000 RM, es decir, el equivalente a invitar a tomar café (1RM) a la mitad de todos los efectivos del departamento de emigración malasio, unas 16000 personas. Este era el precio standard para gestiones de este tipo en 2009.

<sup>417</sup> MCCURRY, JUSTIN, "Malaysia criticised over canings", Londres, *The Guardian* (06.12.2010), en < URL: <http://www.theguardian.com/world/2010/dec/06/caning-malaysian-prisons-amnesty-international> >, (accedido el 10.08.2014).

<sup>418</sup> ANÓNIMO, "Counterterrorism and Human Rights Abuses Under Malaysia's Internal Security Act", Nueva York, EEUU, Informe de Human Rights Watch, mayo de 2004, vol. 16, No. 7 (C), 51 páginas, pp. 11-12.

<sup>419</sup> Nota: en op. cit., KUA KIA SOONG, 2009, se hace recuento año por año de las quiebras de Derechos Humanos, aquí sólo se resaltan algunos casos de interés.

de la *Autovía Kesas*, con 100000 manifestantes<sup>420</sup>; los de *Bersih*, por unas elecciones limpias<sup>421</sup> (se habrían utilizado balas de verdad contra los manifestantes en *Bakut Kuru*); los de *Kampung Berembang* por la subida de la gasolina; solo de 1997 a 1999 morirían 635 personas a manos de la policía (una gran parte de ellas en custodia y otras en tiroteos frecuentes: entrar en una comisaria malasia y menos en la MAAC, es algo que causa verdadero terror entre los malasios, el miedo es palpable), aunque este número parece haberse reducido a 6 en custodia en 2009, quizá por la política conciliadora del premier *Badawi* desde 2003; finalmente, la situación de hacinamiento en las prisiones malasias no habría sido mejor: en 2002 murieron 40 personas sólo en la prisión de Sungai Buloh (*Kua Kia Soong* habla de 1535 muertes en custodia en prisiones de 2003 a 2007).

Los malasios viven en un país donde no se respetan los Derechos Humanos pero, curiosamente, se cree vivir en una "Democracia"<sup>422</sup>: sean los Derechos Políticos, fuertemente restringidos<sup>423</sup>, como lo está la Libertad de Asociación: las asociaciones se encuentran con todo tipo de obstáculos burocráticos<sup>424</sup> a su constitución y las ONGs pueden ser registradas por la policía y son tratadas con bastante desprecio; sea la Libertad de Reunión, ya que se limitan las manifestaciones y mítines de la oposición, por "razones de seguridad"<sup>425</sup>, pero curiosamente se permiten los de los partidarios del UMNO (malayo (musulmán)), en las cuales se ha insultado frecuentemente a miembros de otras etnias (chinos, generalmente)<sup>426</sup>; sea el caso del Timor Oriental en los años 90; sean los derechos de homosexuales; sean los activistas medioambientales que son obstáculo para el beneficio económico, todo lo que ataque la línea de la política gubernamental malayista (musulmana) es, prácticamente, censurable y censurado<sup>427</sup>, cuando no es el miedo y la autocensura, lo que retrae críticas al status quo y la corrupción institucional masiva. Las actividades políticas de los estudiantes están muy controladas desde la *Universities and University Colleges Act* (Ley de Universidades, con enmiendas hasta 2012)<sup>428429</sup>. En 2014, la Ley habría sido enmendada, liberalizando parcialmente las actividades estudiantiles, lo que pueda ser un cambio cosmético, limitándose a autorizar la participación en los principales partidos políticos. Los sindicatos, plegados a los intereses de los empresarios y percibidos por el Gobierno como obstáculo para el desarrollo económico, son minoritarios: el Gobierno no autoriza sindicatos a escala nacional y el Derecho a la Huelga es muy limitado. Finalmente, existe pena de muerte para aquellos implicados en tráfico de drogas (*Dangerous Drugs Act*, 1952)<sup>430</sup>.

Sólo mentar cuatro casos significativos en materia de Derechos Humanos en Malasia, el tercero de los cuales con grandísima importancia para los intereses españoles: el de *Teo Beng Hock*; el del *Puerto de Klang* y

---

<sup>420</sup> LIM KIT SIANG, Comunicado de Prensa en el blog de Lim Kit Siang, Sec. General del DAP, sobre los incidentes en la Autovía Kesas, 21.08.2001, <URL: <http://www.limkitsiang.com/archive/2001/aug01/lks1147.htm> >, (accedido el 04.08.2014).

<sup>421</sup> Op. cit., KUA KIA SOONG, 2009, p 117.

<sup>422</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 1999, pp. 111-113 y p. 116.

<sup>423</sup> Op. cit., KUA KIA SOONG, 2009, pp. 97-98; p. 102, p. 112 y p. 109.

<sup>424</sup> Véase la Societies Act 1966 (Ley de Asociaciones de 1966), en el sitio web del Registro de Sociedades: de Malasia, en < URL: <http://www.ros.gov.my/index.php/en/> >, (accedida el 24.07.14).

<sup>425</sup> Op. cit., SARDESAI, 2010, p. 289.

<sup>426</sup> Op. cit., KUA KIA SOONG, 2009, p 102.

<sup>427</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 1999, pp. 119-120.

<sup>428</sup> Fuente: "Universities and Colleges Act 1971", disponible en el sitio web de la Universidad Sains Malaysia, en: <URL: <https://legal.usm.my/v3/index.php/ms/> > (accedida el 04.08.2014), y op. cit., KUA KIA SOONG, 2009, p 112.

<sup>429</sup> Op. cit., HILL, HAL, 2012, p. 28.

<sup>430</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 1999, p. 140. El artículo 39B de la *Dangerous Drugs Act* de 1952 (Ley de Drogas Peligrosas), se puede consultar en las páginas Web del Gobierno de Malasia, disponible en < URL: <http://www.agc.gov.my/Akta/Vol.%205/Act%20234.pdf> >, (accedida el 09.08.2014).

el de *Altantuya Shaariibuu* (en su relación con los casos *Escorpene* y *Sodomy 2.0*)<sup>431</sup>. En general, ponen en evidencia el uso de los juzgados y de las fuerzas del orden por el Gobierno malasio contra la oposición, así como la corrupción institucional extensa pro malayos (musulmanes). En palabras del mismo *Lim Guang Eng*, del DAP, Presidente del Estado de Penang: "*para crear miedo como útiles de intimidación*". Aquí sólo se listarán los testimonios en las fuentes secundarias, de forma ilustrativa, casi todas disponibles en la Internet.

El primero, es el de la muerte, de *Teoh Beng Hock* (2009), ayudante de un diputado de la del DAP (*Eng Yong Hian Wah*), ambos chinos: *Teoh* falleció en custodia de la *Comisión Malasia Anti Corrupción* (MAAC). *Teoh* apareció muerto en un charco de sangre en el piso quinto del edificio de la MAAC, tras ser interrogado en el piso 14 del mismo edificio (según los funcionarios de la MAAC habría saltado el sólo desde el balcón del piso 14 al quinto), con relación a supuestas irregularidades en la asignación del DAP chino (partido de la coalición de oposición al Barisan liderado por malayos (musulmanes)) de ciertos recursos públicos. Existen alegaciones, bastante coherentes, de coerción, tortura cruel y asesinato<sup>432</sup> del joven periodista, respaldadas por la opinión de uno de los médicos forenses<sup>433</sup> (una tailandesa, la Dr. Pornthip, a quién no se le habría permitido prestar testimonio en el juicio<sup>434</sup> abierto por la familia de *Teoh*, cuyo testimonio habría sido refutado por Paul Mullen, psiquiatra forense contratado por el Consejo de la Abogacía de Malasia, quién le calificó como "*débil de carácter*"<sup>435</sup>). Los policías al cargo de la investigación de *Teoh* fueron liberados<sup>436</sup>, pero recientemente la MAAC habría reconocido negligencia en los interrogatorios y ofrecido una indemnización de algo más de un millón de euros a la familia, quienes habrían condicionado su recepción al contenido de la declaración del MAAC<sup>437</sup>. Según el *Malay Mail*, *Teoh* llevaba una vida normal, y no tenía enfermedad psicológica alguna (su mujer estaba a punto de dar a luz)<sup>438</sup>. *Lim Kit Siang*, líder chino emérito del DAP, habría sido interrogado bajo alegaciones de infracción de la *Ley de Sedición*, por indicar que las conclusiones del *Informe de la Comisión*

---

<sup>431</sup> Op. cit., NELSON, JOAN, 2012, p. 54.

<sup>432</sup> MUTHIAH, WANI y HAMDAN, NURBAITI "Pathologist: Teoh' s death caused by fall", *The Star* (12.09.2009), en (accedido el 27.12.2014) < URL:

<http://www.thestar.com.my/story/?file=%2f2009%2f8%2f12%2fnation%2f4502302&sec=nation> Kuala Lumpur>.

<sup>433</sup> TAN SRI DATUK SERUK SERI JAMES FOONG CHENG YUEN et al., "Report of the Royal Commission on the death of Teoh Beng Hock", presentado al Seri Paduka Baginda Yang Dipertuan Agong (Rey de Malasia) el 22 de junio de 2011, Kuala Lumpur, 22.06.11, 124 páginas, p. 38, en la página del Consejo de la Abogacía de Malasia <URL:

[http://www.malaysianbar.org.my/index.php?option=com\\_docman&task=cat\\_view&gid=480&Itemid=332](http://www.malaysianbar.org.my/index.php?option=com_docman&task=cat_view&gid=480&Itemid=332) >, (accedido el 23.08.2014), véanse las pp. 38-53. En la página 40 también se indica que lo más probable es que *Teoh* cayera del piso 14 de la MAAC.

<sup>434</sup> MAGESWARI, M "Thai government allegedly bars pathologist Dr Pornthip from testifying in Teoh civil trial", *The Star* (Kuala Lumpur, 22.10.2013), en <URL: <http://www.thestar.com.my/news/nation/2013/11/22/teoh-beng-hock-pornthip-barred-testify/>>, (accedido el 21.08.2014), y KUMAR, PUNITHA, "Pornthip will not testify in Teoh Beng Hock's negligence suit", Kuala Lumpur, New Straits Times (22.11.2013).

<sup>435</sup> ANÓNIMO (corresponsal en Kuala Lumpur), "Malaysian graft probers caused political Aide's suicide", *Hong Kong, Asia Sentinel* (21.07.2011), en < URL: <http://www.asiasentinel.com/politics/malaysian-graft-probers-caused-political-aides-suicide/> >, (accedido el 23.08.2014), e ibid. TAN SRI DATUK SERUK SERI JAMES FOONG CHENG YUEN et al., 22.06.11.

<sup>436</sup> TEO NIE CHING, "5 years after Teoh Beng Hock: our human rights and political justice?", Kuala Lumpur, Comunicado de prensa del DAP (19.06.2014), en < URL: <http://dapmalaysia.org/en/statements/2014/07/18/18918/>>, (accedido el 22.08.2014).

<sup>437</sup> ANÓNIMO, "Admitting negligence, MAAC to pay Teoh Beng Hock's family RM600,000 in damage", en el sitio web del *Malay Mail* (Kuala Lumpur, 12.05.2015), en <URL: <http://www.themalaymailonline.com/malaysia/article/admitting-negligence-macc-to-pay-teoh-beng-hocks-family-rm600000-in-damages> >, (accedido el 11.05.2015).

<sup>438</sup> ANÓNIMO, "Teoh Beng Hock's death consistent with homicide, lawyer argues at Court of Appeal", *The Malay Mail*, edición online (Kuala Lumpur, 26.4.2014), < URL: <http://www.themalaymailonline.com/malaysia/article/teoh-beng-hocks-death-consistent-with-homicide-lawyer-argues-at-court-of-ap>>, (accedido el 22.08.2014).

*Real*, apuntan a un asesinato y no a un suicidio<sup>439</sup>. Este sería la segunda persona en un interrogatorio, que en la versión oficial habría muerto cayendo de una ventana de la MAAC, por referencia al malayo *Ahmad Sarbani Mohamed*, en custodia con relación al *Escándalo del Puerto de Klang*, de los más recientes en torno a las AAPP pro malayos (musulmanes): aquí habría alegaciones de préstamos ilegales; sobrecostes; beneficios irracionales e ilegales en la compra de terrenos y contratos en los que estarían relacionados funcionarios malayos (musulmanes). Nelson entiende la MAAC, en el contexto de la NEP, al servicio de los intereses del Barisan (UMNO malayo (musulmán)), y tiene bastante poca confianza en la imparcialidad de la judicatura y la policía malasias<sup>440</sup>. Especialmente cuando los interrogados en la MAAC, según los relatos de la misma agencia, acaban cayendo de sus ventanas para perder la vida.

El tercer caso es el asesinato de la traductora *Altantuya Shaariibuu*, también nombrada "*Shaariibuugiin Altantuyaa*" (a partir de ahora "*Altantuya*"), utilizados por el líder de la oposición Pakatan Rakyat, *Anwar Ibrahim* (ex Vice Primer Ministro), torturado por la policía, para defenderse contra la Barisan Nasional (y especialmente el UMNO malayo (musulmán), líder de la coalición) en la persona del aristócrata, *Najib Tun Razak*, Primer Ministro de Malasia a la hora de escribir estas líneas (2014). Tras un juicio en 1998, en el que se incluyó el cargo de "*sodomía*" (pero se le encarceló por corrupción) y salir de la cárcel, Anwar Ibrahim fue acusado otra segunda por este cargo (sexo "*contra natura*"), siendo declarado inocente en juicio de 2012<sup>441</sup>. En 2014, Anwar fue vuelto a ser acusado y después encarcelado por su supuesta homosexualidad (algo completamente prohibido en el Islam), y poco después su propia hija fue detenida transitoriamente por defenderle<sup>442</sup>: esta es una situación intolerable desde el punto de vista de los Derechos Humanos ("extranjeros" para muchos políticos del UMNO en el poder), y todos los analistas serios apuntan a que es sólo una estratagema gubernamental para apartar a *Anwar* de las elecciones, y debilitar a la *Pakatan Rakyat* y su *PKR*.

El escándalo de los *Submarinos Scorpene* y el asesinato de la traductora y periodista *Altantuyaa*, oriunda de Mongolia, atañen al mismo Primer Ministro del país, *Najib Tun Razak*, en su condición de Ministro de Defensa de Malasia antes de llegar al poder. Aquí existen alegaciones, bastante coherentes, de que *Najib* y su subordinado, *Abdul Razak Baginda*, habrían recibido comisiones millonarias ilegales a través de intermediarios al autorizar la compra de los submarinos *Scorpene*, vendidos por la empresa francesa *Armaris*, del grupo *DCNS Thales*, al Gobierno de Malasia: se refieren a los 115 millones de euros<sup>443</sup> que habrían sido ingresados a favor de la empresa intermediaria *Perimakar Sdn Bhd*, perteneciente a la *esposa de Abdul Razak Baginda*<sup>444</sup>, por servicios de coordinación relativos a la venta de submarinos. *Malaysia Today* piensa que esto es una comisión

---

<sup>439</sup> ANÓNIMO, "Cops call on Kit Siang in sedition probe after 'murdered' claim", *The Malay Mail*, edición online (Kuala Lumpur, 04.08.2014), en <URL: <http://www.themalaymailonline.com/malaysia/article/cops-call-on-kit-siang-in-sedition-probe-after-murdered-claim>>, (accedido el 23.08.2014).

<sup>440</sup> Op. cit. NELSON, JOAN, 2012, pp. 54-55 y 57-61.

<sup>441</sup> ANÓNIMO, "The end of Sodomy 2.0", edición asiática de *The Economist* (Londres, 14.01.2012), en <URL: <http://www.economist.com/node/21542817>>, (accedidos el 28.08.2015).

<sup>442</sup> ANÓNIMO, "Malaysia arrests Anwar's daughter for sedition: opposition party", Agencia de Noticias Reuters, 16.03.2015, en <URL: <http://www.reuters.com/article/us-malaysia-sedition-anwar-idUSKBN0MC12820150316>>

<sup>443</sup> ANÓNIMO, "Malaysian Scorpene Submarine Corruption Case Legal Briefing", en el sitio web *Malaysia Today* (22.09.2011) del activista y político Raja Petra, en <URL: <http://www.eventbrite.co.uk/e/malaysian-scorpene-submarine-corruption-case-legal-briefing-tickets-1172582225>>, (accedidos el 10.10.2015).

<sup>444</sup> VIDALIE, ANNE, "France-Malaysia: un contrat très sous-marin", *L'Express* (Paris, 30.01.2013), en <URL: [http://www.lexpress.fr/actualite/societe/france-malaysia-un-contrat-tres-sous-marin\\_1214875.html](http://www.lexpress.fr/actualite/societe/france-malaysia-un-contrat-tres-sous-marin_1214875.html)>, (accedido el 27.08.2014).

para *Najib* y su mujer (*Rosma*); además, *Terasasi Sdn Bhd*, pertenecería a *Abdul Razak Baginda*, habría recibido un contrato de 36 millones a través de *Thint Asia*, vinculada a DCNS (Thales), como constaría en informes judiciales franceses<sup>445</sup> (una empresa que contaría con una oficina en el barrio de Wan Chai en Hong Kong, conocido por sus burdeles en la postguerra donde se habría desarrollado la historia de la película *El mundo de Suzie Wong*). *Malaysia Today* es dirigida por el aristócrata malayo *Raja Petra Kamarudin*<sup>446447</sup>, bastante respetado, en el exilio en el Reino Unido por declaraciones en las que expresaba el escándalo en estos términos, de las que se tuvo que retractar: se le supone atemorizado por las posibles represalias de la justicia malasia. Según *L'Express*, *Reuters* y *Defense News*<sup>448449</sup>, SUARAM habría demandado al contratista de los Escorpene en Francia, la francesa DCNS (Thales), alegando "*corrupción activa, pasiva y uso inadecuado de los bienes públicos*", para lo que habría contratado al abogado francés *William Bourdon*: SUARAM habría creído que los 115 millones pagados a *Perimekar* eran una comisión ilegal para *Abdul Razak Baginda* y *Najib*. Sin embargo según *L'Express*, SUARAM habría confundido su procedencia, atribuyendo la comisión a DCNS (Thales) (puesto que el *Gobierno de Malasia* sería quién habría pagado este dinero a *Perimekar*): viniera de donde viniera el dinero, lo escandaloso es el destinatario (*Abdul Razak Baginda* y su mujer: según *L'Express*, el 20% de *Perimekar* pertenecería al Ejército de Malasia y el resto a la mujer de *Abdul*). *Bourdon* habría intentado entrar en Malasia por el Aeropuerto Internacional (KLIA) para investigar en Malasia sobre el *Escándalo Escorpene*, pero habría sido inmediatamente deportado: aparentemente, *Bourdon* habría hecho "*uso indebido*" de su visado por visita social de 90 días<sup>450</sup>: el doctorando se pasó entrando y saliendo de Malasia utilizando esa modalidad cinco años, luego esta parece una alegación absurda, que suscitó comentarios sobre nerviosismo del Gobierno ante la presencia de *Bourdon* en Malasia.

Todo apunta a que la española *Navantia* no tuvo nada que ver con el caso *Scorpene*, fue una mera subcontratista del grupo DCNS. Los submarinos *Scorpene* fueron fabricados a instancias de *DCNS (Thales)*, conjuntamente con los astilleros de la empresa española *Navantia*. Sin embargo, la venta de los submarinos se realizó a través de la empresa francesa *Armaris*, vinculada a la francesa DCNS (Thales), por algo más de 900 millones de Euros. Como consecuencia del escándalo relativo a los Escorpene. el nombre de España se vio involuntariamente empañado en Malasia (aunque no estamos seguros de que esto fuera así en Francia) por su asociación constante en los medios de comunicación malasios con el escándalo, con algún posible efecto sobre la imagen país de España, sin relación con el caso.

---

<sup>445</sup> VIDALIE, ANNE,, "Ventes d'armes et corruption, mode d'emploi", *L'Express* (Paris, 12.06.2012), en <URL:[http://www.lexpress.fr/actualite/monde/ventes-d-armes-et-corruption-mode-d-emploi\\_1125772.html#Q8u2ddZ66fDpGvff.99](http://www.lexpress.fr/actualite/monde/ventes-d-armes-et-corruption-mode-d-emploi_1125772.html#Q8u2ddZ66fDpGvff.99)> (accedido el 27.08.2014).

<sup>446</sup> Op. cit., BURUMA, IAN (18.05.2009), pp. 36-37.

<sup>447</sup> ANÓNIMO, Video de la conferencia de *Rajah Petra* en la Universidad Nacional de Australia, sin fecha < URL: <http://video.najoomi.com/play/video/cl9eUcTv4GY/300k-votes---raja-petra-kamarudin> >, (accedido el 20.09.2014): Incluye una colección de vídeos de *Rajah Petra*, que sólo se pueden ver en Malasia desde páginas Web ilegales.

<sup>448</sup> ANÓNIMO, "Malaysia deports French lawyer in submarine bribe probe", Kuala Lumpur, agencia de noticias *Reuters* (23.07.2011), en < URL: <http://www.reuters.com/article/2011/07/23/us-malaysia-lawyer-idUSTRE76M0TS20110723> >, (accedido el 28.08.14).

<sup>449</sup> ANÓNIMO (2011), "*Malaysia to Deport French Lawyer in Graft Probe*", *Defense News* en línea (22.07.2011) noticia de Agencia France Presse (AFP), 22<sup>nd</sup> July, disponible en <URL: <http://www.defensenews.com/story.php?i=7165353> >

<sup>450</sup> "TEOH, SHANNON, "Minister insists Scorpene lawyer deportation not political", Kuala Lumpur, comunicado del Consejo de la Abogacía de Malasia, (26.07.2011), tb. en artículo del *Malaysian Insider*, en <URL: [http://www.malaysianbar.org.my/legal/general\\_news/minister\\_insists\\_scorpene\\_lawyer\\_deportation\\_not\\_political.html](http://www.malaysianbar.org.my/legal/general_news/minister_insists_scorpene_lawyer_deportation_not_political.html) >, (accedido el 28.08.2014).

¿Qué relación pueda existir entre el caso *Scorpene* y el asesinato de *Altantuyaa*? Se alegó que *Altantuyaa* era próxima tanto del Ministro de Defensa, *Najib*, como de *Abdul Razak Baginda*, director del *Malaysian Strategic Research Centre*, dependiente del mismo ministerio para temas de Defensa y Seguridad (bajo las órdenes del mismo *Najib*, fundador del centro, y vinculado con *Abdul Razak Baginda*): el mismo *Abdul* habría asesorado a *Najib*, en su condición de Ministro de Defensa, en la compra de los submarinos. Existiría un triángulo amoroso entre *Najib*, *Altantuyaa* y *Abdul*<sup>451</sup>, versión que niegan el diario *The Star*, cercano al Gobierno<sup>452</sup>, y el mismo premier, *Najib*<sup>453</sup>, quién dice no conocerla, aunque *Abdul* habría reconocido un affaire de ocho meses con *Altantuyaa*<sup>454</sup>. Para defenderse de las acusaciones del UMNO malayo (musulmán) con el fin de apartarle de la política, *Anwar Ibrahim* habría acusado<sup>455</sup> a *Abdul* de colaborar en el asesinato de *Altantuyaa*: así *Anwar* incriminaría indirectamente al mismo *Najib* y su Gobierno liderado por el UMNO, para desacreditarlo. Se alega que la causa del asesinato está relacionada con que *Altantuyaa* habría conocido la existencia de las comisiones ilegales y colaborado en la venta de los submarinos<sup>456457</sup>: Según *Asia Sentinel*<sup>458459</sup> y *L'Express*<sup>460</sup>, *Altantuyaa* habría confesado estar chantajeando a *Abdul*: se habría sentido traicionada, al haber sido abandonada por *Najib* y después por *Abdul*, por lo que le habría exigido 500000 dólares, lo prometido por su trabajo en el trato de los *Scorpene*, para el mantenimiento de sus hijos, uno de los cuales podría haber sido hijo de *Abdul*. Por tanto, *Altantuyaa* habría pedido a *Abdul* dinero de forma insistente para sacar adelante a sus dos hijos, en la misma puerta de la casa de *Abdul*, creando gran escándalo, y está habría sido la causa última de que *Abdul* ordenara el asesinato de la traductora: el escándalo le habría resultado insoportable a *Abdul*. Sin embargo, existe una primera confesión del detective *P. Balasubramanian* (tb. conocido como "*Bala*"), donde se habría indicado que *Najib* si tuvo una relación amorosa con *Altantuyaa*, y que *Abdul* "heredó" a *Altantuyaa* de *Najib*<sup>461</sup>, quién le habría instado a hacerse cargo de la traductora<sup>462463</sup>, para que esta no le acosase. *Bala* habría

<sup>451</sup> ANÓNIMO, "Explain photo with Altantuyaa: Anwar to Najib", Kuala Lumpur, *Kini TV*, vídeos del portal *Malaysiakini* (29.06.2007), y en < URL: <http://www.youtube.com/watch?v=PGiRNNey-GA> > (accedido el 29.08.2014). *Malaysiakini*, un servicio por suscripción (pagado) de noticias online, es el canal más utilizado por la oposición malasia, enormemente popular, en su lucha política contra el Barisan Nasional.

<sup>452</sup> ANÓNIMO, "Altantuyaa in Paris" Hong Kong, *Asia Sentinel* (27.06.2012), y ANÓNIMO, "Police probe shows Altantuyaa was not in France", *The Star Online* (Petaling Jaya, 27.06.2007), en: < URL: <http://www.asiasentinel.com/politics/Altantuyaa-in-paris/> y < URL: <http://www.thestar.com.my/News/Nation/2012/06/27/Police-probe-shows-Altantuyaa-was-not-in-France/> >

<sup>453</sup> ANÓNIMO, "Deputy prime minister's friend acquitted in Malaysian murder trial", Nueva York, *New York Times*, 31<sup>st</sup> October, available at < URL: <http://www.nytimes.com/2008/10/31/world/asia/31iht-malaysia.1.17414965.html> >, (accedidos los vínculos de las tres últimas notas el 29.08.2014) .

<sup>454</sup> ANÓNIMO "Acquittal in Malaysia's Murder Saga", en el sitio web BBC Online (Londres, 31.10.2008), en < URL: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/asia-pacific/7701303.stm> >, (accedido el 28.08.2014) .

<sup>455</sup> ANÓNIMO, "Anwar: I'll be around for appeal against sodomy", *The Star Online* (Kuala Lumpur, 25.08.2014), en < URL: <http://www.thestar.com.my/News/Nation/2014/08/25/Anwar-Ill-be-around-for-appeal-against-sodomy-conviction/> > (accedida el 28.08.2014).

<sup>456</sup> BERTHELSEN, JOHN, "Who was Altantuyaa Shaaribuu", Hong Kong, sitio web de la consultora Asia Sentinel (05.12.2007), en < URL: [http://www.asiasentinel.com/index.php?option=com\\_content&task=view&id=916&Itemid=31](http://www.asiasentinel.com/index.php?option=com_content&task=view&id=916&Itemid=31) > (accedida el 28.08.2014).

<sup>457</sup> ANÓNIMO, "Altantuyaa in Paris" Hong Kong, *Asia Sentinel* (27.06.2012), en < URL: <http://www.asiasentinel.com/politics/Altantuyaa-in-paris/> y ANÓNIMO, "Police probe shows Altantuyaa was not in France", Petaling Jaya, *The Star Online* (27.06.2007), en < URL: <http://www.thestar.com.my/News/Nation/2012/06/27/Police-probe-shows-Altantuyaa-was-not-in-France/> > (accedidas el 1.08.2014).

<sup>458</sup> ANÓNIMO, "Prosecution setbacks in Mongolian murder case", Hong Kong, *Asia Sentinel* (13.07.2007), en < URL: [http://www.asiasentinel.com/index.php?option=com\\_content&task=view&id=577&Itemid=31](http://www.asiasentinel.com/index.php?option=com_content&task=view&id=577&Itemid=31) >, (accedido el 28.12.2014).

<sup>459</sup> ANÓNIMO "Wikileaks releases cables on Najib and Altantuyaa", Hong Kong, *Asia Sentinel* (17.05.2011), en < URL: <http://www.asiasentinel.com/politics/wikileaks-and-the-Altantuyaa/> > (accedida el 28.08.2011).

<sup>460</sup> Véanse notas anteriores del periódico *L'Express* en esta misma sección.

<sup>461</sup> WONG, JED, "Malaysian Najib ducks a court appearance", Hong Kong, *Asia Sentinel* (24.07.2008), en < URL: [http://www.asiasentinel.com/index.php?option=com\\_content&task=view&id=1344&Itemid=178](http://www.asiasentinel.com/index.php?option=com_content&task=view&id=1344&Itemid=178) >, (accedidos el 20.09.2014).

sido contratada por *Abdul* para apartar a Altantuya lo más lejos de su persona<sup>464</sup>. Al día siguiente y en una segunda confesión, el mismo *Bala* se retracta de la primera, saliendo rápidamente de Malasia (2012) con sus tres hijos, posiblemente temiendo por su vida y a la policía<sup>465</sup>, nada de extrañar dada la brutalidad e incompetencia probadas de la policía malasia, así como la percepción de impunidad ante abusos más que frecuentes<sup>466</sup>. *Bala* dice haber recibido dinero de una persona próxima al Gobierno por retractarse de su primera confesión<sup>467</sup>. Poco después de vuelta a Malasia en 2013<sup>468</sup>, *Bala*, quién habría declarado que la primera confesión fue la correcta y estaba haciendo campaña para que esta se revisara, fallece súbitamente, supuestamente de un ataque al corazón<sup>469</sup>, con sólo 43 años.

*Altantuya* habría sido asesinada con dos tiros en la cabeza y sus restos destruidos con explosivos militares para desfigurarle, y la *Corte Federal* (la más alta instancia del Sistema Judicial de Malasia) declaró culpables a dos militares malayos (musulmanes) de su asesinato: el Inspector *Jefe, Azilah Hadri* (32 años), y el cabo *Sirul Azhar* (36 años)<sup>470</sup><sup>471</sup>, quienes fueron condenados a muerte<sup>472</sup>: los militares habrían declarado haberse comunicado con *Altantuyaa* para que desistiera en montar escándalos a la puerta de *Abdul* y dicen haber sido utilizados como chivos expiatorios. *The Star* también puntualiza que estos dos miembros de las fuerzas del orden, miembros del Escuadrón de Acción Especial de la Policía de Malasia (según la *BBC*, la sección anti terrorista de la policía y según *Asia Sentinel* bajo control directo de *Najib*, como Ministro de Defensa, al cargo de la protección de políticos de alto nivel y guardaespaldas). Según *Asia Sentinel*, *Abdul* se habría comunicado con Musa Safri, ayuda de campo de *Najib*, para que se llevaran a *Altantuya* de la puerta de su casa<sup>473</sup>. Los juicios de estos militares denotan el estado penoso en el que se encuentra el Poder Judicial en Malasia: el primer tribunal les acusa del asesinato, la Corte de Apelación les exculpa y, finalmente, la Corte Federal les inculpa otra vez. Además, todavía no se han presentado cargos contra *Abdul* y *Najib*. Todo rastro de la entrada o salida de *Altantuyaa* en el Departamento de Emigración de Malasia habría sido borrado, y *Abdul* pasó sus días acabando

---

<sup>462</sup>HABIB, SHAHANAAZ, "Altantuyaa: Razak's PI makes shocking statutory declaration (Update)", *The Star* en línea (Kuala Lumpur, 03.07.2008), en el link (accedido el 28.08.2014), disponible en < URL: <http://www.thestar.com.my/story/?file=%2f2008%2f7%2f3%2fnation%2f20080703193519&sec=nation> >.

<sup>463</sup>HABIB, SHAHANAAZ, "Altantuyaa: Razak's PI makes shocking statutory declaration (Update)", *The Star* en línea (Kuala Lumpur, 03.07.2008), en el link (accedido el 28.08.2014), disponible en < URL: <http://www.thestar.com.my/story/?file=%2f2008%2f7%2f3%2fnation%2f20080703193519&sec=nation> >.

<sup>464</sup> Ibid., WONG, JED (20.09.2014).

<sup>465</sup> ANÓNIMO, "Disappearance of key witness compounds Malaysia murder intrigue", *New York Times*, edición en línea (Nueva York, 06.07.2008), disponible en < URL: <http://www.nytimes.com/2008/07/06/world/asia/06iht-malay.1.14267697.html> > (accedido el 28.08.2014).

<sup>466</sup> Op. cit, KUA KIA SOONG, 2009, pp. 71-80, y ANÓNIMO, "No Answers, No Apology" Police Abuses and Accountability in Malaysia", Nueva York, Informe de Human Rights Watch, 2007, 121 páginas, pp. XX, en < <http://www.hrw.org/reports/2014/04/01/no-answers-no-apology> >, (accedido el 31.08.2014).

<sup>467</sup> ANÓNIMO, "Deputy minister offered to 'settle' Bala case", en *Kini TV* (03.08.2012) (videos de la revista online Malaysiakini), en < URL: <http://www.youtube.com/watch?v=veeJvM9Wt0w> >, (accedido el 28.08.2014).

<sup>468</sup> ANÓNIMO, "Lawyer Sivarasa quizzed for nearly 4 hours", comunicado del Consejo de la Abogacía de Malasia (Malaysian Bar Association), en su sitio web (accedido el 28.08.2014), en < URL: [http://www.malaysianbar.org.my/bar\\_news/berita\\_badan\\_peguam/lawyer\\_sivarasa\\_quizzed\\_for\\_nearly\\_4\\_hours.html](http://www.malaysianbar.org.my/bar_news/berita_badan_peguam/lawyer_sivarasa_quizzed_for_nearly_4_hours.html) >.

<sup>469</sup> ZOLKEPLI, FARIK y CHIEW, STEVEN "PI Bala dies of heart attack", *The Star* (Kuala Lumpur, 15.03.2013), en < <http://www.thestar.com.my/story/?file=%2F2013%2F3%2F15%2Fnation%2F20130315152833&sec=nation> >

<sup>470</sup> ANÓNIMO, "Altantuyaa murder: It's death for Azilah and Sirul (Update2)", *The Star* (Kuala Lumpur, 09.04.09) available at: < URL: <http://thestar.com.my/news/story.asp?file=/2009/4/9/nation/20090409093431&sec=nation> >, (accedido el 28.08.2014).

<sup>471</sup> DUBUS, ARNALD, "The Altantuyaa Shaaribuu Case: How and why she was killed", *The Nation*, (Bangkok, 13.03.2009), disponible en < URL: [http://www.nationmultimedia.com/2009/03/13/opinion/opinion\\_30097810.php](http://www.nationmultimedia.com/2009/03/13/opinion/opinion_30097810.php) > (accedido el 26.08.2014).

<sup>472</sup> TARIQ, QUISHIN, "Federal Court finds former UTK duo guilty of Altantuyaa murder", *The Star* (Kuala Lumpur), 13.01.2015, en < URL: <http://www.thestar.com.my/News/Nation/2015/01/13/Federal-Court-Altantuyaa/> >.

<sup>473</sup> Véanse las notas anteriores de la consultora *Asia Sentinel* en este mismo epígrafe.



su doctorado en Seguridad en el Reino Unido (sólo tendría un Master a la hora de ser nombrado Director del MSRC).

¿Es Malasia un país sin dirección que no sabe si quiere volver al siglo XV, o instalarse con reticencias en la globalización del siglo XXI? ¿No sería Malasia un país en negación de los enormes problemas que causan las contradicciones que traen sus nuevas visiones islámicas, así como otras visiones asianistas conservadoras (chinas, indias), en la era de la globalización y el desarrollo tecnológico acelerados? La resurgencia del Islam desde los años 70 ha tenido un eco considerable en la mayoría malaya (musulmana) en Malasia, como refugio espiritual en tiempos de intensísimo cambio económico, social y cultural<sup>474</sup>: Malasia se ha vuelto más devota y más rica, pero también es posible una epidemia de santurronería y picaresca en torno a la identidad musulmana en un entorno de prosperidad material inusitada que trae la NEP/NDP. La islamización forzosa derivaría en justificación tanto de los "*privilegios especiales*" para con las AAPP como de la posición especial en el sistema político de los malayos (musulmanes), sacralizando la discriminación positiva a favor del malayo (musulmán). Como son los "*infieles*" (chinos e indios) los que controlan la mayor parte de la economía, los negocios y la alta cultura, diera la impresión de que estos fueran los que tendrían obligación de transferir recursos y subsidiar a los malayos (musulmanes) a través de la NEP. Por tanto, erradicar la NEP y los "*privilegios especiales*", resultaría cada vez más difícil. ¿Se habría "santificado" su legitimidad a favor del malayo (musulmán)? Ecos de la misma *Al Andalus* en el territorio de Hispania ganado a los visigodos, donde los no musulmanes (cristianos y judíos), pagaban impuestos por practicar su religión y estuvieron sujetos a grandes discriminaciones<sup>475</sup>. Víctimas de una injusticia con raíces en el colonialismo británico, la reacción de muchos malayos (musulmanes) pudiera ser no modificar el marco cultural sino re inventar tradiciones pre existentes o ficticias de formas más o menos convenientes al interés malayo (musulmán). Para Buruma<sup>476</sup>, los avances del Islam fundamentalista responderían más a la envidia que a valores religiosos: los malayos (musulmanes), careciendo de las grandes tradiciones culturales indias y chinas, serían vulnerables a la influencia de los valores islámicos sunitas (tradición *wahabi*) con origen en Arabia Saudí. Buruma también reflexiona sobre la pasividad de las élites en la asunción de valores y tradiciones verdaderamente extranjeros para las partidarios de las versiones más tolerantes del Islam en el Sudeste Asiático: la pasividad, tolerancia, naturaleza amable y cariñosa del malayo. El *hudud wahabita* (o *hadd*), código civil musulmán, sería tan extraño para muchas familias malayas de clase media urbana como lo sería en Luxemburgo; y el *tudong* (la prenda generalmente de plástico), no obligatorio, que cubre la cara y el cuello de muchas féminas malayas (musulmanas) al día de hoy, era una verdadera rareza hace veinte años.

---

<sup>474</sup> Op. cit., WATSON ANDAYA, 2001, pp. 331-333.

<sup>475</sup> Vease: WARRAQ, IBN, *Por qué no soy Musulmán* (traducción de Susana Rodríguez-Vida de *Why I am not a Muslim*, 1ª edición, Nueva York, EEUU, Prometheus Books, 1995, 402 páginas), Barcelona, Ediciones del Bronce, 2003, 2003, 357 páginas, pp. 227-265. PEREIRA, MARIA JESÚS, "Los diferentes grupos étnicos bajo el yugo musulmán nunca vivieron en armonía, una pretensión absurda: judíos y cristianos siempre habrían sufrido discriminaciones y abusos de parte de los musulmanes", entrevista a *Rafael Sánchez Saus*, *ABC* (Sevilla, 07.03.2016), en <URL: [http://sevilla.abc.es/sevilla/sevi-rafael-sanchez-saus-idealizado-al-andalus-pesar-humillacion-sufrieron-cristianos-201603071304\\_noticia.html](http://sevilla.abc.es/sevilla/sevi-rafael-sanchez-saus-idealizado-al-andalus-pesar-humillacion-sufrieron-cristianos-201603071304_noticia.html)>.

<sup>476</sup> Op. cit., BURUMA, IAN, 18.05.2009, p. 35.

Desde los años 80, Mahatir otorga una visibilidad y un rol fundamental al Islam a través de su Política de Islamización en todos los ámbitos: desde enormes inversiones para que los malayos (musulmanes) hicieran el "hajj", el *Peregrinaje a La Meca*, a competiciones de lectura de Corán o cursos de adaptación para conversos<sup>477</sup>. Mahatir llegó a declarar a Malasia como un *Estado Islámico*, lo que fue inmediatamente refutado por el difunto *Karpal Singh*, el líder histórico del DAP: por no estar recogido en la Constitución y ser Malasia un país gobernado por leyes seculares, en clara referencia a las minorías chinas e indias sujetos al Derecho Civil y Penal derivado de la *Common Law* británica (35-40% de la población), el grueso de los votantes de su partido<sup>478</sup>. El DAP siempre se habría opuesto tanto a la NEP, a la islamización y la marginación del idioma chino en pos del malayo<sup>479</sup>. Todo esto por oposición a los malayos (musulmanes), que estarían sujetos en materias de Derecho Civil a la *Sharia*, la ley musulmana y, en teoría, al *Código Penal* tradicional del Islam, el *hudud* (lo que no es cierto, la aplicación del mismo es flexible como el Islam del Sudeste Asiático<sup>480</sup>). Además, en Malasia no existe Libertad de Religión (que sólo es aplicable a los no islámicos), y el crimen de apostasía en el Islam (especialmente si supone conversión al cristianismo), es tomado con gran seriedad<sup>481</sup>: un musulmán no puede renegar de su religión y convertirse al cristianismo; el budismo, el hinduismo u otra religión<sup>482</sup>. Para empeorar las cosas, en 2007 el primer ministro malayo (musulmán), *Abdullah Badawi*, declaró que Malasia ya era un Estado Musulmán y el Juez Presidente *Ahmad Fairuz* habría dicho que era necesario infundir la jurisprudencia musulmana y la *Sharia* en el sistema legal malasio<sup>483</sup>. En su línea conservadora y autoritaria en pos de la NEP, Mahatir apoyó la "*Dakwah*" ("llamada"), un movimiento foráneo para inyectar una nueva religiosidad en todos los aspectos de la vida de la nación, con el objetivo inicial de "*mejorar*" (purificar) a los que ya eran islámicos, y no islamizar a las demás comunidades étnicas (35-40% de la población china e india, en contra de la *Dakwah*, como aquellos musulmanes moderados en la órbita del PKR). Sin embargo, aunque el objetivo inicial de la *Dakwah* fuera "*purificar*" atajar la corrupción; la pobreza, la educación y la promoción de la lengua malaya<sup>484</sup>, pronto se quiere extender el sometimiento al Islam y a sus principios estrictos a todos los grupos étnicos y sociales malasios: hasta la *Dakwah*, Malasia habría sido un país pacífico, bastante moderno, entre los países multiculturales con un gran componente islámico pero muy occidentalizado. Sentado esto, cada vez se sienten más intensamente los conflictos étnicos de baja intensidad en razón del proceso de islamización, que propugnan

---

<sup>477</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 1999, p. 85.

<sup>478</sup> THOMAS, TOMMY, "Is Malaysia an Islamic State?", Kuala Lumpur, en el sitio web del Consejo de la Abogacía de Malasia, 17.10.2005, en <URL: <http://www.malaysianbar.org.my/constitutional-law/is-malaysia-an-islamic-state.html>>, (accedido el 11.04.2013).

<sup>479</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 1999, p. 89.

<sup>480</sup> JOSEPH, A L R, "Jurisdictional conflict between Islamic law and Civil laws in Malaysia, A Review of the Judgement of the Federal Court in *Latifah Bte Mat Zin v Rosmawati Binti Sharibun I*", Kuala Lumpur, Consejo de la Abogacía de Malasia (Malaysian Bar) (06.08.2007), en (accedido el 03.10.2014) <URL: <http://www.malaysianbar.org.my/constitutional-law/jurisdictional-conflict-between-islamic-law-and-civil-laws-in-malaysia.html>>.

<sup>481</sup> Véase op. cit. KUA KIA SOONG, 2009, p.119: El caso de *M. Rebathi*, nacido de una familia musulmana fue criado por una familia hinduista como tal (como tantos indocumentados en Malasia): *Rebathi* fue procesado por la Corte Musulmana (Syariah Court) y condenado a 180 días a un campo de "rehabilitación". Otro caso de 2007 es el de *Lina Joy*, que intentó que quitaran la palabra "musulmán" de su documento nacional de identidad, al haberse convertido al cristianismo, condenada por la corte musulmana por haber albergado "*caprichos y fantasías*".

<sup>482</sup> KIRBY, MICHAEL, "Fundamental Rights and Religious Apostasy", transcripción de la conferencia del juez Michael Kirby, del Tribunal Supremo de Australia, en la Universidad de Queensland, Australia (16.11.2007), disponible en la página del Consejo Superior de la Abogacía de Malasia, el Malaysian Bar, en < URL: <http://www.malaysianbar.org.my/speeches/fundamental-human-rights-and-religious-apostasy.html> >, (accedida el 06.08.2014).

<sup>483</sup> Op. cit., KUA KIA SOONG, 2009, p. 119.

<sup>484</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 1999, p. 81.

un distanciamiento entre los malayos (musulmanes) y los demás grupos étnicos (chinos e indios)<sup>485486</sup>, y según bastantes, de Apartheid entre los dos grupos de etnias<sup>487</sup>: chinos y malayos ya no comen juntos<sup>488</sup>, por lo del cerdo y el alcohol, o quizá por no sentirse asociados los unos a los otros; muchas mujeres malasias jóvenes profesionales, chinas e indias, se alejan de los malayos (musulmanes). Es más que evidente, que las no islámicas no quieren tener nada que ver con las prohibiciones y constreñimientos islámicos a los que están sujetos los matrimonios malayos: en ausencia de Libertad de Religión para el musulmán malasio<sup>489</sup>, una vez convertidas al Islam no hay vuelta atrás, no se puede renegar de la religión islámica en Malasia, en caso de divorcio. Sin embargo, Malasia permite una vida "en paralelo" para el malayo (musulmán): cuando este se quiere alejar discretamente del entorno islámico y sus rigores (el ministerio en el que trabaja; la madraza, la mezquita o el restaurante al aire libre para malayos). Siempre tiene a mano el país alternativo, chindio (chino y/o indio), con sus impresionantes centros comerciales llenos de comercios de lujo occidentales, pases de modelos y su bares con alcohol en los que los musulmanes beben cerveza: la demanda de mayor libertad entre los jóvenes malayos (musulmanes) ante la modernización económica del país, es algo patente. Malasia ha dejado de ser un país tranquilo con instituciones y espacios sociales, más o menos laicos y tolerantes como en un pasado reciente, para estar sujeto a una fuerte industrialización y desarrollo económico con problemas étnicos, con espacios separados para las distintas etnias. Paralelamente, la aparición de amplias clases medias, urbanizadas, mayores niveles de educación y el rápido aumento de las comunicaciones (redes sociales; Internet, transporte internacional), acarrearían una demanda popular de sistemas políticos más abiertos y competitivos. Nelson se pregunta hasta qué punto, la ausencia de procesos de liberalización política se fuera a traducir en mayores disturbios y tensiones políticas y como estas fueran a afectar a la prima de riesgo, la inversión directa extranjera y la modernización económica<sup>490</sup>.

La tensión se podría percibir en el contencioso por el uso de la palabra "Allah", contra el Boletín de la Iglesia Católica de Malasia en 2007<sup>491</sup>: En Malasia si un cristiano utiliza la palabra "Allah" (Alá), corre peligro de represalias: el nombre del profeta de los islámicos sólo puede ser utilizado por estos en Malasia. Naciones Unidas denunció la amenaza de cierre de periódicos católicos en Malasia por escribir "Alá" en sus artículos, y solicita que el Gobierno de Malasia no restrinja su uso<sup>492</sup> (esto no es un problema en ningún país musulmán excepto para la mayoría musulmana de Malasia, donde puede haber represalias). Se llegaron a incautar 35000 biblias en el Puerto de Klang con destino a la Malasia Insular (donde existe una importante minoría cristiana), por contener la palabra "Alá" en su fraseado<sup>493</sup>. En 2010 se quemaron varias iglesias como consecuencia de una

---

<sup>485</sup> ANÓNIMO, "Malaysia at 50, Tall buildings, narrow minds", *The Economist* (Londres, 30.08.2007) en < URL: <http://www.economist.com/node/9724393>>, (accedido el 20.08.2014).

<sup>486</sup> Op. cit., HILL, HAL, 2012, p.41.

<sup>487</sup> Op. cit., BURUMA, IAN, 18.05.2009, p.35.

<sup>488</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, p. 81, 1999.

<sup>489</sup> Ibid, 1999, p. 110.

<sup>490</sup> Op. cit., NELSON, JOAN, 2012, pp. 44 y 49.

<sup>491</sup> Op. cit., BAKER, JIM, 2014, p. 395.

<sup>492</sup> ANÓNIMO, "UN rights experts urge Malaysia to reverse decision to restrict use of 'Allah' to Muslims", comunicado de NNUU en su página oficial, Nueva York, EEUU (25.11.13), disponible en < URL: <http://www.un.org/apps/news/story.asp?NewsID=46577#.Us-hOvmSxVI> >, (accedido el 24.0714).

<sup>493</sup> PASUNI, AFIF y LIOW, JOSEPH CHINYONG, "Sign of the Times: Election Fever, Recurring Themes, and Political Malaise", Singapur, Institute of South East Asian Studies, South East Asian Affairs, 2012, pp. 174-181, en Proquest <URL: <http://search.proquest.com.ezproxy.uned.es/docview/1239091394?accountid=14609> > (accedido el 27.08.2014, no existe referencia sobre mes o número).

polémica revitalizada regularmente por los extremistas islámicos<sup>494</sup>. También serían delicados los raids de la policía musulmana en clubs nocturnos para detener a musulmanes bebiendo alcohol<sup>495</sup> o las playas donde las musulmanas antes se ponían el bañador, y ahora se bañan vestidas (limitando las posibilidades de lo que habría sido una floreciente industria turística de playa en varios estados). Otro problema sería la política del UMNO (malayo (musulmán)) de derribar templos indios<sup>496</sup> por orden administrativa. En este sentido llama la atención el apresamiento de 400 miembros del HINDRAF<sup>497</sup> en 2007, el movimiento pro indio: el lumpen proletariado indio que ni cuenta con la "guanxi" de las comunidades chinas ni con la protección a los malayos al calor de la NEP/NDP, es el grupo con el que se esperan más tensiones (están excluidos de los programas para aliviar la pobreza), lo que multiplica las tasas de suicidio (mucho más altas que entre chinos y malayos), y parece estar detrás del alza en el gansterismo y el crimen organizado<sup>498</sup>. Esta situación sólo es un caldo de cultivo para los extremistas del HINDRAF.

Sin embargo, lo más visible son los accidentes en carreteras, que parece ser el espacio donde se dirimen tensiones étnicas y sociales: la conducción violenta y temeraria, especialmente la de los jóvenes, convierten a Malasia en uno de los países más peligrosos del mundo para circular, verdadero problema de Seguridad Nacional dado el alto número de muertos en accidentes de tráfico. Si en España y Francia morían 7 personas de cada 100000 en accidentes de tráfico, en Alemania serían 6 y en Malasia serían 30<sup>499</sup> (basándose en la estadística oficial). Las carreteras de Malasia son un circuito de carreras (como el *Circuito de Sepang*), un enorme "videojuego" donde durante 24 horas al día una persona se juega la vida para ir al supermercado, entre conductores infantilizados que se inventan miles de "carreras" que pretenden "ganar": no existe demasiada preocupación sobre el ocio y la cultura en Malasia, los jóvenes se aburren y con el petróleo a 50cms de euro el litro, resulta un pasatiempo barato y excitante. Ni la misma policía sabía conducir, si está controlando el tráfico es en un lugar estratégico para maximizar los pequeños sobornos (difícil encontrar a un policía en un atasco a hora punta), aunque la concentración de cientos de miles automóviles de lujo en unas carreteras novísimas, entre las mejores de Asia, sea espectacular. Aquí podría existir una oportunidad de Cooperación para España, en la formación de cuadros de la policía de tráfico malasia por la Guardia Civil, mejorando nuestra imagen-país.

Lo más triste, desde nuestro punto de vista es el estado de descuido y deterioro del interesantísimo Patrimonio Histórico colonial en las ciudades malasias *Patrimonio de la Humanidad*<sup>500</sup> del XVI al XX: (lo que representa una oportunidad para las empresas españolas de urbanismo, restauración y revitalización de centros

---

<sup>494</sup> ANÓNIMO, "Malaysian churches fire-bombed as 'Allah' row escalates". Londres, BBC (08.01.2010), disponible en <URL: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/asia-pacific/8447450.stm>>, (accedida el 01.08.2014).

<sup>495</sup> AAVV, *Malaysia, Singapore & Brunei* (guía de viaje Lonely Planet), al cuidado de Simon Richmond (HARPER, DANIEL, aparece como autor principal en algunas reseñas), Lonely Planet Publications, 2007, 660 págs., pp. 45-46.

<sup>496</sup> Op. cit., BURUMA, IAN, 18.05.2009, p. 36.

<sup>497</sup> Para mayor información sobre las actividades y comunicados de HINDRAF, véase su página Web, disponible en < URL: <http://www.hindraf.co/> >, (accedida el 17.03.2014).

<sup>498</sup> Op. cit., BAKER, JIM, 2014, pp. 371-372.

<sup>499</sup> MURAD, DINA, "Malaysia has 17th most dangerous roads in the world, according to Michigan university research", *The Star* (22.02.2014), en < URL: <http://www.thestar.com.my/News/Nation/2014/02/22/Nations-with-deadliest-roads-Malaysia-17th/> >, (accedido el 20.09.2014).

<sup>500</sup> Fuente: "State and Conservation: Melaka and George Town, Historic Cities of the Straits of Malacca", en la página Web de la UNESCO, 2009, <URL: [en unwhc.unesco.org/en/soc/757](http://en.unesco.org/en/soc/757) >: Informe sobre el estado de conservación de las ciudades Patrimonio de la Humanidad de Malasia en 2009. En el 2013 se afirma que los asuntos pendientes sobre construcción de hoteles ilegales en zonas Patrimonio se ha resuelto, y se insta a la producción de informes sobre el impacto de las nuevas construcciones en el Patrimonio: en nuestra última visita en 2015, en todo caso las cosas se habrían puesto peor.

históricos como *Malaca* o *Georgetown*<sup>501</sup> y la cooperación de la AECE, ya que aquí se está perdiendo un sector de actividad importantísimo: el turismo. El Gobierno malayo (musulmán) pareciera querer borrar cualquier trazo de la presencia portuguesa (el fuerte de *A Famosa* del siglo XVI<sup>502</sup>), holandesa, británica, china o india en la Malasia Peninsular y Penang (los edificios coloniales tb. fueron construidos por chinos e indios), para resaltar el dominio simbólico malayo (musulmán): "*Down with the old, up with the new*" ("Caiga lo viejo, arriba lo nuevo"), así desaparecerían cientos de ejemplos excepcionales de la arquitectura de fusión como las *China Houses* o edificios victorianos de gran valor artístico, en una profusión de desastres urbanísticos y construcciones disfuncionales, prueba de las peores connivencias de los políticos malayos con los especuladores chinos. Por ejemplo, el barrio chino de Malaca del siglo XVI: no importaría destrozar azulejos "*portugueses*" o decoraciones de la era *Qing*, lo importante es el "feng shui" de la nueva residencia para magnates chinos, una ceremonia carísima, nada científica. Aparece pues una plétora de enormes mezquitas y edificios suntuarios modernísimos, obras grandioso-faraónicas que recuerdan al Gótico por su profusión de construcciones religiosas (bibliotecas públicas, muy pocas, y el tipo de libros, censurado): desde las altísimas *Torres Gemelas* de Kuala Lumpur (452 m.) a la costosísima *Mezquita de Shah Alam*<sup>503</sup> (cúpula de 52m. con cuatro minaretes de 142m.), un enorme despilfarro de recursos en un país dónde mucha gente no sabe leer. Aunque existen buenos ejemplos de arquitectura moderna, sus estilos recuerdan a los decorados de las versiones cinematográficas de *Las mil y una noches*, interpretaciones sui géneris de la arquitectura de Oriente Medio dónde se graban clips de música pop *nasyid*, bastante alejados de la arquitectura tradicional del Sudeste Asiático, incluida la islámica: sus edificios islámicos de madera al estilo indonesio del siglo XVIII, su pagodas austeras<sup>504</sup> y elegantes, con mezclas de estilos portugueses; chinos y británicos, sin arcos de herradura o exageraciones geométricas cerámicas de ningún tipo del Oriente Medio, o los edificios malayos en madera, desaparecidos por impermanentes, con influencia indonesia (así como del estilo chino *Qing*), y construcciones en ladrillo de origen indio.

El UMNO malayo (musulmán) comprende que, desde Mahatir (1981)<sup>505</sup>, acercarse a su interpretación "*modernista*" del Islam, que en la opinión del clique de *Mahatir* y *Najib* es la más cercana al espíritu verdadero del mismo, significaba ganar los más votos malayos (islámicos) favorecidos por la pujante demografía malaya. Sin embargo, gracias a esta islamización y en el marco de deriva global hacia el fundamentalismo islámico inaugurado por la revolución chiita de Irán, el PAS fundamentalista tb. acentuó su discurso en pos del Estado Islámico en los Estados del Este peninsular, malayos (musulmanes): el PAS intentó aplicar, sin éxito, el "*hudud*" ("*hadd*"), el Código Penal tradicional islámico en *Kelantan* (1990) y *Terengganu* (2007), aplicado en los países

---

<sup>501</sup> ANÓNIMO, "Melaka and George Town, Historic Cities of the Straits of Malacca", Paris, en el listado las ciudades Patrimonio de la Humanidad de la página Web de la UNESCO, en <URL: <http://whc.unesco.org/en/list/1223>>, (accedido el 20.09.2014).

<sup>502</sup> Nota: La salida al mar de Malaca, fue cegada con tierras ganadas al mar, destrozando los jardines y vistas que pintaban los románticos, siendo rodeadas de restaurantes de comida rápida y centros comerciales. Malaca va camino de perder su estatus de ciudad Patrimonio de la Humanidad.

<sup>503</sup> ANÓNIMO, "Mezquita Azul" y "Mezquita de Putra", en la página Web "Visit Malaysia 2014", del Departamento de Turismo de Malasia, en <URL: <http://www.tourism.gov.my/es-es/es/places/states-of-malaysia/selangor/sultan-salahuddin-abdul-aziz-shah-mosque>>, y <URL: <http://www.tourism.gov.my/es-es/es/places/states-of-malaysia/putrajaya/putra-mosque>>, (accedidos el 20.09.2014).

<sup>504</sup> AAVV, *The Rough Guide to Malaysia, Singapore & Brunei*, 5ª edición al cuidado de De Ledesma, Charles, et al., Londres, Guías de Viaje Rough Guides, 2006, 824 páginas, pp. 374-375. Nos referimos a las mezquitas de Kampung Hulu y de Kampung Kling en Malaca.

<sup>505</sup> Op. cit., SARDESAI, 2010, p. 293.

wahabitas del Golfo<sup>506</sup>. En 2003, el Estado de Terengganu publicó en su Boletín Oficial los *Delitos Criminales de la Sharia*, que entre otras incluye como penas: de 80 latigazos en adelante (hasta 120), por consumir bebidas alcohólicas (*Syurb*); fornicación fuera del matrimonio y adulterio (*Zina*), 100 latigazos más un año en prisión por lo primero, y la lapidación lo segundo; amputaciones de brazos y pies por robo (*Hirabah*); crucifixión y muerte para los enemigos del Islam, y otras penas bastante crueles.<sup>507</sup> A esto el premier Badawi opuso su *Islam Hadhari* en 2004<sup>508</sup>, un Islam más "compasivo y tolerante", sin que quede muy claro a que se refiere Badawi y los moderados malayistas: una visión conveniente, coyuntural sin profundidad, que sirve para que el UMNO malayo (musulmán) recupere el voto perdido al PAS en las elecciones de 1999, con el que, desde 2004 el PKR de Anwar también parece haber aglutinado a los musulmanes "moderados". Sin embargo, el objetivo del Estado Musulmán del PAS en Malasia, sólo se habría post puesto<sup>509</sup>: no es de extrañar pues que el mismo ex primer ministro Mahatir, probablemente asustado ante el cariz de los acontecimientos del proceso de islamización que el mismo auspició, habría declarado recientemente (2012): "No hagamos del Islam la religión del "Estado policial"<sup>510</sup>. El islamismo que tan buenos réditos electorales dio al UMNO, parece haberse ido de las manos. Sin embargo y en su línea "modernizada", abierta la Caja de Pandora también le preocupa que los pantalones de las muchachas musulmanas "no sean muy estrechos", y no realcen sus curvas femeninas. La mojigatería misógina con la que habla el Doctor Mahatir en un país tan moderno y tan pragmático, contrasta con los gérmenes microscópicos tropicales que se reproducen como champiñones en las grandes ciudades malacias: las chicas jóvenes chinas o indias en pantalones cortos o minifaldas (con más o menos modestia, o ninguna, en general no les preocupa demasiado y/o no son conscientes), comparten los enormes espacios comerciales con musulmanas que van cubiertas de cabeza (*tudong*) a hombros y pies, a 40 grados de calor a la sombra y máxima humedad por presión del entorno islamista, con prendas plásticas o patentemente inadecuadas para soportar el calor tropical, asfixiante, de Malasia. Unas mujeres que en muchos casos no son "tan modestas" como Mahatir lo hubiera deseado: el islamismo es un impedimento para la educación sexual<sup>511</sup>, la tasa de SIDA doblaría a la de EEUU o el Reino Unido y existió un test de SIDA obligatorio para los malayos, anterior al matrimonio<sup>512</sup> (el auge de la prostitución es más que patente, en un país dónde era algo marginal hace menos de una década). El número de embarazos fuera del matrimonio, dado lo estricto de las leyes para musulmanas (las embarazadas son encarceladas en centros especiales<sup>513</sup>) es un grave problema: para recoger a los cientos de criaturas abandonadas

---

<sup>506</sup> Ibid., SARDESAI, 2010, p. 293.

<sup>507</sup> Fuente: *Promulgación n.º 4 de 2002. Delitos Criminales de la Sharia (Hudud (Hadd y Qisas): Ley promulgada por el Estado de Terengganu* (ref 1423H/2002M); fecha de consentimiento real: 02.09.2002; fecha de publicación en el Boletín Oficial del Estado de 25.09.2003 y con fecha de entrada en funcionamiento: 27.10.2003 (referencia "Tr.P.U.10/2003"). Disponible en *Eshariah*, sitio web del Departamento Judicial de la *Shariah* del Gobierno de Malasia, en < URL: [http://www2.esyariah.gov.my/esyariah/mal/portalv1/enakmen2011/Eng\\_enactment\\_Ori\\_lib.nsf/f831ccddd195843f48256fc600141e84/eb184e29f5fa06884825765f00040fc0?OpenDocument](http://www2.esyariah.gov.my/esyariah/mal/portalv1/enakmen2011/Eng_enactment_Ori_lib.nsf/f831ccddd195843f48256fc600141e84/eb184e29f5fa06884825765f00040fc0?OpenDocument) >, (accedida el 21.10.2014).

<sup>508</sup> Op. cit., KHADIJAH MD KHALID, 2007, pp. 142. 150-153.

<sup>509</sup> Op. cit., WATSON ANDAYA, 2001, pp. 209-210.

<sup>510</sup> SHANIN, SHEIN, "Tun Dr Mahathir: Let's not make Islam the religion of the "Police State"", Kuala Lumpur, en la página Web de la cadena de TV Astro, *Astro Awani* (28.01.14), disponible en (accedido el 06.08.2014) < URL: <http://english.astroawani.com/news/show/tun-dr-mahathir-lets-not-make-islam-the-religion-of-the-police-state-29071?> >.

<sup>511</sup> Fuente: "Malaysia: Move to outlaw human rights groups is an assault on freedom", comunicado de prensa de Amnistía Internacional, Londres (08.01.2014), en <URL: <http://www.amnesty.org/en/for-media/press-releases/malaysia-move-outlaw-human-rights-groups-assault-freedom-2014-01-08>>, (accedido el 06.08.2014).

<sup>512</sup> AAVV, "Malaysia, Political and Security Outlook, 2009", al cuidado de Andrew Barber, Kuala Lumpur, Andrew Barber Consulting (su propia consultora sobre temas de riesgo político y económico en Malasia), 5 págs., p 4.

<sup>513</sup> ANÓNIMO, "MALAYSIA, "Human Rights Undermined: Restrictive Laws in a Parliamentary Democracy", Londres, Informe de Amnistía Internacional sobre Derechos Humanos en Malasia, 1999, 92 páginas (ref. ASA, 28/06/99), pp. 38-39, disponible en: <URL: <http://www.amnesty.org>> (accedido el 30.08.2014). En el caso de *Lim Guan Eng* (principal líder de

al nacer por sus madres, aparecen los "hatches"<sup>514</sup>, estos son unos hospicios donde se mete a un niño en una caja (como un montacargas con salida a la calle), donde la madre deja al hijo que pasa a ser huérfano (algunas incluso dejan una carta, diciendo que volverán a por él niño y le dan nombre). Si estos no existieran, es probable que muchos de estos niños acabaran muertos, por abandono. En este sentido, con la ilegalización de COMANGO, asociación de ONGs se le asestó un golpe bastante duro a los Derechos Humanos en Malasia, prueba de la ambivalencia del Gobierno de Najib Tun Razak a este respecto, cuyo Gobierno es cada vez más autoritario<sup>515</sup>. Las mujeres chinas e indias, profesionales bien preparadas, sujetas a la Common Law británica, gozan de bastante más libertad que las malayas (musulmanas): un estatus más parecido al de las mujeres de Occidente, pero existen alegaciones constantes de discriminación de las mujeres en todas las esferas de la vida pública, violencia para con las mujeres y trata de blancas. Aunque sus Derechos Humanos fueran más respetados que en otros países musulmanes, Helen Ting expone el rol subsidiario de las mujeres malayas (musulmanas) en política, poniendo por ejemplo los casos de *Rafidah Abdul Aziz* o *Azalina Said*, entre muchas otras, eclipsadas por las figuras más importantes de su partido, el UMNO malayo (musulmán), al que tacha de patriarcal. La islamización habría ido en contra de los intereses de una generación de malayas de las nuevas clases medias (musulmanas) bien preparadas en el entorno de intenso desarrollo económico<sup>516</sup>. Sin embargo, las mujeres llegaron a ocupar puestos de importancia en los gobierno del UMNO y, entre las iniciativas gubernamentales para mejorar la posición de la mujer musulmana, están la *Ley de Violencia Doméstica*<sup>517</sup> y la restricción del derecho a la poligamia<sup>518</sup>.

Según Gomez<sup>519</sup>, el PAS quiere: "*El establecimiento de un Estado Islámico, de acuerdo al partido, traerá una regeneración espiritual y llevará al desarrollo de una sociedad más justa; democrática; con principios y socialmente consciente, desprovista de legislación represiva y de actividades económicas insalubres, como el juego*". Además de que este pronunciamiento destile una actitud posiblemente racista, orientada al público chino (¿cómo se sentirían muchos chinos malayos si les privaran de sus pasatiempos favoritos: el juego y la cerveza?), ¿para estos propósitos quiere aplicar el Hudud (Hadd), el código penal tradicional musulmán y sus terribles castigos corporales; ejecuciones, lapidaciones y crucifixiones? Es difícil imaginar a que "Democracia" se refiere el PAS. El Gobierno Federal del UMNO condenó repetidamente al PAS, para tranquilizar a las minorías china e india: el derecho a practicar sus religiones iba a ser respetado con todas garantías (chinas, cristianas e hinduistas), ya que pronunciar la palabra *hudud* horroriza a chinos, indios y occidentales. Sentado esto, en el Estado de Terengganu parecen contentos con la promesa del PAS de que la

---

la oposición del DAP chino (que fué encarcelado por razones políticas, como su padre *Lim Kit Siang*), en el que *Abdul Rahim Tamby Chik* (del UMNO malayo) fue acusado de mantener relaciones sexuales con una menor, la chica acabó en un centro de rehabilitación de "*muchachas rebeldes*": este caso explica las restricciones sobre las mujeres malayas.

<sup>514</sup> PAK, JENNIFER, "Malaysia opens "hatch" for abandoned babies", Kuala Lumpur, en el sitio web de la BBC (08.09.2010), en <URL: <http://www.bbc.co.uk/news/world-asia-pacific-11214652>>, (accedido el 01.03.2013).

<sup>515</sup> KURLANTZICK, JOSHUA, Tokio, en el portal *The Diplomat*, 25.10.2014, en (accedido el 08.6.2015) <URL: <http://thediplomat.com/2014/10/malaysias-growing-climate-of-repression-gets-ignored/>>.

<sup>516</sup>TING, HELEN, "Gender Discourse in Malay Politics", en AAVV, *Politics in Malaysia, The Malay Dimension*, 1ª edición al cargo de Edmund Terrence GÓMEZ, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, 2007, 170 páginas. pp. 96-99. La doctora Ting es especialista en estudios del Sudeste Asiático en la Universiti Kebangsaan Malaysia.

<sup>517</sup> Fuente: "Domestic Violence Act, 1994" (Ley de la Violencia Doméstica), disponible en el sitio web de la Organización Mundial del Trabajo, en Natlex, la base de datos sobre temas legales de la OMT (accedida el 26.07.14).

<sup>518</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 1999, p. 117.

<sup>519</sup> Op. cit. GÓMEZ, EDMUND TERENCE, 2007, p. 7.

Espada de Damocles del *hudud* no les sería aplicable si se entrara en vigencia para los malayos<sup>520</sup> ¿Confían los chinos e indios del DAP en el PAS y el UMNO? ¿Será esta una expresión del nihilismo materialista que se deja sentir en los centros urbanos y de enorme insolidaridad interétnica? La impotencia, la multiplicidad de discriminaciones y obstáculos que supone la NEP pro malayos (musulmanes) para chinos e indios, determina culturas altamente materialistas y consumistas, en una prosperidad inusitada: la única forma de sobrevivir es a través de una búsqueda de dinero y reconocimiento social a toda costa. Nacer chino o indio y pobre en Malasia no es ni mucho menos recomendable. El "si no os gusta, os podéis ir", en un entorno que imposibilita todo tipo de crítica al status quo, no parece ser la política más adecuada para integrar a las minorías, y menos dadas las diferencias religiosas (el problema es que ya llevan casi 300 años en Malasia, las minorías han construido el país). Muchos chinos conceden que mientras se respeten sus derechos de acuerdo a la Common Law, su Libertad de Religión de la que carecen los malayos (musulmanes) y se toleren cierto tipo de conductas y hábitos culturales en una existencia separada de las demás comunidades (alcohol; juego; alimentación; prostitución, clanes y celebraciones), no les parece importar demasiado el destino de malayos (musulmanes) e indios. Todo esto en ese segundo "país", exclusivamente chino paralelo, dentro de la misma Malasia que se cierra cada vez más en sí mismo y frente al mundo malayo, como lo hace Singapur<sup>521</sup>: la desconfianza general de los empresarios chinos para con los malayos, "*alimentados con cucharilla*" de la NEP, también tiene tintes racistas<sup>522</sup>, aunque el desconocimiento de las difíciles lenguas chinas entre los malayos (mandarín; cantonés, hokkien, hakka y teo cheow), significa una verdadera "barrera natural" a la preeminencia de los chinos en sus propios negocios y el mercado laboral para ocupaciones bien remuneradas en general<sup>523</sup>. La estrategia de las comunidades chinas e indias ante su peso demográfico menguante y el ascenso de los malayos, fue la emigración hacia la RP China y los países de la Commonwealth, que se acelera con el proceso de islamización y se acentúa con las crisis económicas periódicas desde los 80 (una gran oportunidad para España como destino). Por el contrario, si tradicionalmente era la Diáspora China la que invertía en la RP China de Deng Xiao Ping, ahora es la RP China quién invierte en Malasia y Singapur, re afirmando y redefiniendo la identidad de los chinos ante el ascenso económico del Imperio Medio: verdadera competencia a las empresas españolas de infraestructuras, como se puede comprobar en los enormes puentes de Penang<sup>524</sup>.

¿Cómo se afrontan las tensiones propias del islamismo en Malasia en el alto nivel político? La postura de *Najib Tun Razak*, primer ministro de Malasia desde 2009 no es precisa. *Najib* nunca habría rechazado el *Hudud (Hadd)*<sup>525</sup>, simplemente existirían dificultades para aplicarlo: "*Hay una gran diferencia entre rechazar la Ley y no aplicarla por las carencias y dificultades de la Ley*". *Najib* también habría dicho que la Ley debe ser estudiada concienzudamente, de modo que las comunidades musulmanas y no musulmanas estén "*listas*"

---

<sup>520</sup>FERNANDEZ, NORMAN, "No Hudud for non-Muslims: Remember Terengganu?", Kuala Lumpur, *Malaysiakini* (03.10.2011), disponible en <URL: <http://www.malaysiakini.com/letters/177602>>, (accedido el 04.0.2014).

<sup>521</sup>ZUBAIDAH RAHIM, LILY, *The Singapore Dilemma: The Political And Educational Marginality Of The Malay Community*, 1ª edición, Shah Alam, Selangor Darul Ehsan, Malasia, 1998, 302 páginas, p. 77.

<sup>522</sup>Op. cit., BURUMA, IAN, 18.05.2009, p. 35.

<sup>523</sup>Véanse las secciones de empleo cualificado de los dos portales más importantes de Malasia: *Jobstreet* y *Jobscentral*, en <URL: [www.jobstreet.com.my](http://www.jobstreet.com.my)> y <URL: [www.jobscentral.com.my](http://www.jobscentral.com.my)>. Hasta las dependientas de determinados comercios necesitan hablar, al menos, varios dialectos chinos, malayo e inglés.

<sup>524</sup>PAK, JENNIFER, "Will China's rise shape Malaysian Chinese community?", Penang, Malasia, *BBC News* (30.12.2011), en <URL: <http://www.bbc.com/news/world-asia-16284388>>, (accedido el 20.09.2014).

<sup>525</sup>CHUA, KIATISAK, "Government never rejected Hudud, says Najib", *The Star* (Kuala Lumpur, 24.04.2014), en <URL: <http://www.thestar.com.my/News/Nation/2014/04/24/Government-never-rejected-Hudud-says-Najib/>>, (accedidos el 20.09.14).



("ready", en el sentido de "preparadas", sin saber a que "preparación" se refieren) para su aplicación. Está claro que esta es una solución de compromiso para concitar el voto rural (malayo): El Gobierno ni se atreve a aplicar la *sharia*, puesto que la mayor parte de los malasio (chinos, malayos e indios), parecen creer que "*Malasia no está lista para aplicar el Hudud*"<sup>526</sup>. En encuestas: el 58% de los malayos, el 59% de los chinos y el 61% de los indios. Sin embargo, el 53% estaría a favor del *Hudud*, sólo el 3% en contra, y los demás votos, abstención (chinos e indios, la mayor parte). Así los malayos (musulmanes), respetarían el rol central de la religión musulmana, en el espíritu de la *Ley de Sedición*<sup>527</sup>, sin sufrir sus peores efectos. Sin embargo<sup>528</sup>, en un estudio de la *Universidad de Malaya* de la opinión malaya (musulmana) en 2007, el 77.3% habría querido leyes más estrictas en el espíritu de la *Sharia*, el 67% querría la aplicación del *hudud* (lo que incluye los castigos corporales practicados en Arabia Saudí al día de hoy), y el 70% habría dicho que ser un buen musulmán es más importante que ser un buen malasio. Ante esta postura, es más diplomático que chinos e indios "*no estén listos*" para el *Hudud (Hadd)*, sus latigazos y amputaciones de miembros, en lugar de enfrentarse a su aplicación, directamente; los malayos quedarían bien en público, como buenos musulmanes a los que no se aplica el rigor del Islam fundamentalista, no hay otra opción según sus creencias, es imposible oponerse al Islam.

¿Cuál es la alternativa al conservadurismo del UMNO y el PAS en materias islámicas? ¿Cómo entiende Anwar ese *Islam Khadari* tolerante y compasivo, posible tercera vía entre ese mundo occidental, esa *cultura amarilla* que tanto detestan los conservadores malasio, y la interpretación fundamentalista del Islam del PAS? Desde muy pronto, se manifiesta el idealismo de Anwar (líder de la oposición, la *Pakatan Rakyat*), y su interés en las culturas alternativas al Islam (hinduista; chinas, del Sudeste Asiático), su defensa de los derechos de los pobres y oprimidos, y su visión del Islam como elemento aglutinador e igualitario<sup>529</sup>. Anwar no escondería su simpatía por Turquía e Indonesia (cada vez más fundamentalistas<sup>530531</sup> en el marco de del avance de la *jihad* en el siglo XXI). Una visión quizá nostálgica de aquellas democracias que en los años 50 no habrían estado: "*ni eclipsadas por el secularismo, ni por el autoritarismo*". Según la biografía de Allers, Anwar habría dicho<sup>532</sup>:

<sup>526</sup> BROWN, VICTORIA "Malaysians not ready for Hudud, says Merdeka Center survey", en *The Star*, y ANÓNIMO, "Malaysians not ready for Hudud, survey finds", Kuala Lumpur, en el sitio web *The Malaysian Insider* (Kuala Lumpur, 16.07.14), disponibles en <URL: <http://www.thestar.com.my/News/Nation/2014/07/16/Hudud-Merdeka-Center/>>, y < URL: <http://www.themalaysianinsider.com/malaysia/article/malaysians-not-ready-for-Hudud-survey-finds>> (accedidos el 01.08.2014). ZAMAN, DINA "I don't mind, but they are not mine!", *Malay Mail* (Kuala Lumpur, 23.01.2015). <URL: <http://www.themalaymailonline.com/opinion/dina-zaman/article/i-dont-mind-but-they-are-not-mine>>, (accedido el 07.10.2015).

<sup>527</sup> Fuente: "Sedition Act, 1948" (Ley de Sedición), disponible en la página Web del Gobierno de Malasia, en <URL: <http://www.agc.gov.my/>>, (accedida el 21.09.2014).

<sup>528</sup> Op. cit., BAKER, JIM, 2014, p. 378.

<sup>529</sup> Op. cit. MAUZY y MILNE, 1999, p. 145.

<sup>530</sup> FISK, ROBERT, "Has Recep Tayyip Erdogan gone from model Middle East 'strongman' to tin-pot dictator? Once a cuddly ally of Barack Obama, the Turkish Prime Minister has shown himself to be increasingly authoritarian", *The Independent* (Londres, 10.04.2014), en <URL: <http://www.independent.co.uk/voices/comment/has-recep-tayyip-erdogan-gone-from-model-middle-east-strongman-to-tinpot-dictator-9252366.html>>, (accedidos el 21.09.2014). El famoso Fisk es el autor de *The Great War for Civilisation: The Conquest of the Middle East*, Londres, Harper Collins, 2005, 1283 páginas

<sup>531</sup> HAMAYOTSU, KIKUE, "Conservative Turn? Religion, State and Conflict in Indonesia", *Pacific Affairs*, vol. 87, no. 4, diciembre de 2014, en <URL: <http://www.niu.edu/polisci/faculty/pdf/Religion-State-and-Conflict-in-Indonesia-15-Hamayotsu.pdf>>.

<sup>532</sup> ALLERS, CHARLES, *Anwar Ibrahim, Evolution of a Muslim Democrat*, 2ª edición (aparece en una 1ª edición como "*The Evolution of a Muslim Democrat: The Life of Malaysia's Anwar Ibrahim*", Nueva York, Peter Lang Publishing, 2013), Singapur, Monsoon Books Pte Ltd, 2014, 335 páginas, pp. 227-244 (el texto íntegro está en pp. 227-229). Anwar repite exactamente lo mismo en diferentes conferencias en diferentes universidades internacionales.

*"La preservación de la religión; la vida; el intelecto, familia y la riqueza... La libertad de conciencia; la libertad de expresión; la santidad de la vida y la propiedad y la protección de la dignidad humana (de hombres y mujeres). Sin eso no hay Sharia".*

Sin embargo, Anwar, como activista musulmán moderado en las juventudes islámicas del *ABIM*, habría propugnado el Estado Islámico, y en su pasado político como ex vice ministro de Malasia Anwar fue utilizado por el UMNO para atraer a musulmanes moderados e intelectuales a la órbita del UMNO malayo (musulmán), lo que siembra dudas tras su liberación en 2008 sobre sus nuevas credenciales supuestamente "humanistas" Anwar fue la mano de derecha de Mahatir (quién ulteriormente propugnó su encarcelación), participando en todos los proyectos de islamización, desde el *Bank Islam*, o la *Universidad Islámica*, hasta el "*hospital islámico*", donde las mujeres sólo pudieran ser atendidas por doctores mujeres. También se duda de su reciente interés en suprimir la NEP (2009), puesto que como Vice Ministro también fue un ardiente defensor de la discriminación positiva pro malayos (musulmanes). En suma, si bien Anwar, coincide con Mahatir y Najib en su voluntad de pararle los pies al PAS, fundamentalista, y su *hudud*, no se sabe cuál fuera a ser su postura en términos de la NEP, los Derechos Humanos y el Islam, si la coalición que lidera, la *Pakatan Rakyat*, llegara al poder<sup>533</sup>. De cualquier modo, y con relación a los artículos del Código Penal en su sección 377a<sup>534</sup> que prohíben terminantemente prácticas como el sexo contra natura o la felatio en Malasia, un portavoz del PKR de Anwar, el parlamentario *Zulfkifi Noordin*, habría dicho<sup>535</sup> que esta ley no se debe de suprimir por ser consistente con los valores islámicos: "*En la civilización humana se ha tratado a la sodomía como un pecado (durante miles de años), de modo que debe de haber una razón por la que esto es así*". Además, Noordin habría dicho: "*Está escrito allí, en la Biblia; está escrito allí, en el Viejo Testamento, está escrito allí, en el Corán. Luego creo que, para estar seguros, deberíamos simplemente seguir la ley de Dios*". Estas son las leyes utilizadas el UMNO malayo (musulmán), para demandar y encarcelar al mismo Anwar Ibrahim en 2015: el principal líder de la oposición malasia está en prisión a la hora de escribir estas líneas, y sorprendentemente declara apoyar al mismo ex mismo Mahatir (2016), que le puso en la cárcel, contra la corrupción rampante en torno al Primer Ministro Najib Tun Razak<sup>536</sup>.

Finalmente, con la islamización y la fuga de cerebros que trae la NEP, la escasa vida cultural de Kuala Lumpur pierde su cosmopolitismo de otrora, la caída del nivel de la élite intelectual es patente y la población malasia se mueve entre la censura y la autocensura: el Gobierno de Malasia llega a extremos absurdos con relación a lo que llega a prohibirle a los malayos (musulmanes), como sea vetar los concursos de belleza y culturismo<sup>537538539</sup>, y lo que ralla el patetismo es la *fatwa* reciente de los clérigos malasios que prohíben el yoga

---

<sup>533</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 1999, pp. 85-86.

<sup>534</sup> Fuente: Código Penal de Malasia (2006), texto íntegro disponible en la página Web del Gobierno de Malasia < URL: <http://www.agc.gov.my/Akta/Vol.%2012/Act%20574.pdf> >, (accedido el 21.09.2014).

<sup>535</sup> BROWNELL, CLAIRE, "Rethinking Malaysia's Sodomy Laws", disponible como artículo de prensa el sitio web del Consejo de la Abogacía de Malasia, (accedido el 25.02.2011), en < URL: [http://www.malaysianbar.org.my/general\\_opinions/comments/rethinking\\_malaysias\\_sodomy\\_laws.html](http://www.malaysianbar.org.my/general_opinions/comments/rethinking_malaysias_sodomy_laws.html) >.

<sup>536</sup> ANÓNIMO, "Jailed Anwar backs old foe Mahathir to bring down Malaysian PM", en el sitio web de la agencia de noticias Reuters, 04.03.2016, en < URL: <http://in.reuters.com/article/malaysia-politics-idINKCN0W60C1> > (accedido el 05.04.2016).

<sup>537</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 1999, p. 88.

<sup>538</sup> AZRUL MOHAMED KHALIB, "Beauty is in the eyes of the beholder", Blog *Malaysia Today* (02.08.2013), en < URL: <http://www.malaysia-today.net/beauty-is-in-the-eye-of-the-beholder/> >.

en Malasia, actividad que lleva practicándose más de mil años en la zona, por que fuere a "*corromper a los musulmanes*"<sup>540</sup>. Los jóvenes malayos quieren participar de la modernidad superficial de Malasia, pero en términos islámicamente aceptables: los grupos jóvenes de música pop *nasyid* con vestidos inspirados en el *Oriente Medio*, cubiertas, no se les ve a las chicas ni el talón, en clips rodados con fondo de desierto saudita, "oriental", mientras que los chicos indios o chinos escuchan la música occidental de última moda en las cadenas australianas (MTV) o van a discotecas muy parecidas a las británicas (nadie se imagina a un chino joven disfrazado de sultán oriental, en todo caso en fiesta de disfraces). La misma hija de Anwar Ibrahim, que por modestia musulmana habría aceptado llevar el tudong, reconoce que estudiando en la Universidad John Hopkings de los EEUU, no podía ir a las discotecas "*y ese tipo de cosas*"<sup>541</sup>, porque otros estudiantes se sentían incómodos ante la presencia de una mujer con el *tudong* o el velo islámico puesto. Sentado esto, bastantes actitudes y prohibiciones, por absurdas o contradictorias, estarían hechas para romperse (¿por falta de convencimiento o por necesidad?). Ponemos un ejemplo de la política gubernamental de destrucción de templos hinduistas en Malasia: las autoridades (malayas) habrían llegado a autorizar una manifestación con participantes malayos (musulmanes) portando la cabeza de una vaca recién sacrificada (animal sagrado para los indios), junto a un templo indio en un barrio mayoritariamente musulmán (2009). Si bien el gobierno inicialmente autorizó la manifestación, cambió de opinión en el transcurso de la misma, aplicando la *Ley de Sedición* y encarcelando a los manifestantes<sup>542</sup>. Otro caso parecido es el de la modelo *Kartika Sari Dewi Sukharno*, de vacaciones, quien fue condenada a la flagelación (con caña de ratán) por ser musulmana y consumir alcohol en un hotel en el Estado Malayo de Pahang en Malasia (2009). Bajo la presión de organizaciones de Derechos Humanos a escala internacional, las autoridades malasias decidieron conmutarle la pena a *Kartika* en 2010<sup>543</sup>. Aquí como en una variedad de situaciones, la impresión es la de un país confuso (divagación, duda y falta de dirección), o de un país al que sus líderes religiosos y políticos quisieran mover en una dirección, pero el pragmatismo lo moviera en otra muy distinta: el Gobierno autoriza manifestaciones en pos del Islam, que considera religión nacional, pero cuando los extremistas islámicos se vuelven violentos, se echa para atrás y les paraliza para mantener la "armonía" asianista; se autorizan crueles castigos corporales, pero luego se anulan, posiblemente pensando en las consecuencias para la imagen del país.

---

<sup>539</sup> ZADA, KARL, "4 Muslims are forced to withdraw Miss World Malaysia 2013", en el blog *Beauty in Pageants*, (20.07.2013), en <URL: <http://beautyinpageants.blogspot.com/p/contact-us.html>>, (accedidos el 20.09.2014), y BROWN, VICTORIA, "The girls behind the Miss Malaysia World controversy", Petaling Jaya, *The Star* (25.07.2013), en <URL: <http://www.thestar.com.my/News/Nation/2013/07/25/Miss-world-malaysia-profile/>>, (accedido el 15.09.2014).

<sup>540</sup> BRANT, ROBIN, "Malaysia clerics issue yoga fatwa", Kuala Lumpur, en el sitio de la BBC World (22.10.2008), en <URL: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/asia-pacific/7743312.stm>>, (accedido el 20.10.2014).

<sup>541</sup> Op. cit., BURUMA, IAN, 18.05.2009, p. 35.

<sup>542</sup> Op. cit., KUA KIA SOONG, 2009, pp. 122-124 y p.126.

<sup>543</sup> ASSOCIATED PRESS, "Malaysia spares woman from caning for drinking beer", Londres, *The Guardian* (01.04.2010), disponible en <URL: <http://www.theguardian.com/world/2010/apr/01/malaysia-commutes-caning-sentence>>, (accedido el 08.08.2014). AHMAD, RAZAK, "Women wants public caning for drinking in public", Singai Siput, Malasia, Agencia Reuters, (21.08.2009) <URL: <http://www.reuters.com/article/2009/08/21/us-malaysia-caning-interview-idUUSTRE57K1BY20090821>> (accedido el 09.09.2009).

## 2.5 El sector exterior y el éxito en política económica de Malasia

Malasia y Singapur habrían recibido de los británicos una economía bien gestionada, una Justicia y unas AAPP adecuadas<sup>544</sup>. De 1957 a 2014, Malasia crece un 800% y pasa de economía de baja renta a economía de renta media: las tasas de crecimiento del PIB son altísimas, sobre el 8% hasta 1997. Este gran éxito responde el fomento de la IDE en sectores orientados a la exportación, por lo que Malasia es muy vulnerable al ciclo económico y las importaciones de las economías más desarrolladas. Para Ariff<sup>545</sup> (2010), los fundamentos macroeconómicos en la Tabla 6 son bastante buenos y las perspectivas en el medio y largo serían buenas (confirmadas en 2015): las reservas de divisas de Malasia casi triplicarían a las de España en 2010<sup>546</sup>. Lejos de los 3.9 billones de la RP China, Malasia superó con creces al Imperio Medio en reservas per cápita. La política económica de Malasia hasta 2012 parece gestionada por buenos tecnócratas y el balance de la misma resulta bastante positivo en el entorno de países en desarrollo. El mercado interno de Malasia es pequeño, luego Ariff cree que la próxima fase en la economía Malasia pasa por la liberalización, introduciendo mayores grados de competencia y competitividad en los sectores protegidos de servicios de futuro (menos liberalizados que los de bienes), y profundizar en la alta internacionalización de la economía: el sector exterior supone el 132% del PIB<sup>547</sup>, y el de Malasia en per cápita en poder adquisitivo serían 25638 dólares para una población de menos de 30 millones de personas<sup>548</sup>.

Tabla 6  
Indicadores macroeconómicos seleccionados de Malasia, en porcentajes y millones de dólares

	Inflación (IPC)	Reservas	Crecimiento PIB	Superávit Balanza de Pagos <sup>549</sup>
<b>2010</b>	1.7%	134.853	7.4%	25,643
<b>2011</b>	3,2%	133.571	5.3%	32.491
<b>2012</b>	1.7%	139.730	5,5%	16.315
<b>2013</b>	2.1%	133.853	4.7%	11.205
<b>2014</b>	3.1%	115,958	6.0%	14.471

Fuente: Estadísticas del Banco Mundial, 2015

El gran sector exterior habría servido de contrapeso a la protección de los mercados nacionales: las crisis económicas periódicas determinadas por las por shocks externos habrían sido una "*bendición*", acelerando la reestructuración de la economía y las reformas económicas. Ariff también reflexiona sobre lo importante de la política social, en forma de estabilizadores automáticos ante las crisis periódicas, inexistentes en Malasia en un entorno de gran desigualdad social<sup>550</sup>, escandalosa: Malasia habría apelado a la contención de salarios y sindicatos para mantener su competitividad vía precios, así por la inmigración masiva de trabajadores de países

<sup>544</sup> Op. cit., HILL, HAL, 2012, p.1.

<sup>545</sup> ARIFF, MOHAMED, "Preface, Development strategy under scrutiny", en AAVV, *Malaysia's Development Challenges: Graduating from the middle*, 1ª edición al cuidado de Hal Hill et al., Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, 2012, 348 páginas, pp xvii-xxiii. Emérito de la Universidad de Malaya, es Miembro Distinguido del Instituto Malasio de Investigación Económica de Kuala Lumpur.

<sup>546</sup> Fuente: Banco de España, 2010.

<sup>547</sup> Fuente: Banco Mundial, 2015

<sup>548</sup> Fuente: Banco Mundial, 2013.

<sup>549</sup> Nota: Nos referimos a la Balanza de Pagos por Cuenta Corriente, que incluye bienes, servicios e intereses

<sup>550</sup> Op. cit., STUDWELL, JOE, 2007, p. 93.

circundantes pobres<sup>551552</sup> (el 25% de la fuerza de trabajo), ante el decrecimiento de las altas tasas de crecimiento de la población<sup>553</sup>. Además, los sueldos serían bajos: un buen sueldo serían unos 500 Euros, lo que refuerza la percepción de dumping social. Los bajos costes salariales habrían ido en contra de la inversión en procesos productivos intensivos en tecnología o fomentado el cambio organizacional, como acicate para propulsar la productividad conjunta de los factores: Malasia habría caído en la "*trampa de los países de renta media*", países basados en exportaciones de bajo valor añadido que incorporan bajos costes salariales y contenido tecnológico. El crecimiento del PIB lo habría sido por adiciones de factores y no por mejoras en el residual de productividad determinado por la I+D+I y la mejor organización de las empresas. Hill<sup>554</sup> incide en la necesidad de inducir el tránsito a una economía de la creatividad, innovación y alto valor añadido, para salir de un entorno de bajo crecimiento de la productividad, como en Singapur (véase Tabla 7).

En paralelo, la NEP habría significado la fuga de cerebros<sup>555</sup> constante, y de capitales desde la crisis de 1997, como rechazo a las discriminaciones, a países con mejores expectativas. Malasia carecería tanto de la calidad como de la cantidad del capital humano para alcanzar el status de país desarrollado. El crecimiento histórico de la población es el otro problema económico de Malasia que retrae el crecimiento de la renta per cápita y la transición al estatus de país desarrollado, y aquí es la población malaya (musulmana), la que crece más que la china y la india<sup>556</sup>. El PIB per cápita de Malasia creció a tasas muy altas, pero más reducidas (5.2% interanual) que China, Singapur y Corea del Sur, debido al fuerte crecimiento de la población. De 1970 a 2009, las tasas de crecimiento del PIB per cápita de Malasia siempre fueron menores que las de China, Singapur y Corea del Norte, exceptuando el periodo 1990-1999, en que la tasa de crecimiento de Singapur (4.4%,) (se partía de la mitad de renta per cápita que Singapur con la Independencia), fue algo menor que la de Malasia (4.5%). La renta de Malasia creció un 5.2 % de 1970 a 1979; un 3.1% de 1980-1999 (China creció al 8.3%); un 4.5% de 1990-1999 (China creció a un 8.7%) y un 2.8% de 2000-2009 (China creció a un 9.6%). Desde el punto de vista de la transformación estructural<sup>557</sup>, Malasia pasa de ser una economía de exportación de materias primas en los años 70, a sectores de exportación y fabricación a gran escala, de tipo manufacturero. Si bien en 1970 la agricultura significaba el 29.4% del PIB, la industria el 27.4% y los servicios el 43.2% % del PIB, en 2008 las proporciones eran, respectivamente: el 8.7%; el 55.4% y el 36%. Las tres primeras partidas de exportación suponían más de la mitad de las exportaciones en 1970 en nomenclatura SITC (la goma natural [33.4% ]; el latón[19.5%], y las maderas[12.5%]), herencia de la economía colonial minera y de plantación. Las proporciones cambian drásticamente en las tres primeras partidas de 2008: Otra maquinaria eléctrica y aparatos (12.8% ); maquinas de oficina (11.4% ) y el gas natural o transformado [7.3%]. Si bien en 1970 las exportaciones del sector agrícola significaban el 63.2%, las exportaciones de recursos naturales el 16% y las de las manufacturas sólo el 6%. En 2008, respectivamente, las proporciones se invierten: 13.4%, el 16.4% y el

---

<sup>551</sup> JONES, GAVIN, "Demographic and labour force dynamics", en AAVV, *Malaysia's Development Challenges: Graduating from the middle*, 1ª edición al cuidado de Hal Hill et al., Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, 2012, 348 páginas, pp. 255-275, (en pp. 263-274).

<sup>552</sup> HAJI MAT ZIN, RAGAYAH "Poverty eradication and income distribution", en AAVV, *Malaysia's Development Challenges: Graduating from the middle*, 1ª edición al cuidado de Hal Hill et al., Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, 2012, 348 páginas, pp. 213-232, en p. 246.

<sup>553</sup> Fuente: Departamento de Estadísticas de Malasia (2010).

<sup>554</sup> Op. cit., HILL, HAL, 2012, pp. 1-2 y 4 y p. 10.

<sup>555</sup> Ibid., 2012, pp. 35.

<sup>556</sup> Ibid., 2012, pp. 3-6.

<sup>557</sup> Ibid., 2012, pp. 7-8.

70.2%. Malasia es, un país con un fortísimo proceso de industrialización en un periodo de tiempo muy corto. Dada la dotación relativa de recursos naturales, bastante abundantes con relación a otros países del Este Asiático, la agricultura, las materias primas y los bienes intermedios siguen significando una alta proporción del PIB y de las exportaciones a la altura de 2008-2012: combustibles; aceites vegetales (palma sobre todo, cod. HS 1511), y el caucho (manufacturado o no) están entre las cinco primeras partidas de exportación (véase la Tabla 8).

Tabla 7

Malasia, evolución de la productividad de los factores (%) por sector			
	Agricultura	Industria	Servicios
<b>1971-79</b>	2.60	1.74	3.50 (0.35% anual)
<b>1980-89</b>	3.44	5.41	-0.15
<b>1990-99</b>	1.07	4.08	3.53 (0.35% anual)
<b>2000-07</b>	4.75	4.81	2.78

Fuente: HILL, HAL, "Malaysian economic development: looking backward and forward", en AAVV, *Malaysia's Development Challenges: Graduating from the middle*, 1ª edición al cuidado de Hal Hill et al., Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, 2012

En la exportación manufacturera dominan el clúster de industrias de electrónica y electricidad, vinculadas fuertemente con la IDE de las multinacionales, integradas verticalmente a escala global por grandes multinacionales. Bastantes entre ellas lo son japonesas (aunque Malasia cada vez estaría mejor integrada con las empresas de la RP China), en lo que se ha llamado el "comercio por fragmentación" de las cadenas de valor añadido internacionales en el Este y Sudeste Asiático (partidas 85, 84 y 90 en la Tabla 8), en las que cada país se especializa en determinadas partes o procesos del producto final<sup>558</sup>. Malasia estaría especializada en procesos con menor intensidad tecnológica que la vecina Singapur, que delocaliza segmentos de la producción a Malasia, donde se siente cada vez más la competitividad en niveles tecnológicos cada vez más altos en la ASEAN (Tailandia, Vietnam y Filipinas), países con menores costes laborales: todo esto va aparejado a un intensísimo crecimiento de todos los sectores aparejados al macrosector de las tecnologías de la comunicación y la información, desde software, o hardware electrónico a contenidos digitales<sup>559</sup>. Estos son sectores que pueden ofrecer oportunidades de deslocalización para las empresas españolas del macrosector, pero en todo caso y por las razones mentadas en Penang o el Valle de Klang, en líneas de producción de tecnologías medio-altas o altas (aunque no se está seguro de que no hubiera que considerar otros destinos de implantación en países vecinos ante los problemas culturales y de fuerza de trabajo<sup>560</sup>). Las exportaciones, cada vez lo son más diversificadas, esto se deja ver también en la creciente exportación de bienes intermedios en los sectores químico y metalúrgico (las partidas 38, 71, 73). Sean productos industriales o agrícolas, la tendencia es a la concentración en unas pocas líneas de producción para conseguir economías de escala con grandes volúmenes en los sectores de exportación, lo que define la geografía malasia: p. ej., los enormes monocultivos del Este de Malasia que ocupan

<sup>558</sup> AAVV, *Trade in Value Added Developing New Measures of Cross-Border Trade*, 1ª edición al cuidado de Aaditya Mattoo, Zhi Wang y Shang-Jin Wei, Washington, EEUU, Banco Internacional de Reconstrucción y Desarrollo/Banco Mundial, 2013, 335 páginas, pp. 1-16.

<sup>559</sup> Op. cit. HILL, HAL, 2012, p 34.

<sup>560</sup> Véase el epígrafe III.3.1, sobre cultura y tecnología, y el I.2.3, sobre la NEP y el sistema educativo.

decenas de km, o la concentración de la industria de la electrónica y electricidad en Penang o el Valle de Klang, en pequeños espacios. La partida 84, de maquinaria y aparatos mecánicos, es la tercera más importante en dos dígitos en 2014 y la cuarta en 2012, con casi 11000 millones. Los ordenadores son la sexta partida de exportación más importante en cuatro dígitos (HS) dentro del grupo 84 (cod. 8471) en 2013 con casi 7000 millones, a la que le sigue las partes de maquinas (8473), con 4078 millones, especialmente partes de ordenadores (lo más importante); maquinas registradoras; calculadoras, impresoras, líneas de producción también bastante importantes en este sector malasio.

**Tabla 8**  
**Principales partidas de exportación de Malasia en 2012, miles de Euros.**

Cod	Descripción	2008	2009	2010	2011	2012	% Export
Total	Todos los productos	135048931	112714353	149704498	162971665	176740145	100
'85	Maquinas, aparatos y material eléctricos ,sus partes; aparatos de grabación	34596435	32400930	42002848	44047530	46107039	26.09
'27	Combustibles minerales, aceites minerales y prod.de su destilación	24793382	16671956	23732124	28917402	35954495	20.34
'84	Maquinas, reactores nucleares, calderas, aparatos y artefactos mecánicos.	22411333	18807635	22537510	18117103	19312694	10.93
'15	Grasas y aceites animales o vegetales; grasas alimenticias, ceras	11206391	8590036	12201021	16311874	15165769	8.58
'40	Caucho y manufacturas de caucho	4268628	3459175	5920831	7387547	7062106	4.00
'90	Instrumentos y aparatos de óptica; fotografía; cinematografía, medida, contr	3030607	2599305	4187145	4306898	5796874	3.28
'39	Materias plásticas y manufacturas de estas materias	3895837	3372656	4655400	5031115	5353170	3.03
'29	Productos químicos orgánicos	2293698	1786210	2809969	3268163	3503242	1.98
'44	Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera	3211582	2700961	3252172	3223170	3399549	1.92
'38	Miscellaneous chemical products.	2029872	1573898	2317890	2813736	2773350	1.57
'71	Perlas finas o cultivadas, piedras preciosas, semipreciosas y similares	1679287	1668932	1993008	2135750	2672112	1.51
'94	Muebles; mobiliario medico quirúrgico; artículos de cama y similares	1900721	1674935	2010288	2076901	2441147	1.38
'73	Manufacturas de fundición, de hierro o de acero	1969761	1812382	2042401	2122315	2434389	1.38
'72	Fundición, hierro y acero	1571884	990199	1351626	1605272	1443037	0.82

Fuente: Trade Map 2013, base de datos de comercio exterior de NNUU.

Para Hill<sup>561</sup>, tres políticas habrían determinado la alta y exitosa internacionalización de la economía malasia en un entorno de fuerte crecimiento económico nacional y regional (con referencia especial a China): Primero, para los sectores estrella de productos eléctricos y electrónicos orientados a la exportación, el Gobierno habría proveído buenas infraestructuras (excelentes carreteras, puertos y aeropuertos); una fuerza de trabajo flexible; un entorno regulatorio estable, y una gran apertura al comercio exterior y la inversión internacional. Gracias a estas políticas y sus inversiones en política de educación, Malasia habría superado la "*paradoja de la abundancia*": el PIB de Malasia habría crecido intensivamente sin las distorsiones que afectan a los países donde el petróleo ocupa un rol central en la economía. Segundo, la política de protección de ciertos sectores (sobre todo acero, automóviles y servicios), y la producción de alimentos (sobre todo el arroz), habría resultado en sectores industriales sobredimensionados o ineficaces como lo son los servicios y fue la automoción. Tercero, la política industrial no habría jugado un rol clave en el proceso de cambio estructural e internacionalización, en un modelo económico orientado a la inversión extranjera y la exportación, como en los demás tigres asiáticos. El rol del Estado ante la industria habría sido relativamente pasivo, exceptuando errores, costosísimos, en materia en el sector de la automoción y la siderurgia.

La innovación (I+D+i) en Malasia sería consecuencia de la IDE de multinacionales extranjeras, las empresas nacionales poco o nada. Se favorece la IDE de las multinacionales para los sectores industriales orientados a la exportación, pero se restringe para los servicios y aquellos sectores industriales de sustitución de importaciones, especialmente en aquellos sectores en los que intervienen Empresas Relacionadas con el Estado, o hay determinados "*intereses creados*". La corporación para el fomento de inversiones en Malasia, el MIDA, también pone en marcha una batería de ayudas e incentivos fiscales<sup>562</sup> para la inversión extranjera, para compensar la no liberación de estos sectores o la lentitud en su apertura. Además, el trato que la empresa extranjera negocie con el MIDA tb. serviría para compensar las distorsiones que las cuotas étnicas de la NEP inducen en la asignación de recursos de trabajo y capital. Los "*intereses creados*" no habrían sido capaces de modificar la política económica malasia: Malasia no habría sucumbido a la puesta en marcha de medidas de protección comercial de intereses sensibles en situaciones de deterioro súbito de la balanza de pagos en momentos de crisis como la financiera de 1997. Para Hill<sup>563</sup>, los imperativos de competitividad internacional se habrían superpuesto a intereses coyunturales de los *intereses creados* de la NEP y determinarían una buena gestión de la política económica: el grandísimo sector de exportación, abierto a la intensa competencia internacional, habría expuesto a los sectores protegidos (como las telecomunicaciones o la electricidad), induciendo en estos la competitividad obtenida en los mercados globales. Sin embargo, el futuro pasaría por el cambio estructural en las EREs protegidas, las demás empresas protegidas y todas las demás entidades relativas a las AAPP. De cualquier modo, serían los intereses bumiputra desde el Estado (sobre todo malayos [musulmanes]), los que presionarían por una mayor protección en la cuenta corriente y de capital para proteger a las EREs y otras empresas donde los intereses bumiputra son preeminentes. Hill cree que Malasia habría estado

---

<sup>561</sup> Op. cit., HILL, HAL, 2012, pp. 10-12.

<sup>562</sup> Fuente: Incentivos para el establecimiento de empresas de servicios e industriales, MIDA, 2015, disponibles en el sitio web del MIDA, en <URL: <http://www.mida.gov.my/home/incentives-in-services-sector/posts/>> y <URL: <http://www.mida.gov.my/home/incentives-in-manufacturing-sector/posts/>>, (accedido el 11.11.2015).

<sup>563</sup> Op. cit., HILL, HAL, 2012, pp. 13-25.



más sujeta a la corrupción y a los "intereses creados"<sup>564</sup>, que los demás tigres asiáticos de primera generación (Hong Kong; Corea, Taiwán y Singapur), ya que la corrupción en torno a aquellos "padrinos" favorecidos en el entorno *etnopopulista* de la NEP habría sido mayor, y la calidad de las instituciones se habría debilitado en la Era Mahatir: politización de los altos niveles de la administración pública; el poder judicial y las universidades.

Exceptuando la crisis financiera de 1997-1998, Malasia nunca habría sufrido una crisis de balanza de pagos. Las altas tasas de ahorro (en torno al 33% del PIB de 2009 a 2012)<sup>565</sup>, habrían aislado a la economía de problemas potenciales de deuda pública nacional y externa. Malasia es un país solvente, lo que contribuye a la rápida recuperación del país durante las crisis económicas. Malasia es uno de los pocos países en desarrollo que nunca habría tenido que pedir préstamos a las instituciones del acuerdo de Bretton Woods (FMI, Banco Mundial y otros), ni siquiera en la situación excepcional de crisis de balanza de pagos de 1997-1998. La financiación externa se habría obtenido sin mayores problemas y los niveles de deuda externa se mantendrían en niveles razonables (por debajo del 40% de la Renta Nacional Bruta al coste de los factores en torno a 2005). Según *Meow-Chung Yap* y *Kwek Kian Teng*<sup>566</sup>, el *Bank Negara* (Banco Central de Malasia), habrían ganado credibilidad por su gestión relativamente prudente de la política monetaria hasta la presente, y habría controlado la inflación (como Singapur): hasta 1995 la media de la tasa de inflación fue del 3.2%, y la del crecimiento del PIB del 7.2% (una cifra espectacular). Desde 1995, el énfasis se habría puesto en la tasa de inflación como objetivo final. Sin embargo, este énfasis no sería alcanzar el objetivo en términos estrictos, habría habido cierta manga ancha en su consecución a través de los tipos de interés de referencia, para no afectar el crecimiento en casos de contracción súbita de la demanda o shocks de oferta, como en la crisis del 97. *Meow* y *Kwek*<sup>567</sup> creen que tb. serían necesarias mejoras en la capacidad administrativa del *Bank Negara* (Banco Central) y la *Securities Commission* (Comisión Nacional del Mercado de Valores) en aspectos generalmente mal atendidos en las AAPP malayas (musulmanas): la baja transparencia, capacitación, control de responsabilidades y desempeño (frente al Parlamento); así como una mayor autonomía del *Bank Negara* en la puesta en marcha de la política monetaria. *Meow* y *Kwek* también hablan de incoherencia<sup>568</sup> en el ámbito de una política monetaria poco disciplinada, antes de la crisis de 1997: El *Bank Negara* habría sido incapaz de leer bien las señales que ofrecía la economía productiva como son los precios de exportación e importación o señales de sobre calentamiento (precios al por mayor, tasa de expansión del crédito y tasa de crecimiento de los precios y el PIB).

Sin embargo, siguiendo a *Hill*<sup>569</sup>, la fuerte devaluación en las postrimerías de la crisis económica de 1998 del Gobierno Mahatir, el RM cayó un 50% frente al dólar, que además introdujo controles temporales en la cuenta de capital a corto, prohibió el FOREX y la cotización de empresas y activos en RM fuera de Malasia (en Singapur dónde las rentabilidades eran más altas que en Malasia), lo que significó un gran perjuicio para muchas empresas occidentales: todos sus activos pasaron a valer un 50% menos de la noche a la mañana, y las

---

<sup>564</sup> Ibid., 2012, pp. 37-38.

<sup>565</sup> AAVV, "Malaysia Economic Monitor, June 2014, Boosting Competitiveness", al cuidado de Ulrich Zachau (Director del área país), Bangkok, Informe periódico del Banco Mundial sobre Malasia, 06.2014, 93 págs., p. 3.

<sup>566</sup> MEOW-CHUNG YAP, MICHAEL y KWEK KIAN TENG, "Monetary policy and financial sector development", en AAVV, *Malaysia's Development Challenges: Graduating from the middle*, 1ª edición al cuidado de Hal Hill et al., Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, 2012, 348 páginas, pp. 106-130 (en pp. 107-120).

<sup>567</sup> Ibid., 2012, pp.127-128.

<sup>568</sup> Ibid., 2012, pp.115-116.

<sup>569</sup> Op. cit., HILL, HAL, 2012, p. 21.

empresas registraron pérdidas enormes con la crisis y por no poder sacar el dinero en el corto plazo del mismo. La política cambiaria ulterior (1998-2005), de tipo fijo, supuso intervenciones masivas en el mercado de cambios/divisas para defender la paridad con impactos en la política fiscal y la deuda nacional (60 mil millones de RM en su política de defensa del tipo de cambio fijo, complicada por la salida masiva de capitales), lo que no pudo prevenir la ulterior devaluación del RM hasta 3.8 RM por Dólar en 1998. Para contener la fuga de capitales, Mahatir habría impuesto restricciones temporales a la "venta corta", lo que sólo habría mandado la señal errónea a los mercados<sup>570</sup>, amplificando la percepción de pérdida de valor en los activos financieros subyacentes, en la forma de mayores ventas de activos a corto y largo plazo, precipitando una caída de las cotizaciones en bolsa. La devaluación de 1998 habría disparado los superávits de balanza de capital, mayores (1998-2008) que los de China o Japón frente al PIB (del 10% al 15% del PIB), lo que se corresponden con una recuperación económica y de la posición financiera internacional de Malasia espectacular: Malasia pasa de soportar Pasivos Netos Externos con el exterior del orden del -35% del PIB (1998), a contar con activos netos con el exterior en torno al 25% del PIB (2008). Mahatir, en su desconfianza del FMI y el Sistema Financiero Internacional, habría erigido un "muro" gigantesco en reservas en divisas. Está claro que si se diera otro "ataque especulativo", o así se los imaginó Mahatir, el Gobierno de Malasia, contaba con suficiente "munición" como para repelerlo: hasta 130.000 millones de dólares en reservas. Después de 2005, se daría un entorno de "gestión del tipo de cambio" con intervenciones puntuales en los mercados, que significarían manipulaciones ventajosas de los tipos de cambio para Malasia que exacerbarían coyunturalmente la competitividad artificial de las exportaciones malasias de manufacturas, contrayendo las importaciones occidentales. Tres razones facilitan esta política<sup>571</sup>: la alta tasa Ahorro Nacional, la salud financiera de los bancos y el enorme colchón de reservas en divisas que tb. habrían facilitado la financiación de los déficits públicos recurrentes desde 1998. Sin embargo, en general los efectos de la gran apertura externa y el control de la inflación, gracias a una política monetaria relativamente prudente, tb. son motores de la alta competitividad internacional de la exportación Malasia: tras la flotación de 2005, el RM se ha movido en unos parámetros razonables, entre 3 y 4 RM por dólar con fuerte tendencia a la apreciación hasta 2010. Por otra parte, el desplome de los precios del petróleo afecta a Malasia desde 2014, cayendo hasta los 4.5 RM en 2015 (dónde estaba en la peor de la crisis de 2008-2009), algo que nadie podía prever hace una década. El tipo de cambio medio fue 3.80 dólares por RM en 2005 y de 3.48 en 2010<sup>572</sup>.

Mahatir habría rechazado las políticas del FMI para salir de la crisis del 98, por suponer mayor disciplina financiera, lo que le permite rescatar a aquellos hombres de negocios próximos al Gobierno. Esto es algo altamente cuestionado por la empresa india, china y extranjera, tanto más cuando el déficit en torno al 6.8% del PIB en 1998<sup>573</sup>, se habría financiado con el EPF (*Employers Provident Fund*), el fondo para la jubilación de los trabajadores (que funciona como un fondo de inversión), cuyos haberes se nutren de las aportaciones

---

<sup>570</sup> Nota: En una "venta corta" existe un compromiso de venta de acciones futura a un precio pactado de antemano, a cobrar en un futuro cuando se vendan las acciones, Si las acciones bajan en un futuro se puede comprar más baratas y se consigue un alto beneficio. El vendedor sólo firma el compromiso de venta de un número de acciones determinadas en un futuro, no tiene por qué haberlas comprado el día de la firma.

<sup>571</sup> Op. cit. MEOW-CHUNG YAP, MICHAEL y KWEK KIAN TENG, 2012, pp. 111 y 119.

<sup>572</sup> ATHUKORALA, PREMA-CHANDRA, "The Malaysian Economy during three crises", en AAVV, *Malaysia's Development Challenges: Graduating from the middle*, 1ª edición al cuidado de Hal Hill et al., Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, 2012, 348 páginas, pp. 83-105, en pp. 92-93.

<sup>573</sup> Ibid., 2012, p. 95.

forzadas, detrás de las altas tasas de Ahorro Nacional, artificiales. Según Gómez<sup>574</sup> y Khadijah Md Khalid<sup>575</sup>, la pérdida de prestigio de UMNO (Barisan Nasional) se debería a la NEP con Mohamed Mahatir (UMNO): En el marco de la desregulación, liberalización y privatización desde los 80, escorada a los intereses de los grandes negocios y el gran capital extranjero, se intentó crear artificialmente una clase de grandes capitalistas malayos (musulmanes), muchos de los cuales no contaban con un sustrato cultural o de negocios previo. Una política de creación de grandes conglomerados malayos y grandes industrias (proceso de industrialización intensiva), en la que prácticamente se regalaron enormes recursos a los malayos mejor relacionados, que sólo se benefició a una élite de las clases empresariales y profesionales (clientelismo selectivo), y especialmente a la élite malaya (musulmana) en torno al mismo Mahatir. Sin embargo, no sólo fueron malayos los beneficiarios: hubo muchos "padrinos" chinos e indios. Por estas razones, Gómez cree que la política de industrialización del Gobierno habría sido un fracaso. Todo esto en un entorno de múltiples escándalos financieros por corrupción de alto nivel, en torno al Estado y sus empresarios "apadrinados"<sup>576</sup>. Para Atukhoralala<sup>577</sup>, aunque las políticas para salir de la crisis del 98 fueron efectivas, las causas yacían en los errores en política económica previa de Mahatir. La liberalización del mercado de capitales a mediados de los 90, habría llevado a un deterioro notable de la cuenta de capital, propugnado por la euforia de la inversión extranjera los mercados emergentes: una acumulación inusual de pasivos a corto plazo con el exterior. Como consecuencia, aparece la burbuja especulativa en los mercados de capitales e inmobiliario, así como un crecimiento desacostumbrado de crédito bancario para la compra de activos financieros que sólo la habría realimentado, en un entorno de fuerte crecimiento del Gasto y el PIB, el crecimiento de la demanda de importaciones llevó a un deterioro patente de la balanza de pagos. La tasa de inversión de Malasia también habría sido altísima, en torno al 46% del PIB en 1997, impulsada por el enorme gasto en infraestructuras del periodo, que habría contribuido a la burbuja impulsando la deuda pública y el deterioro de la balanza de pagos<sup>578</sup>. El crédito se habría concedido por razones políticas a bastantes proyectos sin estudios de coste beneficio alguno y, en muchos casos, de tipo meramente suntuario, en la línea faraónico-grandiosa de Mahatir: los contratos acababan frecuentemente en manos de empresas malayas (o no) de las redes clientelares del mismo Mahatir, lo que limitó la autonomía del Banco Central. La mala gobernanza corporativa (gestión) de estas empresas próximas a Mahatir hasta 2005, y las prácticas de manipulación en las cotizaciones bursátiles, a favor de empresas no cotizadas, estarían entre las demás causas de la primera crisis del 98. Los desequilibrios en la balanza de pagos se dieron tb. en Tailandia, Indonesia, Vietnam y en todo el Sudeste Asiático (según Studwell por causas parecidas a las que lista Athukhoralala<sup>579</sup>), lo que habría un efecto sistémico a escala regional que habría sobre afectado a Malasia. Los tipos de cambio se desplomaron ante los ataques especulativos en todos estos países (del 30 al 40%) en 1998. Además, la renta per cápita cayó un 20% durante la crisis en Malasia y la bolsa un 40%.

---

<sup>574</sup> Op. cit. GÓMEZ, EDMUND TERENCE, 2012, p. 63.

<sup>575</sup> KHADIJAH MD. KHALID, "Islam and politics in 2004 general elections", en AAVV, *Politics in Malaysia: The Malay Dimension*, 1ª edición al cuidado de Edmund Terrence Gómez, Abingdon, Reino Unido, Routledge 2007, 160 páginas, p. 150.

<sup>576</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 1999, pp. 74-76

<sup>577</sup> Op. cit., ATHUKORALA, PREMA-CHANDRA, 2012, pp. 99-100.

<sup>578</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 1999, pp. 74-76

<sup>579</sup> Op. cit., STUDWELL, JOE, 2007. Para Indonesia: pp. 128; 135; 137; 138-140 y 147. Para Malasia: pp. 128; 134; 135; 137; 138; 141 y 147. Tailandia: pp. 128-129; 134; 135-138; 247, 193 y 225 (nota). Singapur: 128; 130-132 y 135.

La tasa de Ahorro Nacional (en torno al 30% del PIB), supera con creces a las tasas de Inversión, en torno al 20% en el periodo de 1998-2008 ¿Cuáles son las razones de la caída de la tasa de inversión pre 1998, y que la tasa de Ahorro Nacional supere en un 10% a las tasas de inversión? Con el premier *Badawi*<sup>580</sup> (2004-2009), se habrían recortado la política grandioso-faraónica de edificios e infraestructuras de Mahatir. Sin embargo, la inversión pública ha sido constante desde los años 90 y el PIB habría crecido de 2003 a 2008, algo menos que en los 90. Ahora bien, el déficit y la deuda pública sobre el PIB no habrían crecido marcadamente en este periodo (deuda pública del orden 35-40% del PIB). Luego la explicación habría que buscarla en la desinversión privada en la (Formación Bruta de Capital), y las crecientes inversiones exteriores de las empresas chinas (exportaciones de capital) en el periodo. La explicación que le da Gómez<sup>581</sup>, yace en la gestión de la crisis del Gobierno Mahatir, que trajo una re estructuración del sector bancario a través de fusiones forzosas: de modo que ciertos bancos chinos, los más dinámicos, habrían pasado a ser controlados por el mismo Ministro de Finanzas malayo (musulmán) *Daim Zanuddin*, al servicio del premier Mohamed Mahatir. Estos son bancos como *Philleo Allied Bank* y *Hong Leong Bank*, cuyos directivos estarían vinculados clientelaramente al depuesto vice ministro Anwar Ibrahim (en el marco de la pugna entre este y Mahatir por el poder). *Athukorala* refuerza esta percepción, indicando que la re estructuración de los enormes pasivos bancarios que dejó la crisis, habría sido efectiva por su rapidez, pero probablemente en muchos casos injusta<sup>582</sup>: En suma, se inyectaba dinero en tal o cual banco con problemas, más próximo al malayismo, de esta forma el UMNO malayo (musulmán), le habría quitado el control de sus bancos a ciertas familias chinas con gran experiencia en el sector, creando la impresión de que el Gobierno puede actuar arbitrariamente en el mercado, cambiando el peso del accionariado chino en las empresas, incluso expropiarlas, en sectores clave de la economía: la inseguridad jurídica y sobre los derechos de propiedad, sería la causa de la salida de capitales (1998-2012). En el marco de discriminaciones de la NEP y la fuga de cerebros chinos e indios malasio, muchos profesionales o bien sacaron el dinero del país al emigrar, o bien estarían maximizando las crecientes oportunidades de inversión de alcance asiático en países en los que no se les aplicaran las cuotas y discriminaciones a favor de los malayos (musulmanes). Por otra parte, *Badawi* tuvo bastantes problemas tras los escándalos y errores de la era Mahatir, para atraer la inversión extranjera a Malasia de 2004 a 2009<sup>583</sup>, y el capital chino habría perdido la confianza en el Gobierno malayista de *Badawi*, especialmente cuando era más atractivo y rentable invertir en el exterior. Desde entonces, el sector financiero tiene un carácter marcadamente malayo (musulmán), lo que contrasta con la enorme habilidad tanto de chinos como indios en este sector, a nivel internacional<sup>584</sup>. Entre los diez bancos a los que les fue otorgado "*estado de anclaje*" con la restructuración del sector financiero de Mahatir tras la crisis están: *Maybank* (la 2ª empresa más importante de Malasia en 2009) y *CIMB* (la tercera), sucesor del *Bank Bumiputra*, al cargo del avance de los intereses de los malayos (musulmanes) y envuelto en una variedad de escándalos financieros. Ambos bancos son participados por el Gobierno de Malasia: el *Bank Bumiputra* fue rescatado por el Gobierno y fusionado con un banco privado para dar lugar al *CIMB*. El *RHB*, pertenece al magnate malayo *Rashid Hussain*, quien *Studwell* dice se enriqueció especulando contra el Ringgit malasio durante la crisis del 97<sup>585</sup>, que está casado con la hija del padrino chino *Robert Kuok*. Junto a estos bancos bajo control malayo, operan bancos chinos

---

<sup>580</sup> Op cit., HILL, HAL, 2012, pp. 34-35.

<sup>581</sup> Op. cit., GÓMEZ, EDMUND TERENCE, 2012, pp. 66-67.

<sup>582</sup> Op. cit., ATHUKORALA, PREMA-CHANDRA, 2012, p. 99-100.

<sup>583</sup> JAYASANKARAN, S, "The new way: Think small", Hong Kong, *Far Eastern Economic Review* (06.11.2003), página 14.

<sup>584</sup> Op. cit., GÓMEZ, EDMUND TERENCE, 2012, pp. 69 y 75.

<sup>585</sup> Op. cit., STUDWELL, 2007, p. 245.

como *Hong Leong Bank* (la cuarta empresa más importante de Malasia en 2009), y *Public Bank* (la número 20), controlados por *Teh Hong Piow* y el padrino *Quek Leng Chan*.

La crisis de 2008 se entiende cómo un shock de origen externo: Athukorala<sup>586</sup>, apunta a la implosión de burbujas especulativas (financieras e inmobiliarias), desequilibrios financieros de cuenta corriente y de capital en los países anglosajones. La contracción del crecimiento de los países OCDE traería consigo la reducción de la demanda de exportaciones malasia por la caída, dramática, de los precios de las materias primas e ingresos por exportaciones: se reducen en un 27% en el caso de las materias primas y un 56% en el caso de las manufacturas. El creciente peso manufacturero en la exportación cada vez más diversificada y la menor dependencia de las materias primas, habría atenuado los efectos económicos de la caída de sus precios. Además, se habrían aplicado políticas monetarias y fiscales expansivas para combatir la contracción de la demanda de exportaciones. Los bancos malasio ya habrían sido saneados en 1998, y no tendrían los problemas de apalancamiento de los bancos occidentales: la ratio de Adecuación del Capital (el CAR, medida de la relación entre el capital y reservas de los bancos, por una parte, y activos bancarios por la otra), habría mejorado de finales de 2008 (12.6%), a julio de 2009 (14.3%). El estímulo monetario en 2008-2009 se habría centrado en facilitar el acceso al crédito de las familias al Consumo (vía reducción de tipos de interés flexibles). Además, la expansión del gasto fiscal (67 mil millones de RM de 2008 a 2009), habría tenido efectos bastantes positivos y visibles, concretado en aumentos de la Inversión Pública (sube el 12.9% en 2009, frente a una subida del 0.7% en 2008) que se habrían centrado en estímulos al sector agrícola; la mejora del sistema de transporte; la racionalización de las empresas de servicios públicos (gas; electricidad, telecomunicaciones, agua); infraestructuras industriales; Política de Educación, Salud y Vivienda (véase más adelante). El crecimiento económico consiguiente habría ayudado a contener el crecimiento de la deuda.

En 2008-2009<sup>587</sup>, cae la IDE en todo el Sudeste Asiático: Vietnam (caída del 30%); Tailandia (44.1%) e Indonesia (44.7%), bastante menos intensas que la caída, en picado, de la inversión en Malasia (el 81%)<sup>588</sup>. Filipinas por primera vez habría superado a Malasia y Vietnam, poniéndose por delante de Malasia como destino favorito para la IDE. Ariff, en su pesimismo no confirmado (2012), creía que la voluntad de la élite política y económica de bloquear la reforma de la misma NEP, habría sido la causa del descalabro de la IDE a Malasia en la crisis de 2008-2009. Esto es así pues los flujos de la cuenta capital eran negativos: 11838 millones de dólares salieron en 2007, y 35502 en 2008<sup>589</sup>, y el frenazo de la IDE en 2006 habría acelerado la salida de capitales en 2007-2008. Sin embargo, tras las reformas auspiciadas por el premier *Najib Tun Razak* convergen la tasa de ahorro y las tasa de inversión: La tasa de Inversión pasa del 20% al 27% del PIB de 2009 a 2013, y existe una recuperación extraordinaria de la IDE en Malasia de 2012 a 2014, periodo en el que ha crecido un 24%<sup>590</sup>. De una cifra mínima de 1453 millones de US\$ en 2008, la IDE sube espectacularmente hasta los 12.306

---

<sup>586</sup> Op. cit., ATHUKORALA, PREMA-CHANDRA, 2012, pp. 100-103.

<sup>587</sup> Op. cit., ARIFF, MOHAMED, 2012, pp. 20-21 y pp. xx-xxi.

<sup>588</sup> Fuente: Estadísticas por países de IDE de la UNCTAD, disponibles en URL (accedida el 10.09.2013), en < URL: <http://unctad.org/en/Pages/DIAE/FDI%20Statistics/FDI-Statistics.aspx> >.

<sup>589</sup> Véase nota anterior (ATHUKORALA).

<sup>590</sup> ANÓNIMO, "Boletín Semanal del MITI", Ministerio de Comercio e Industria de Malasia (MITI), *Kuala Lumpur* (04.03.2014), vol. 280, disponible en (accedido el 15.11.2014).

<URL: [http://www.miti.gov.my/cms/documentstorage/com.tms.cms.document.Document\\_8fe91317-c0a8156f-4b8f2f00-b41b196b/MITI%20Weekly%20Bulletin%20Volume%20280%20-%204%20March%202014.pdf](http://www.miti.gov.my/cms/documentstorage/com.tms.cms.document.Document_8fe91317-c0a8156f-4b8f2f00-b41b196b/MITI%20Weekly%20Bulletin%20Volume%20280%20-%204%20March%202014.pdf)>.

millones en 2013. Sin embargo, según Baker el modelo económico malasio precisa de reformas: el 50% de la actividad económica está en manos del Sector Público, empleando a un millón y medio de personas<sup>591</sup>, y la relación entre deuda pública y PIB ya es una de las más altas del entorno de Asia-Pacífico (sólo la deuda pública del Estado Federal ya significaba el 52% del PIB en 2012<sup>592</sup>). Además, la deuda privada doméstica sería bastante alta<sup>593</sup> y creció muy rápidamente, luego Athukorala<sup>595</sup> reflexiona sobre el gasto fiscal desmedido del Gobierno malayista del UMNO (pro malayos [musulmanes]), el talón de Aquiles de lo que considera, en general, una buena política económica: los desequilibrios macroeconómicos previos las crisis de 1998 y 2008, serían las raíces de la creciente deuda nacional: El ratio de la Deuda de las AAPP/PIB habría pasado del 35% en 1998 a más del 53% en 2010 y todos los años habría habido un déficit de las AAPP (Federal o del Gobierno Central) considerable en una horquilla del -1.8% en 1998 al -7.2% en 2009, con fuertes crecimientos de deuda y déficit tras 1998 y 2008. El crédito bancario al sector privado habría crecido un 358% de 1996 a 2010, rondando el 110% del PIB en 2010 y el 124% en 2013<sup>596</sup>, entre los ratios más altos de Asia.

El *Bank Negara* (Banco Central) habría sido el convidado de piedra a dos crisis inminentes, y la política monetaria habría estado subordinada a la fiscal: desprovisto por el Gobierno de autonomía en materia de política cambiaria y monetaria durante las dos crisis, habría sido conminado por el mismo a una intensa política de expansión del crédito que habría debilitado los balances corporativos y auspiciado burbujas inmobiliarias. Meow y Kwek también inciden (2012) en que, para evitar presiones inflacionistas y contener la deuda pública, el Bank Negara debería de limitar sus intervenciones en el mercado cambiario para con la paridad de la moneda, el RM frente al Dólar Americano<sup>597</sup>. Narayanan<sup>598</sup>, en sintonía con Athukorala, cree que el enorme déficit y el crecimiento de la deuda de las AAPP en la economía malasia, son de carácter estructural de 1970 a 2010 y explicables por la NEP: la política fiscal iba a ser el instrumento principal para mejorar la condición económica de los malayos (musulmanes), desvirtuando su rol como política anticíclica. Sólo se habrían registrado superávits de 1993 a 1997 y de 2001 a 2008 los ratios de déficit malasios de las AAPP sobre el PIB superaron a los de Singapur; Indonesia; Filipinas; Tailandia y Vietnam. El déficit público se iba a financiar con los beneficios de unas pocas Empresas Relacionadas con el Estado o completamente públicas. Su estatus de "vacas a ordeñar" les habría alejado de unas prácticas financieras prudentes: Por ejemplo la empresa pública de petróleo *Petronas* que provee el 39.3% de los ingresos del Gobierno Federal en 2008, luego las crisis internacionales y su impacto en las importaciones de petróleo tiene efectos patentes en el ingreso del Gobierno Federal malasio (la caída de los precios del petróleo de 2010-2015, verdadera amenaza para la consolidación fiscal). Los dividendos percibidos por el Gobierno Federal de parte de *Petronas* (aparte de todo tipo de impuestos, véase más adelante) se habrían mantenido constantes en 30 mil millones de RM de 2008-2010, sin tener en cuenta el ciclo económico, si se está en un momentos de "vacas gordas" o de "vacas flacas" (la

---

<sup>591</sup> Op. cit., BAKER, JIM, 2014, pp. 390-391.

<sup>592</sup> Fuente: Estadísticas del Banco Mundial, 2015.

<sup>593</sup> BEN SHANE LIM, "Public and Private Debt at Unsustainable Levels", Kuala Lumpur, *The Edge* (08.02.2012), < URL: <http://www.theedgemaalaysia.com/highlights/200536-public-and-private-debt-at-unsustainable-levels.html>>, (accedido el 19.09.2014).

<sup>594</sup> Op. cit., BAKER, JIM, 2014, pp. 390-391.

<sup>595</sup> Op. cit., ATHUKORALA, PREMA-CHANDRA, 2012, p. 104.

<sup>596</sup> Fuente: Estadísticas del Banco Mundial, y op. cit., ATHUKORALA, PREMA-CHANDRA, 2012, pp. 92-93.

<sup>597</sup> Op. cit., MEOW-CHUNG YAP, MICHAEL y KWEK KIAN TENG, 2012, p 111.

<sup>598</sup> NARAYANAN, SURESH, "Public Sector Resource Management", en AAVV, *Malaysia's Development Challenges: Graduating from the middle*, 1ª edición al cuidado de Hal Hill et al., Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, 2012, 348 páginas, pp. 131-154 (en pp. 131-138).

contracción de la producción de crudo y exportaciones en ese periodo de crisis redujo los beneficios de 61000 a 40000 millones de RM). Baker<sup>599</sup> también reflexiona sobre el fuerte crecimiento del endeudamiento de las EREs (muchas veces con agentes privados extranjeros), detrás de la divergencia entre las tasas de Deuda Pública de las AAPP sobre el PIB (48.5% en 2009), y la del Sector Público sobre el PIB (57%) en 2009 (en 2013 rondaría el 70%): el fuerte endeudamiento de las empresas públicas tiene un peso importantísimo sobre la deuda pública, dado el peso inusual del sector público empresarial en la Economía de Malasia en el PIB, y la sobreprotección de las mismas que reduciría la competitividad de la economía. Es muy difícil esperar que estas empresas compitan y afecten racionalizaciones en la estructura productiva malasia, y al mismo tiempo sirvan de "*vacas lecheras*" para la Política Económica del Gobierno. Los ingresos del Estado Federal significarían 162 mil millones de RM en 2009, de estos prácticamente un tercio provendrían de los ingresos no fiscales de las EREs, unos 55.000 millones. La tasa de crecimiento de la Deuda del Sector Público (la de las EREs y las AAPP) sería del 14.6%, compensada parcialmente por crecimientos del PIB del 8.5% de 2000 a 2004; la Deuda creció un 10.1% anual de 2005-2009, excediendo el crecimiento del PIB del 8.7%: en suma, el crecimiento del PIB no habría podido compensar el crecimiento de la Deuda Pública. Lógicamente Narayanan reflexiona sobre el peso creciente del capítulo de intereses de la deuda en los presupuestos públicos y el coste de oportunidad de estos recursos, así como el "*Efecto Expulsión*" ("*Crowding Out*") que tendría la competencia de las AAPP con las empresas por los recursos financieros escasos para financiar la deuda pública. Sin embargo, las altas tasas de Ahorro Nacional habrían permitido financiar la Deuda Pública con cargo a Deuda Pública Doméstica (con agentes nacionales), en lugar de a Deuda Pública Externa, con un coste en intereses más bajos que en otros países en desarrollo. La Deuda Pública Doméstica habría crecido de 106 mil millones de RM en 2000 a 321 mil millones en 2009 (un aumento de más del 300% en términos nominales el periodo). Narayanan también indica que aunque la Deuda Pública Externa del Gobierno Federal se mueva en niveles muy bajos en 2009, en torno al 4% del PIB, la Deuda Externa del Sector Público, que incluye la de las EREs bajo su control, ya estaría por encima del 18% en ese año.

¿Pero qué estaría detrás del crecimiento de la Deuda Pública de Malasia<sup>600</sup>? Primero, la NEP tiene bastante que ver, empezando por la transparencia, equidad y competencia en las contrataciones públicas (empleos y contratos públicos) por parte de las redes malayas (musulmanas), actividades casi completamente opacas que les benefician. Segundo, la sobre dependencia de los ingresos del petróleo a de la ERE *Petronas*: además de los dividendos, el Estado Federal obtiene ingresos a partir del Impuesto de Sociedades (IS) a Petronas (el IS supone el 22.3% de los impuestos directos en Malasia en 2009, que suponen el 50% del total del ingreso fiscal); el Impuesto Especial sobre la Renta del Petróleo (el 15.5 % de los impuestos directos), y el Impuesto de Exportación de Petróleo (el 1.5% de los impuestos *indirectos*, que suponen el 19.7% del total del ingreso fiscal). Lógicamente, la crisis de 2008 contrajo las exportaciones y producción de petróleo con un impacto evidente en el déficit público, lo que refuerza la percepción de disfuncionalidad del sistema impositivo y la sobreexposición a las crisis económicas de origen externo (de 31.600 millones de RM ingresados en 2008, se pasó a 19.300 en 2010). Tercero, el bajo ingreso fiscal en general y de los impuestos directos en particular (Renta; Sociedades e Impuesto Especial sobre la Renta del Petróleo): la proporción de los dos primeros bajaría sobre el total del

---

<sup>599</sup> Op. cit., BAKER, JIM, 2014, pp. 390-391.

<sup>600</sup> Op. cit., NARAYANAN, SURESH, 2012, pp. 138-151.

ingreso fiscal de 2000 a 2009, mientras que el tercero sube un 10% de 2000 a 2004 y un 16% de 2005 a 2009. Sólo el 9.5% de los 10.5 millones de trabajadores malasios pagarían Impuesto de la Renta y aquellos en (aunque en el periodo suba el ingreso fiscal por el aumento de declaraciones voluntarias así como por mejoras técnicas en los sistemas de recaudación). Sobre el Impuesto de Sociedades, sólo el 16% de las empresas registradas lo pagaron en 2012, además los tipos impositivos en la línea de la competencia fiscal internacional, y las medidas de orden político para mantener la competitividad de las exportaciones supuso una caída de los tipos del 40% a finales de los 80, al 25% en 2009. Además, existe una sobre dependencia en los impuestos especiales sobre los "pecados", alcohol y tabaco<sup>601</sup>, los primeros exorbitados por la condición de país semi-musulmán. Los tipos del impuesto de la renta son bastante generosos para rentistas y profesionales cualificados: el tipo máximo del IRPF malasio es del 26% en 2014 (lo que pueda ser interesante para ciertos profesionales españoles)<sup>602</sup>, aunque tampoco creemos que exista demasiado margen de maniobra, dados los onerosos costes de la corrupción y las cuotas étnicas de la NEP para el sector privado, aquí se podría hablar de costes fiscales "explícitos" e "implícitos", que si se tuvieran en cuenta, probablemente determinarían un coste fiscal "real" mucho más alto para las empresas en Malasia. Con relación al crecimiento de los gastos: existe una subida de la proporción de los gastos operativos frente a los gastos de desarrollo (aquellos para aumentar la capacidad productiva de la economía): la suma de los dos determina los gastos totales de las AAPP. Los gastos operativos habrían crecido a costa de los de desarrollo, de 56.500 millones de RM (67% de los gastos totales) en 2000, a 213.200 millones de RM en 2009 (75% de los gastos totales). Si en 2000 se gastaba un 1 RM en gastos de desarrollo por cada 2 en operativos... En 2009 se gastaba 1 RM por cada 3. Los gastos de desarrollo serían los gastos de Seguridad (Interior y Defensa, 12.6% de los gastos en desarrollo de 2005-2009 como media); servicios sociales (Salud; Educación y Vivienda, 30.8 % de los gastos en desarrollo); los gastos en servicios económicos (Desarrollo Rural y Agricultura; Comercio Interior y Exterior e Industria; Transporte y Comunicaciones, el 50% de los gastos en desarrollo) y los gastos de administración (el 6.6%). El crecimiento del gasto en desarrollo habría sido del 15% de 2005 a 2009, y las partidas más beneficiadas fueron en las áreas de Educación; Transporte; Comercio e Industria y Defensa (visibles en las estupendas carreteras e infraestructuras y la enorme red de escuelas). La Agricultura es el sector paria en la asignación del gasto (con grandes posibilidades económicas desde nuestro punto de vista): se habría gastado menos dinero en Agricultura y el Desarrollo Rural que en Defensa de 2000 a 2009. El gasto mínimo en las infraestructuras de Comunicaciones, el 0.5% del total de los estructurales, parece un absurdo en la era del Internet y dada la importancia del subsector de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en la economía malasia. Por gastos operativos se entienden remuneraciones a los trabajadores; pensiones; gastos de intereses de la deuda pública; suministros y servicios; transferencias a los estados de la Federación; subsidios; adquisiciones de activos; otorgamientos a organismos de Derecho Público y otros. Es decir, gastos que no añaden nada a la capacidad productiva de la economía y son cada vez más importantes en el gasto total de las AAPP malasias. Tradicionalmente, han sido los subsidios lo que tiran de gastos operativos: llegaron a significar el 4.6% del PIB en 2009 (74.000 millones de RM), convirtiendo a Malasia en uno de los países con más subsidios por familia (12.900 RM) entre los países en desarrollo. Nos referimos al subsidio del consumo de gasolinas (recientemente eliminados, significaban el 31.7 % del total, tiraron del gasto total en

---

<sup>601</sup> Fuente: "Malasia, Informe Económico y Comercial", Oficina Comercial de España en Kuala Lumpur, Malasia, capítulo de barreras arancelarias, septiembre de 2014, 42 páginas, p. 38.

<sup>602</sup> Fuente: Mecánica del impuesto, tipos (bajos) y formularios, en la página de la Agencia Tributaria de Malasia, en <URL: <http://www.hasil.gov.my>>, (accedida el 19.09.2014).



subsidios hasta su eliminación parcial en 2010-3 por la subida de los precios del petróleo de 2000 a 2009, y beneficiaba lógicamente a las clases pudientes); alimentos (muy sensible políticamente, el 3.4%) y fundamentalmente para servicios sociales (Educación; Salud y Sistema de Educación Universitario, que significan el 57.2% del total). Sobre estos últimos se abren incógnitas sobre su productividad, dada la mala calidad del sistema educativo público malasio, de donde salen la mayor parte de los funcionarios malayos (musulmanes). Tanto los sueldos y los salarios en las AAPP, como las contrataciones públicas en el ámbito de la corrupción malayista (casi siempre a favor de los malayos (musulmanes)), no tendrían en cuenta las condiciones de mercado: el crecimiento de los sueldos públicos (9.9% anual de 1998 a 2007) no tendría demasiada relación con el crecimiento de la productividad del trabajo a nivel nacional (2.9%), lo uno sería mucho mayor que lo otro. El gasto total en sueldos y salarios crece un 75% de 2000 a 2009, hasta alcanzar los 38 mil millones de RM. Los gastos en el capítulo de suministros y servicios habrían crecido un 80% (paralelamente al número de utilitarios y 4X4 en manos de funcionarios malayos), por la contratación malayista opaca sin concurso y entre allegados, en el marco de las relaciones entre empresas "Ali-Baba" y las AAPP malayistas: las contrataciones siempre van a empresas bumiputra (de malayos, fundamentalmente), y los precios de los suministros suelen estar inflados artificialmente. Los contratos de infraestructuras de transporte (gastos estructurales), que siempre van a empresas malayas (musulmanas), sin demasiado control por los estudios de coste beneficio, ni mucho menos de externalidad medio ambiental o de polución sonora o estética: se construye sin parar por que estos contratos benefician a las redes clientelares malayas (y las subcontratas chinas o extranjeras). Curiosamente de 2011 a 2014, cuando los precios del petróleo caen en picado las exportaciones de la partida 27, de hidrocarburos, suben (de 40277 millones de dólares a 51.731), y es sólo en 2015 con la crisis en Europa Occidental y cuando los precios parecen haber tocado fondo, que caen las exportaciones malasias (33.074 millones)<sup>603</sup>: sería interesante seguir este dato, dado la sobredependencia del fisco malasio de los ingresos del petróleo.

Por tanto, aquí lo que se puede deducir es que es posible que exista una relación entre el déficit/deuda públicos, y la caída de las reservas totales en oro y divisas malasias: con todas las presiones anteriormente referidas al alza sobre la deuda del Estado Federal, esta se habría mantenido en una horquilla del 52-54%, mientras que las reservas totales en divisas y oro, caen marcadamente, más del 29%: de 133,571, millones de dólares en 2011, se pasa a 93,978 en 2015: el Gobierno de *Najib Tun Razak* afectado por múltiples escándalos financieros<sup>604</sup>, como el de Mahatir, se estaría liberando de una parte del "muro de divisas" con el que Mahatir quiso proteger a Malasia de "los especuladores". Sin embargo, el Banco Mundial habla de "consolidación" de un déficit del Gobierno Federal cuyos crecimientos se han reducido desde lo peor de la crisis (del -6.7% en 2009, cae hasta al -3.6% (esperado) en 2014)<sup>605</sup>. La aplicación del nuevo impuesto indirecto, y por tanto regresivo, la subida al 6% de la General Sales Tax en 2015, equivalente al IVA de la Unión Europea<sup>606</sup>, despierta gran animosidad: la empresa china se percibe una oposición frontal, pues se entiende sólo supone

---

<sup>603</sup> Fuente: Trademap, Base de datos de comercio exterior de NNUU, 2015

<sup>604</sup> LYNCH, DAVID, "1MDB scandal strains US-Malaysia relationship", *Financial Times*, edición online, (Londres, 28.3.2016), en < URL: <http://www.ft.com/cms/s/0/94367b84-f12f-11e5-9f20-c3a047354386.html#axzz45wATWbwJ>>, (accedido el 03.04.2016).

<sup>605</sup> Op. cit., ZACHAU, ULRICH, 06.2014, p. 3.

<sup>606</sup> LAI, ISABELLE, "GST will lead to reduction in Malaysia's shadow economy", Kuala Lumpur, *The Star* (16.09. 2014), en <URL: <http://www.thestar.com.my/Business/Business-News/2014/09/16/GST-to-stabilise-govt-revenue/>>, y SHAH, HAFRIZ, "GST on petrol not yet decided, says Deputy Minister", Kuala Lumpur, en *Paultan.org*, blog de noticias sobre automoción en Malasia (15.09.2014), en < <http://paultan.org/2014/09/15/gst-petrol-yet-decided-says-deputy-minister/#ixzz3DaaMFs5h> > (accedidos el 20.09.2014).

engordar aún más el Estado pro malayos (musulmanes) al calor de la NEP, patentemente ineficaz. Los más pobres acabarían pagando la factura del déficit y deuda públicos, lo que en un país con las desigualdades de Malasia es bastante difícil de sostener: la conciencia social del malayismo, más allá de la dispensa de oportunidades; acciones, trabajos y subsidios entre los malayos (musulmanes), parece bastante escasa para con los chinos e indios pobres, echando leña a una tensión social más que patente<sup>607</sup>.

Con respecto al Medio Ambiente, este un modelo de mineralización del paisaje de las ciudades malasias, al estilo japonés<sup>608</sup>: la construcción sin freno de carreteras, edificios e infraestructuras en cemento y hormigón, se ha basado en una altísima intensidad energética y aporte de recursos naturales y materias primas, pero con baja productividad, algo insostenible en el muy largo plazo y acompañado de una intensísima degradación medio ambiental<sup>609</sup>. Malasia es cada vez más dependiente del exterior energéticamente hablando: el superávit de balanza de pagos de la partida de hidrocarburos cod. HS 27, pasa de 18.221 millones de dólares en 2011 a 11.272 en 2015<sup>610</sup>. Los subsidios a los hidrocarburos en 2009 (24 mil millones de RM), y los del agua (del 7% en el Estado de Perlis al 49% del precio en el Estado de Johor), políticamente muy sensibles, sólo amplificaban un consumo excesivo, ya que los precios como señales de escasez no son operativos. Desde mediados de los 90 son frecuentes, tanto en Singapur como en Malasia, que entre los monzones de primavera y otoño, que el cielo se cubra estacionalmente de una nube de humo ("*The Haze*") persistente durante semanas. Los impactos de la mala calidad del aire tienen efectos patentes en la salud pública: si bien se achaca esta intensísima polución del aire a las quemadas de rastrojos en plantaciones en Indonesia, no es menos verdad que la mayor de estas empresas son malasio-singapurenses. La expresión más triste de la degradación del medio ambiente ha sido la destrucción masiva de bosques tropicales en pos de los monocultivos para la exportación<sup>611</sup>, con un impacto en la excepcional biodiversidad malasia y en el 90% de la polución de los ríos (25000 especies, una de las zonas más biodiversas, delicadas e interesantes del planeta, que atrae un turismo medio ambiental de muy buena calidad). La superficie de bosques tropicales, que cubren todo el país, pasa del 89% en los años 40, al 55% en 1997, incrementando la erosión de los frágiles suelos tropicales. Las tasas de urbanización (del 50% en 1991 al 62% de la población en ciudades) y el creciente peso de la industria pesada en la economía malasia tienen un impacto en forma de contaminación bacteriana de las aguas costeras por la descarga de residuos humanos no tratados, y los efluentes y productos tóxicos (sobre todo la industria del petróleo y la siderúrgica), depositados en ríos y zonas costeras; la destrucción de ecosistemas marinos y manglares es intensísima, y una variedad extensa de atentados contra el medio ambiente. Existen algunos indicadores de mejora de la gestión medioambiental, desde mejoras legislativas e institucionales, mucho más rápidas con el Gobierno Najib desde 2009 (no es una prioridad política ni para el malayismo del UMNO ni el del PAS, siguen atascados mentalmente en los años 80 cuando los recursos naturales parecían interminables), como pueda ser la caída en la proporción de ríos contaminados desde los años 90. En materias medioambientales, Malasia está por detrás de países de

---

<sup>607</sup> Op. cit., NARAYANAM, SURESH, 2012, p. 149.

<sup>608</sup> KERR, ALEX, *Dogs and Demons, Tales from the Dark Side of Modern Japan*, Nueva York, EEUU, Hill and Wang ed. (división de Farrar, Strauss y Giroux, existe otra versión de la editorial inglesa Penguin, de bolsillo), 2001, 432 páginas, pp. 3-51. La ausencia de hormigón en los núcleos urbanos, de edificaciones modernas y pavimentos, es contemplada como síntoma de pobreza: respuesta a la mala calidad de la vivienda y suburbios japoneses.

<sup>609</sup> Op cit., MAUZY y MILNE, 1999, pp. 98 y 117-121.

<sup>610</sup> Fuente: Trademap, base de datos de comercio exterior de NNUU, 2015.

<sup>611</sup> HEZRI, A.A., y DOVERS, S.R., "Shifting the policy goal from environment to sustainable development", en AAVV, *Malaysia's Development Challenges: Graduating from the middle*, 1ª edición al cuidado de Hal Hill et al., Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, 2012, 348 páginas, pp. 276-296.

renta media como Costa Rica, Brasil y Argentina con problemas graves como Malasia, ocupando la posición 38 en el ranking de países del Índice de Sostenibilidad Medioambiental (ESI) y la 56 en el Índice de Desempeño Medioambiental (EPI) de las universidades de Columbia. Ante la falta de capacidad administrativa y la impotencia de las ONGs por la defensa del medio ambiente, existe una gran oportunidad para consultoras españolas del Sector de Consultoría Medioambiental y la Cooperación Española, en todos sus subsectores: desde la gestión de residuos sólidos a la electrónica de procesos industriales. Existe un espacio amplio para economías, en forma de ahorro de recursos (contabilidad medioambiental) y mejora de la calidad de vida en general.

## 2.6 Evolución de la empresa malasia, padrinos y mercados financieros

Los problemas en la empresa malasia desde la crisis de 1998, parten del rescate de las empresas afectadas por la misma, especialmente aquellas controladas por malayos (musulmanes), entre las creadas rápida y artificialmente a través de transferencias de recursos públicos sin contraprestación, y aquellas beneficiadas por la alteración de las condiciones del libre mercado<sup>612</sup>. Estas son empresas controladas por hombres de negocios malayos, chinos e indios, (los "*padrinos*" del siglo XXI), próximas al UMNO malayo (musulmán), relacionadas con el Primer Ministro, Mohamed Mahatir.

Según Mauzy y Milne, Studwell y Gomez, desde 1981 hasta la crisis financiera de 1997 y para favorecer a los malayos (musulmanes), Mahatir habría creado una clase de ""rentistas"<sup>613</sup> dependientes de las concesiones, el crédito y el amiguismo de Estado: los recursos no se estarían asignando de forma óptima, eficiente y competitiva. Mahatir habría utilizado a intermediarios malayos (musulmanes) para extender su control de la economía malasia, como *Daim Zanuddin, Halim Saad y Tan Sri Wan Azmi Wan Hamzah* (Gómez incluye además a *Rashid Hussain; Ahmand Sebi Abu Bakar, Mirzan Mahatir y Yahya Ahmad*). Esto se hizo a través de empresas que, primero, fueron participadas por el UMNO, como comprador de una amplia variedad de negocios: desde el *New Straits Times* (la voz del malayo en inglés, otrora en manos singapurenses y chinas), hasta cadenas de televisión; minas y fábricas. Después, Mahatir habría transferido los activos de las empresas del UMNO a estos intermediarios, a través de las privatizaciones. Los tres primeros empresarios de la lista, los "*Daim boys*", con relación al Ministro de Finanzas, *Daim Zannudin*, verdadero valido de Mahatir en el marco de la aplicación de la NEP y uno de los hombres más ricos de Malasia<sup>614</sup>, habrían sido los principales beneficiarios de las privatizaciones de Mahatir, sin concurso (otorgadas directamente) y con crédito estatal para comprar las empresas (en suma, a los malayos les habrían salido gratis o se habrían transferido activos financieros enormes sin coste alguno): la proximidad al Primer Ministro habría sido suficiente para hacerse con enormes empresas. Una vez privatizadas, para reforzar el poder del naciente empresariado malayo, Mahatir asigna rentas a las empresas de los padrinos vía privatizaciones; contrata públicas; concesiones, monopolios y transferencias de acciones. El "padrino" *Daim*<sup>615</sup> ya habría sido relacionado con el escándalo de la empresa *MAIMCO* para fijar los precios del latón a través de un cártel de empresas, lo que costaría 200 millones al fisco malasio: Malasia es

<sup>612</sup> Op. cit., GÓMEZ, EDMUND TERENCE, 2012, p. 73.

<sup>613</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 1999, pp. 59-62.

<sup>614</sup> YAYASANKARAN, S, "Tycoon Indicted", Hong Kong, *Far Eastern Economic Review* (19.02.2004), p.11, y op. cit. GÓMEZ, EDMUND TERENCE, 2012, p. 79.

<sup>615</sup> Op. cit., STUDWELL, JOE, 2007, p. 244.

potencia productora y exportadora mundial de latón. *Daim* tb. habría sido acusado de obtener beneficios ilícitos en la venta de las acciones del banco *United Malayan Banking Corporation a Pernas*, la empresa de trading gubernamental. En un entorno de mínima supervisión de la contratación pública, varias de estas empresas próximas al Gobierno, quebradas en la crisis de 1997-1998, no habrían estado bien gestionadas y operando con unos niveles de supervisión gubernamental nimios antes de la crisis, fueron rescatadas por el mismo Gobierno a través de compras de acciones a precios exorbitantes. La corrupción y la incompetencia en las postrimerías de la crisis ya era extensa, y la judicatura malasia no habría tomado cartas en el asunto, obviando los errores o la corrupción de los grandes hombres de negocios, políticos o funcionarios malayos (musulmanes), lo que parece haberse institucionalizado. Prueba de esto serían los tres escándalos importantes en torno a la crisis del 97 fueron el de la *Bumiputra Finance Corporation (BFC)*, *MAINCO* y *Renong/UEM*<sup>616</sup>, aunque tb. llamaran la atención las pérdidas del Bank Negara (Banco Central): sus funcionarios le llegarían a costar 2000 millones de dólares al Gobierno de Malasia por operaciones fallidas, especulando en el mercado internacional de divisas: El Gobierno de Mahatir no sólo no iba a reconocer sus errores en el proyecto de creación de una clase alta empresarial malaya (musulmana), si no que iba a rescatar sus empresas fallidas. *La Bumiputra Finance Corporation* le habría costado al Gobierno el 3% por sus operaciones especulativas en el mercado inmobiliario de Hong Kong.

Tras la crisis, el Gobierno Mahatir (seguido por el de Badawi), corta los gastos de su política de edificación y construcción pública faraónico-grandiosa. Luego la constructora *Renong*, dirigida por *Halim Saad*, protegido de Mahatir y Daim, se declaró en bancarrota: su caída fué tanto más cuestionada al haber sido una empresa mimada por el Gobierno, que le habría concedido contratos sin concurso o escrutinio. Tras quebrar, *Renong* es rescatada por la otra empresa gigantesca del malayismo, *UEM*, la líder malasia en las infraestructuras, estratégica para las empresas españolas, líderes globales del sector. El rescate tuvo tal impacto financiero que repercutió en la cotización de la moneda nacional (el RM). Según Lee<sup>617</sup>, *UEM* tb. obtuvo la concesión de la autopista Norte-Sur, la más importante del país en privatización sin concurso público, por su proximidad a Mahatir. *Tajudin Ramli*, habría recibido directamente en su privatización, sin pasar por concurso, la licencia de la empresa de telecomunicaciones *Celcom*, obteniendo participaciones en la *Malaysian Airlines* antes de la crisis de los 90<sup>618</sup>. Finalmente, *Syed Mokhtar Albukary*, es el padrino malayo (musulmán) más rico de Malasia según Forbes en 2014 (7ª fortuna de Malasia, con 3200 millones de dólares<sup>619</sup>), que *Jayasankaran*<sup>620</sup>, dice se enriqueció gracias a los tratos a cargo del erario público con el depuesto Mahatir. Tratante de arroz y ganado, habría sido el preferido por Mahatir tras la pérdida de favor del ministro *Daim Zanuddin* y sus acólitos con la crisis del 97 (*Halim Saad* entre ellos). *Syed* habría recibido financiación pública para poner en marcha la terminal de contenedores del *Puerto de Tanjung Pelepas (PTP)*, y licencias para la generación de energía (las "IPPs", véase más adelante). Algunas de estas concesiones, obtenidas por su proximidad a Mahatir, habrían sido vendidas con ganancias de cientos de millones de dólares: *PTP* por 500 millones y una planta (IPP) de 2100 megavatios de potencia en el estado de Johor, por 200 millones. *Mirzan Mahatir*, es la 15ª persona más rica de

---

<sup>616</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 1999, pp. 68-71.

<sup>617</sup> Op. cit., CASSEY, LEE, 2012, p. 162.

<sup>618</sup> Op. cit., STUDWELL, JOE, 2007, pp. 149 y 248 y CASSEY, LEE, 2012, p. 162.

<sup>619</sup> Fuente: Lista Forbes de las personas más ricas de Malasia, 2014, y op. cit., STUDWELL, JOE, 2007, pp. 159.

<sup>620</sup> YAYASANKARAN, S., "Tycoon Indicted", Hong Kong, *Far Eastern Economic Review* (19.02.2004), p.11 y, op. cit., GOMEZ, EDMUND TERENCE, 2012, p. 79.

Malasia, con una fortuna personal de 1200 millones de dólares<sup>621</sup>, lo que dispara todas las alarmas sobre la honestidad del primer ministro *Mohamed Mahatir*, su propio padre y el entorno de corrupción del UMNO. Mirzan (2014) se sienta en el consejo de administración de *Sapura Kencana*, el gigante de la energía el petróleo y el gas. Mizran también se sienta en el consejo de dirección de *Maxis*, una de las grandes empresas de telecomunicaciones malasia y *Astro Malaysia Holdings*, la única televisión por satélite en Malasia (*Astro* como *UEM* hoy están participadas por la corporación de inversiones del Gobierno malayista, *Kazanah*). Las empresas de Mirzan Mahatir estuvieron al borde de la bancarrota tras las crisis de 1997, luego Studwell cree que la decisión de rescatarlas de su padre, *Mohamed Mahatir*, es la razón las desavenencias/posterior encarcelamiento con/de *Anwar Ibrahim*, el vice primer ministro bajo sus órdenes<sup>622</sup>.

Por otra parte, Mahatir también le da pábulo a una casta de empresarios chinos e indios que, también consiguen hacerse con una gran fortuna a través de sus tratos con el Gobierno. Gómez<sup>623</sup> lista a *Vicent Tan; Ting Pek Khing* y *T. Ananda Krishnan*, que también se beneficiaron de las privatizaciones ventajosas. Mahatir habría tomado consciencia de la importancia del capital chino para la economía malasia tras la crisis económica de finales de los 80, y el rol estratégico que iba a tener ante el ascenso y apertura de la RP China desde su acceso a la Organización Mundial del Comercio, luego conminó a los chinos a cooperar con los malayos (musulmanes), a través de las cuotas étnicas de la NEP. *Krishnan* y *Tan*, serían dos de los "padrinos" no malayos (uno indio, el otro chino), que según Studwell<sup>624</sup> vivirían de las "anomalías estructurales" en la política económica malasia, que les otorgarían beneficios en sus tratos con la élite malaya (musulmana). La supresión artificial de la competencia gracias a los contactos con la alta política, para beneficiar a los padrinos, lo podría ser garantizando o bien monopolios u oligopolios, o bien buscando una fuente de ingresos en un sector en el que por decreto; ley; normativa; concesión; licencia; cuota, fijación de precios, subsidios, nadie pueda competir con la empresa del padrino. Studwell ve en la gran presencia de este tipo de cárteles y mercados intervenidos en los mercados del Sudeste Asiático, una de las razones de la baja competitividad y productividad de sus empresas. Los padrinos no malayos (chinos e indios) serían verdaderos maestros en el arte de las RRPP para con las élites malayas (musulmanas), entreteniéndoles a todo lujo oriental (mansiones en el extranjero; jets, yates, fiestas). Según Studwell, sería costumbre ofrecer a los miembros de las familias reales malayas y a los hijos de grandes políticos del UMNO malayo (musulmán), puestos en la dirección de las grandes empresas, acciones por debajo de los precios de mercado y sobornos en efectivo. Aquí se habrían cultivado lazos familiares a largo plazo, personales y bastante fuertes desde la más tierna infancia. El padre del padrino chino *Robert Kuok* habría jugado al mahjong (cierto ajedrez chino a varias bandas) con *Onn bin Jaafar*, presidente del UMNO malayo (musulmán), y *Robert Kuok* habría ido al mismo colegio que el hijo de *Onn*, es decir con *Hussein Onn*, tercer Primer Ministro de Malasia. El mismo *Kuok* habría estudiado en el *Raffles College* con el futuro primer ministro de Malasia *Abdul Razak*, y el de Singapur, *Harry Lee Kuan Yew*. El padrino *Ananda Krishnan*, se habría mantenido próximo tanto de *Mohamed Mahatir*, como Primer Ministro, como del *Tunku Razaleigh Hamzah*, ministro de finanzas y adversario político de *Mahatir* (se habría ido de vacaciones regularmente con ambas familias): la diplomacia y las alianzas variables tendrían mucho que ver con los beneficios obtenidos en el largo

---

<sup>621</sup> Fuente: Lista de las 50 personas más ricas de Malasia, Nueva York, *Revista Forbes*, 2014, disponible en < URL: <http://www.forbes.com/malaysia-billionaires/> > (accedido el 10.10.2014).

<sup>622</sup> Op. cit., STUDWELL, JOE, 2007, p. 277.

<sup>623</sup> Op. cit., GOMEZ, EDMUND TERRENCE, 2012, pp 65-66.

<sup>624</sup> Op. cit., STUDWELL, 2007, en: pp. xix-xxiv; pp.65-67; p. 69, p. 72 y pp.75-78.

plazo. El padrino *Queck Leng Chan* que habría utilizado sus redes clientelares en torno al premier *Mohamed Mahatir*, y *Robert Kuok*, en torno al Primer Ministro *Badawi*. A su vez, la aristocracia malaya (musulmana), también jugaría un papel en estas redes, ennobleciendo a muchos de estos padrinos o sus familiares, a través de la concesión de títulos no hereditarios. Así se sabe de "*Tan Sri*" (alta nobleza a nivel nacional, de segunda clase) *Quek Leng Chan*; "*Tan Sri*" y además, "*Dato*" (nobleza a nivel de estado, de menor rango) *Vicent Tan* (luego *Tan Sri Dato Vincent Tan*), entre bastantes otros, que controlan los grupos *Hong Leong* y *Berjaya*, respectivamente. La proximidad al Gobierno malayo (musulmán), la lealtad al mismo y la subordinación a sus intereses políticos y redes clientelares de la NEP, determinaría las posibilidades de supervivencia de las grandes empresas privadas malasias. Studwell arguye<sup>625</sup> como en todo el Sudeste Asiático, la supervivencia de la élite política, además de manipular el mismo proceso político y electoral, dependería de las sumas enormes gastadas por los políticos de alto nivel para garantizar su control del poder (las "*elecciones*" que ganan siempre). Estos recursos no podrían obtenerse más que de dos formas: por el control de las empresas por los políticos o por "*donaciones*" de las empresas privadas a los mismos políticos (de parte de los padrinos), generándose relaciones de dependencia estructurales.

Entre otras situaciones de "*apadrinamiento*", Studwell, cita la concesión del antiguo monopolio de las apuestas de caballos a *Ananda Krishnan* por el Gobierno Mahatir. Gracias a Mahatir *Krishnan* habría obtenido también la licencia para el canal de televisión por parabólica *Astro*. Según Studwell y Lee, hasta 2008, *Astro* operó sin competencia alguna, y si ahora la tiene es la de *Telekom Malaysia* (Unifi), la empresa telefónica estatal protegida<sup>626</sup>. *Krishnan*, indio, revende programas extranjeros en chino a toda la población china (la más rica de Malasia), durante casi una generación en condición de monopolio: no hay ni una empresa china en el sector de la televisión de pago. *Kazanah Nasional*, la corporación de inversiones del Gobierno de Malasia, habría aportado el 15% del capital de *Astro*, para darle el empuje de salida necesario. Además, *Krishnan* obtuvo la licencia para *Maxis*, el gran operador de telecomunicaciones, que gracias al sistema de licencias exclusivas otorgado por el Gobierno de Mahatir, habría garantizado su pre eminencia en el mercado. Aunque *Krishnan* pone en órbita el primer satélite malasio y ensalza las virtudes de las nuevas tecnologías, sólo habría adquirido soluciones "*turn key*" (tecnologías ya probadas en países desarrollados, ya listas para su uso y no personalizadas o desarrolladas localmente). El otro negocio en el que Mahatir contribuiría al éxito de *Krishnan* es el de las Torres Gemelas: *Krishnan* construye las *Torres Gemelas* de Kuala Lumpur del argentino *Cesar Pelli*, un proyecto inmobiliario grandioso y enorme (con las connotaciones simbólicas de realce de la "grandeza" de Malasia a la Mahatir, un verdadero "*monumento a Malasia*"), que llegó a ser el edificio más alto del mundo. *Krishnan* se habría hecho con los terrenos de las Torres Gemelas por un coste de 378 millones de Ringgits Malasios, y poco después tasadores independientes las habrían valorado en más de 1000 millones: para comprarlos. *Krishnan* habría podido endeudarse para comprarlos y construir gracias a estas tasaciones, y con el apoyo de Mahatir aseguró que la empresa pública de petróleo *Petronas* se convirtiera en inversora y arrendadora principal de las Torres, por la proximidad de *Krishnan* a Mahatir. *Krishnan* habría obtenido un beneficio del 48% de un complejo valorado en 1300 millones sin poner un sólo céntimo de su propio dinero. La misma empresa *Petronas* habría inyectado fondos en sus empresas con problemas tras la crisis de 1997,

---

<sup>625</sup> Op. cit., STUDWELL, 2007, p. xx.

<sup>626</sup> Ibid., 2007, p. 66 y pp. 246-249.

<sup>627</sup> Op. cit. LEE, CASSEY, 2012, p. 163.

comprando la participación de Krishan en las Torres Gemelas. Finalmente, con la crisis, el Ringgit Malasio acabó devaluándose un 50%, por lo que Krishnan se habría encontrado con enormes deudas en *Astro* y *Maxis* en divisas, por la importación de equipamiento satelital y de telecomunicaciones de alta tecnología ante la caída en picado del Ringgit Malasio en el 98: más que como empresa pública de petróleo, *Petronas* habría servido de banco para los intereses de las empresas de Krishnan<sup>628</sup>, que alcanzarían un valor de 10 mil millones de dólares en 2007.

El otro caso de apadrinamiento es el de los casinos de *Genting* y sus hoteles con 4000 habitaciones, del padrino chino *Lim Goh Tong*: sólo se puede jugar en sus casinos en toda Malasia, y esto es importante dada la inusitada propensión al juego de los chinos (su grupo *Genting* recientemente habría expandido sus actividades a Singapur): esta es una oportunidad bastante buena para las empresas españolas del sector, sobre todo en términos de equipamientos y organización, aquí y en Macao<sup>629</sup>, cuyas cifras de negocio ya superan a las de Las Vegas. Según Studwell, el partenaire malayo (musulmán) de Lim en su casino malasio, sería *Mohamad Noah Omar*, el padrastro de dos primeros ministros de Malasia: *Abdul Razak* y *Hussein Onn*, así como otros accionistas, grandes personalidades malayas, a través de hombres de paja, ya que al ser musulmanes está prohibido el juego. Finalmente, el monopolio de las apuestas deportivas *Sports Toto*, en manos del padrino chino *Vincent Tan*. Studwell y Lee<sup>630</sup>, indican que habría sido obtenido a través de la privatización de loterías sin concurso público a través de sus relaciones con Mahatir y su clique (sus empresas, diversificadas en muchos sectores, antes de la crisis del 97 serían bastante ineficaces, ofreciendo unos dividendos mínimos y obteniendo la mayor parte de sus beneficios de actividades especulativas<sup>631</sup>). Además, Vincent Tan habría obtenido por sus buenas relaciones con Mahatir el *Indah Water Consortium* (el agua, que fue privatizada) y el *Monorail* de Kuala Lumpur. Los monopolios de juego y apuestas son verdaderas máquinas de imprimir dinero sin impactos apreciables ni en la productividad, ni en la tecnología del país, recuerdan al control del opio y las necesidades de los emigrantes chinos por los padrinos de otrora.

Para Studwell, *Robert Kuok*<sup>632</sup> habría sido uno de los primeros padrinos beneficiarios de la política arancelaria para restringir la importación de azúcar y harina, y sería el accionista con el control de 3 de las cuatro principales refinerías de azúcar de Malasia. Kuok además habría sido el principal operador, protegido por licencias otorgadas por el poder malayo (musulmán) en los mercados de las demás mercancías agrícolas: en un país que depende de los mercados internacionales, la seguridad alimentaria es un aspecto estratégico, Kuok habría mantenido relaciones con otros padrinos indonesios como *Liem Sie Liong*, que se habría hecho con gran parte de este negocio en Indonesia en base del monopolio militar de la era Suharto. Además, a Kuok se le habría asignado el grueso de la cuota de importaciones de azúcar fijada por el Gobierno de Malasia (anomalía en la política comercial malasia justificada porque Kuok "*mantuvo los precios estables*"). En la cocina del Sudeste

---

<sup>628</sup> Op. cit., STUDWELL, JOE, 2007, p. 157.

<sup>629</sup> Fuente: "Macao-Estructura de la Oferta", en el sitio Web de la Oficina Comercial de España en Macao, 2015, en < URL: <http://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-pais/informacion-economica-y-comercial/estructura-de-la-oferta/index.html?idPais=MO>>

<sup>630</sup> Op. cit., LEE, CASSEY, 2012, p. 162.

<sup>631</sup> Op. cit., STUDWELL, JOE, 2007, p. 131.

<sup>632</sup> Ibid., 2007, p. 81 y 246-7.

Asiático el azúcar es un ingrediente fundamental y los precios del azúcar relativamente altos<sup>633</sup>, luego si es azúcar en Malasia pertenece a Kuok, y hasta 2013 el mismo consumo de azúcar de los malasios estuvo subsidiado por el Gobierno de Malasia<sup>634</sup>. Kuok, la persona más rica de malasia, tendría intereses en todo tipo de sectores: inmobiliario, financiero y una variedad de sectores no relacionados, lo más lejos de la tecnología posible. *Kuok* personifica el ejemplo de integración vertical de corte monopolista de los padrinos del Sudeste Asiático: no sólo tendría refinerías de azúcar, si no plantaciones de azúcar; empaquetadoras de azúcar, así como barcos para azúcar. El padrino singapurense *Francis Yeoh*, y su grupo empresarial *YTL*, como la familia de *Lim Goh Tong* (los "*Lim*") y *Ananda Krishnan*, gozarían de licencias para producir energía como Productoras Independientes de Energía (*IPPs*). En 2007 las *IPPs* producirían energía con base al gas con subvenciones vía dos EREs públicas: la de petróleo, *Petronas*, y la compañía eléctrica nacional, *Tenaga Nasional*. Ambas están controladas por malayos (musulmanes), y sus mercados altamente protegidos de la competencia por ley. Según Lee<sup>635</sup>, las tres licencias de las *IPPs* habrían sido adjudicadas a los tres padrinos por el Gobierno sin concursos abiertos (por su proximidad al premier Mahatir). Además, *Tenaga Nasional* tendría que comprarle por ley la energía a las *IPPs* a un coste más caro (15.5 sen por kw, en la *IPP* de *YTL*), que el coste de producción al que la misma *Tenaga Nasional* la producía antes de la misma liberalización (8-10 sen por kw): se habría "*liberalizado*" la provisión de energía para la red eléctrica, supuestamente para introducir competencia a la misma *TNB*, pero luego se habrían fijado tarifas más caras que las de *TNB*. La política de rápida puesta en marcha de las *IPPs*, se habría justificado para mantener cierta "*estabilidad en el suministro*" para compensar "*escaseces estacionales*", pero, los beneficios para el consumidor no serían, ni mucho menos, aparentes.

Por otra parte, Gómez<sup>636</sup> cita a tres empresas de las 20 más importantes de Malasia en 2009, las que habrían mantenido cierta independencia política frente al UMNO malayista, entre las más profesionales y mejor gestionadas del país, manteniendo relaciones separadas con la clase política malaya y no de forma colectiva, lo que disminuiría su capacidad de negociación/soportar las presiones del Estado: *PPB*; *Public Bank* (banco controlado por *Teh Hong Piow*, la cuarta fortuna de Malasia, con activos de 5600 millones de dólares, próximo a Mahatir) y *Kuala Lumpur Kepong* (o *KLK*, en plantaciones; oleo química, bienes raíces e inmobiliario). Las grandes empresas privadas, mayoritariamente chinas, son empresas familiares (hasta el 40% del total de empresas cotizadas en Malasia), conglomerados que operan en una gran variedad de sectores. Estas serían las dos razones por las que existirían problemas a nivel de la baja profesionalización y especialización de la dirección de las empresas. Dada la naturaleza de las redes clientelares chinas (la "*guanxi*"): en las altas esferas empresariales chinas, lo importante no es saber hacer bien las cosas (*know how*), sino tener buenos contactos o ser familiar (*know who*). La selección de altos ejecutivos es más por el "*know who*" que por el "*know how*". Este aspecto tiene, según Gómez impactos en la escasa provisión de I+D+I . Además, Gómez indica que no hay evidencias que informen sobre ganancias sustanciales en productividad y avance en las curvas de aprendizaje para las nuevas tecnologías en las grandes empresas familiares. Para Studwell, los capitales de los "*padrinos*" se habrían alejado de los sectores de exportación, más rentables, y la dificultad técnica y complejidad organizativa,

---

<sup>633</sup> ANÓNIMO, "Malaysia's rising food and fuel subsidy costs", Kuala Lumpur, video en la cadena de TV BBC World (18.07.2012), en < <http://www.bbc.com/news/business-18881034> >, (accedidos el 1.10. 2014, este y el siguiente).

<sup>634</sup> SUGANYA, L., "Budget 2014: GST, sugar subsidy removal foremost on Malaysians' minds", Petaling Jaya, The Star (25.10.2013), en < <http://www.thestar.com.my/News/Nation/2013/10/25/Budget-2014-reax-GST-sugar/> >

<sup>635</sup> Op. cit., LEE, CASSEY, 2012, p. 163.

<sup>636</sup> Op. cit., GÓMEZ, EDMUND TERRENCE, 2012, pp. 77-78.



lo que sería un coto reservado a las multinacionales. Los padrinos no desarrollan la industria malasio -singapureña de exportación de los 60 a los 90, si no el gran capital internacional en conjunción con las PYMES chinas e indias subcontratantes de las multinacionales: este tipo de empresas serían las responsables del milagro asiático<sup>637</sup>. Las "anomalías estructurales" garantizarían una riqueza enorme a las empresas de los padrinos en sectores en sectores de tecnologías bajas o medias, y con poca intensidad tecnológica y/o organizativa, luego no habría interés en invertir en I+D+I o mejoras organizativas: Las empresas dirigidas por la casta de "padrinos" generalmente registrarían menores niveles de productividad que la media de las empresas de los sectores en los que operan, luego habrían contribuido poco al milagro económico del Sudeste Asiático. Entre las empresas con esta problemática, Gomez<sup>638</sup> apunta a las siguientes: *Genting* (del padrino *Lim Goh Tong*); *Kuok Brothers* (*Kuok Group*, del padrino *Robert Kuok*); *Usaha Tegas* (del padrino *Ananda Krishnan*, que es indio); *Berjaya* (del padrino *Vincent Tan*); *YTL*, *MMC Corporation* y *Lion*: el verdadero objetivo de las empresas de los grandes padrinos para Studwell sería, lo primero, asegurar ingresos a través de la obtención de favores políticos (p. ej., concesiones; monopolios; exenciones fiscales, subvenciones y aranceles). Una vez se aseguran las fuentes de ingresos vía anomalías estructurales en detrimento de la libre competencia, los padrinos se lanzarían a diversificar sus fuentes de ingresos aleatoriamente en centenas de actividades (en las que no están especializados). Por ejemplos, Studwell toma al padrino chino *Queck Leng Chan* (dueño del grupo *Hong Leong*), propietario de empresas en sectores tan dispares como el aire acondicionado; los semiconductores; inmobiliario y actividades financieras (cientos de empresas bajo el control de un sólo padrino); y el padrino *Ananda Krishnan* que opera en el juego; el inmobiliario; las telecomunicaciones o los canales de parabólica, o en la animación por ordenador y el negocio del petróleo y el gas<sup>639</sup>. Finalmente, Gómez reincide en el aspecto más importante que retraería la I+D+I (y la inversión privada) en Malasia<sup>640</sup> hasta 2012, es el miedo del empresariado indio y chino de que la política de discriminación del Gobierno, la NEP/NDP, signifique que sus intereses o bien sean expropiados por el Gobierno malayo (musulmán), o a perder el control de sus empresas por sus intervenciones.

Aunque<sup>641</sup> se da una gran concentración inusual de riqueza en algunos individuos malasios dentro de cada grupo empresarial, verdaderos "famosos" en la vida social malasia, no existirían participaciones cruzadas entre grandes grupos empresariales privados (sobre todo chinos, y algunos indios) que puedan servir como contrapeso al Gobierno de Malasia, lo que refuerza el control malayista de la economía a través de las múltiples EREs públicas. Sin embargo, se darían participaciones cruzadas dentro de cada uno de los 100 primeros grupos empresariales más importantes de Malasia, y Gómez pone al grupo *Hong Leong* del magnate *Queck Leng Chan*<sup>642</sup>, como ejemplo, muy diversificado *en banca y seguros; inmobiliario, bienes raíces y fabricación*, que cuenta con el *Hong Leong Bank*, su propio banco y una división industrial<sup>643</sup>. Ninguno de estos cien grupos bajo el control de un individuo o una familia de empresarios controlaría las 20 primeras empresas en el ranking malasio por neto patrimonial. Estos grupos, familiares o no, se organizan esquemas piramidales de participaciones cruzadas en las que se compromete el capital mínimo (apalancamiento de recursos), para

<sup>637</sup> Op. cit., STUDWELL, 2007, p. xiii y p. xxi.

<sup>638</sup> Ibid., GOMEZ, EDMUND TERRENCE, 2012, pp. 77-78.

<sup>639</sup> Op. cit., STUDWELL, 2007, pp. 81-82.

<sup>640</sup> Op. cit., GÓMEZ, EDMUND TERRENCE, 2012, p. 80.

<sup>641</sup> Ibid., 2012, pp. 74-78.

<sup>642</sup> Ibid., 2012, pp. 77-78.

<sup>643</sup> Op. cit., STUDWELL, JOE, 2007, p. 271.

controlar redes amplias de empresas interrelacionadas, es decir, un capital máximo, a nivel internacional. Esto tiene consecuencias en términos políticos, pues no hay contrapeso al monopolio del poder político del Barisan Nasional (UMNO malayista): la diversidad de orígenes étnicos y unidad de propósito en las comunidades chinas pueda jugar un papel, así como su cultura de baja confianza<sup>644</sup>. La falta de concentración industrial o de grupos empresariales, supondría la subordinación de los intereses chinos a los del Estado malayista (musulmán). Seis de las diez primeras empresas malasias en 2010 eran controladas por el Estado y sólo tres eran controladas por intereses chinos (lo que contrasta en el ranking de personas más ricas de Malasia, la mayoría de ellas son chinas, lo que apunta a las grandes inversiones de las comunidades chinas en el extranjero post 1998 y la fuga de capital chino, y se pone como ejemplo a *Robert Kuok*, la persona más rica de Malasia, que tiene bastante dinero en Hong Kong). Entre aquellas empresas que se habrían aventurado a invertir en el exterior según Gómez, se encontrarían las pertenecientes a los padrinos de Studwell: *Robert Kuok; Ananda Krishnan; Francis Yeoh y Quek Leng Chan*<sup>645</sup>. Además, ninguna de las 20 empresas más importantes de Malasia en 2009 operarían en sectores punteros o actividades de alta tecnología o valor añadido (como son la biotecnología; TICs, servicios médicos), y ninguna entre las diez primeras se dedica a actividades industriales. Esto es interpretado por Gómez como fracaso de las políticas gubernamentales de industrialización. Las grandes empresas están a la cola en lo que a I+D+I y aumentos de productividad y mejoras organizativas se refiere. *Azmin Hashim*, que prosperó antes de la era Mahatir, sería el único malayo (musulmán), entre los detentores de las 20 primeras empresas malasias, lo que es muestra del fracaso de la política de discriminación positiva malayista (NEP) de Mahatir<sup>646</sup>.

A partir de 1981, y a través de la corporación para la industria pesada HICOM<sup>647</sup>, Malasia inicia bajo Mahatir una política de industrialización para diversificar su dependencia en los sectores tradicionales de la industria malasia (transformación de materias primas importadas; alimentación, ensamblaje de componentes, industrias químicas) que suponga un mayor componente tecnológico local con la ayuda de empresas multinacionales. Para este propósito Mahatir liberaliza parcial, coyuntural y sectorialmente la cuenta de capital para permitir la entrada de la IDE, sin la que es imposible crecer en sectores que precisan de grandes inversiones y largos procesos de gestación para generar beneficios (largo placistas). Estos proyectos de industria pesada fueron un fracaso, como el discutido mega proyecto de la presa de Bakun en Sarawak<sup>648</sup>: tras el rescate de Ekran, empresa concesionaria, la cotización del RM tb. llegó a resentirse. Especialmente, el proyecto estrella de Mahatir, el del automóvil nacional de la empresa Protón, primero bajo el malayo *Jahaya Ahmad*, uno de los allegados a Mahatir, y luego bajo el *Tengku (Príncipe) malayo Mahaleel Ariff*. Fabricado con tecnología japonesa *Mitshubishi*, aparece el problema del coste de oportunidad de la política industrial: el mercado de Malasia era bastante pequeño para generar las economías de escala y soportar los altos costes fijos (y de I+D+I) necesarias para competir a escala internacional con los grandes gigantes de la automoción, además de la gran competencia de las multinacionales japonesas en Tailandia, y los impuestos a la importación de automóviles de Malasia entre los más altos de Asia (hasta el 145% en los años 90, algo más que al día de hoy si se suman los

---

<sup>644</sup> Op. cit., MCCARTHY, 2006, p. 73.

<sup>645</sup> Op. cit., STUDWELL, 2007, pp. 243-249.

<sup>646</sup> Op. cit., GÓMEZ, EDMUND TERRENCE, 2012, p. 67.

<sup>647</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 1999, pp. 64-65.

<sup>648</sup> Ibid., 1999, p. 120.

impuestos indirectos)<sup>649</sup>: el producto nacional, bastante caro y sobreprotegido, habría carecido de estándares internacionales de calidad. Además, hubo grandes problemas para producir acero para *Protón*, como demostrarían los intentos de producir acero de formas alternativas experimentales con subsidios públicos, a través una joint venture entre la empresa malasia *Perwaja* y la japonesa *Nippon Steel*, al cargo del magnate chino *Eric Chiá*, protegido de Mahatir. Este experimento acabó en deudas de 4 mil millones de dólares, cubiertas por el Estado: El escándalo de la empresa *Perwaja* sería, según Jayasankaran, otra prueba de la corrupción pro malayos (musulmanes) de la NEP en torno a Primer Ministro<sup>650651</sup>.

Más tarde, el Primer Ministro *Abdullah Badawi* (2004-2008) habría puesto cierto orden con su política de reformas con impactos positivos en el sector del automóvil, empezando por las grandes EREs públicas. Badawi decide abrirlas al capital privado y que estas coticen en bolsa (en 2005 ya suponían el 35% del mercado bursátil), diseñando una serie de indicadores de eficacia y buena gobernanza para las mismas, para favorecer la provisión de servicios públicos eficaces. El éxito de las reformas de la Era Badawi se puede ver en la nueva empresa de automoción, *Perodúa*, el productor de pequeños automóviles (parecidos a los antiguos *Mini Morris*) que sí que habría sido un éxito, desarrollando un sector de la automoción que pudiera orientarse a la exportación. Una vez comprendidos los errores de la empresa *Protón*, donde se privilegiaba un accionariado y proveedores malayos (musulmanes), en *Perodúa* existe un accionariado más variado y una contratación más eficaz y abierta en la provisión de partes de automóviles (cayendo sus aranceles de importación que pasaron de un máximo del 300% al 40%<sup>652</sup>, aunque se mantienen altas proporciones de contenido local obligatorio). El accionariado de *Perodúa* serían grandes EREs bajo control gubernamental malayo como *UMW* y *PNB Equity Resource Corporation*, pero también incluiría a accionistas japoneses (detrás de la tecnología), como *Daihatsu* y *Mitsui*, y empresas que cotizan en bolsa como *MBM Resources*.

Por otra parte, la política de apoyo a la PYME y al agro de *Badawi*, contrasta marcadamente con la política de promoción de la gran empresa, grandes infraestructuras y edificaciones suntuarias (de mayor o menor utilidad) de su predecesor Mahatir<sup>653</sup>. El fomento de la empresa malaya (musulmana) dependía de un sistema de proveedores malayos que vinculaba a las PYMEs a las grandes *Empresas Relacionadas con el Estado*, y a las multinacionales, de forma que las grandes empresas servirían para que las PYMEs tuvieran acceso al mercado nacional e internacional<sup>654</sup>. Este sistema de "proveedores vinculados" (en suma, protegidos y malayos), es el que se aplicó para la empresa nacional de automóviles *Protón* para las partes de automóviles en la era *Mahatir*, y fue un desastre sonado (la mala calidad de las partes, entre otros problemas)<sup>655</sup>. Entre los problemas de las PYMEs malayas (musulmanas), está la supremacía de la PYME china e india en todo lo relativo al comercio, la distribución y las finanzas: si no hay acceso al crédito o acceso a stocks de producto, difícilmente puedan

<sup>649</sup> MALAYSIAN AUTOMOBILE ASSOCIATION, Estructura de los impuestos de importación de vehículos en Malasia, disponible en <URL: [http://www.maa.org.my/info\\_duty.htm](http://www.maa.org.my/info_duty.htm)>, (accedida el 17.07.2014).

<sup>650</sup> JAYASANKARAN, S, "Tycoon Indicted", *Far Eastern Economic Review* (Hong Kong, 16.02.2004) y

KENT, J, "Malaysian steel boss goes on trial", BBC online (Kuala Lumpur, 02.08.2004), en <URL: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/asia-pacific/3526976.stm>>.

<sup>651</sup> ANÓNIMO, "Accused Malaysian Boss, Goes Free", BBC online (Kuala Lumpur, 26.06.2007), en < URL: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/business/6239900.stm>> (accedido el 15.10.2014), y, op. cit., STUDWELL, JOE, 2007, p. 277.

<sup>652</sup> YAYASANKARAN, S, "Tycoon Indicted", Hong Kong, *Far Eastern Economic Review* (19.02.2004), p.11.

<sup>653</sup> YAYASANKARAN, S, "The new way: Think small", Hong Kong, *Far Eastern Economic Review* (06.11.2003), p. 14.

<sup>654</sup> Op. cit., GÓMEZ, EDMUND, TERENCE, 2012, pp. 68-71.

<sup>655</sup> Fuente: Experiencia personal del autor, quién usó tres vehículos Proton: uno de 1998, y otros dos en 2008 y 2009.

prosperar. Además, la religión islámica les aleja del sector financiero tradicional, de sectores rentables y prácticas comerciales bastante frecuentes en las redes de la Diáspora China: el Islam prohíbe la "riba"(usura)<sup>656</sup>, y la "gharar" (ambigüedad). Los grandes supermercados (*Tesco, Giant; Aeon*), fueron persuadidos para poner a disposición de sus consumidores alimentos "halal" en sus estantes (aceptables para los musulmanes y producidos por empresas malayas). La crítica no se dejó esperar: las muchas PYMEs chinas del sector manifestaron su rechazo a esta política que las discriminaba en mercados bastante lucrativos para ciertos productos producidos más eficazmente.

Sin embargo, al calor de las multinacionales, aparecen PYMEs chinas e indias (sobre todo chinas), lideradas por ex empleados de empresas multinacionales, algunas de muy competitivas y de gran interés para la deslocalización de inversiones españolas en sectores de tecnologías medias-altas. Estas empresas habrían empezado como subcontratas de las multinacionales, para acabar siendo grandes empresas en los mercados nacional e internacional. Empresas chinas como: *Unico Holdings Sdn Bhd* (química farmacéutica, recientemente adquirida por Perrigo, de los EEUU), *Eng Teknologi Holdings* (discos duros) y *Globetronics* (semiconductores). El bajo respeto a la Propiedad Industrial e Intelectual en Malasia<sup>657</sup>, la cultura de la "baja confianza" entre las empresas chinas<sup>658</sup>, que serían reticentes a compartir sus tecnologías y sus ventajas competitivas en base a activos intangibles, y la NEP pro malayos (musulmanes), habrían retraído el crecimiento de la PYME malasia. La NEP, también retraería los montantes dedicados a la I+D+I y la absorción de la tecnología en las redes de PYMEs malasias subcontratadas por las multinacionales, retrayendo los efectos de "spillover" de las altas tecnologías importadas por las multinacionales. La empresa china no quieren cumplir las cuotas étnicas de la NEP, ni la *Participación Bumiputra*, ni la *Cuota Bumiputra* (que reserva acciones y empleos a malayos (musulmanes): en suma, al negarse a colaborar con la política de transferencia de rentas por discriminación positiva malayista, las PYMEs ni ganan tamaño, ni negocio, ni mejoran las curvas de aprendizaje ni las economías de escala y por tanto disminuyen los recursos para I+D+i<sup>659</sup>. Cuando la PYME se constituye como Empresario Individual (*Sole Proprietorship*), no hay obligación de cumplir con las cuotas étnicas, sólo obligatorias si se adoptan formas societarias. Consecuentemente, no se constituyen ni *Sdn Bhd* (lo más parecido a una Sociedad Limitada en el Derecho Mercantil español), ni *Bhd* (lo más parecido a una Sociedad Anónima, cotizada en bolsa), y en su lugar nos encontramos con una pléthora de micro PYMEs chinas e indias en forma de Empresario Individual (*Sole Proprietorship*). Además de las exclusiones típicas de las AAPP malayistas, que discriminan a favor de las empresas en manos de bumiputra (malayos (musulmanes), fundamentalmente), en términos de concesión de licencias y contratos públicos, el apoyo recibido por las PYMEs para el desarrollo tecnológico suele ser incorrecto: se fomentaría a aquellas PYMEs al cargo de proyectos "revolucionarios", de poca utilidad, y no a aquellas que ponen en marcha "mejoras incrementales": a las AAPP sólo les importaría la imagen pública<sup>660</sup>.

---

<sup>656</sup> Op. cit., MEOW-CHUNG YAP, MICHAEL y KWEK KIAN TENG, 2012, pp. 123-126.

<sup>657</sup> AAVV, "Malaysia, Special 301 Report on Copyright and Protection and Enforcement", Informe anual sobre el estado de la Propiedad Intelectual en Malasia de la *International Intellectual Property Alliance* (IIPA), Washington, EEUU, pp. 194-198, en < URL: <http://www.iipa.com/rbc/2014/2014SPEC301MALAYSIA.PDF>>, (accedido el 05.12.2014).

<sup>658</sup> Op. cit., MCCARTHY, 2007, p. 73.

<sup>659</sup> Op. cit., HILL, HAL, 2012, pp. 37-38.

<sup>660</sup> Op. cit., GÓMEZ, EDMUND TERENCE, 2012, p. 78, y BUNGE, MARIO, *Seudociencia e ideología*, Alianza Editorial, Madrid, 1985, pp. 196-211.

Para Studwell, los efectos negativos de la intervención de los grandes "padrinos" en la economía del Sudeste Asiático, se centrarían en estrategias de control o manipulación de bancos, empresas y el sistema financiero<sup>661</sup>. Los padrinos utilizarían sus participaciones en los bancos comerciales para hacerse con el dinero de los depositantes (sus "huchas"). El préstamo bancario significaría de la mitad a cuatro quintos de los activos financieros en los países del Sudeste Asiático en 1997, mientras que esto sólo habría significado un quinto en los EEUU, y habría crecido a tasas de hasta el 20% en los años previos a la crisis financiera de 1997 (para Malasia, Meow y Kwek calculan que de los 1131 miles de millones de RM de los activos del sistema bancario malasio, el 70% estaría en manos de bancos comerciales, y los bancos de inversión y demás empresas financieras controlarían el 30% restante)<sup>662</sup>. La sobre diversificación en participaciones en otros bancos; acciones, bonos e instrumentos de leasing y otros métodos, habría servido para compensar la sobre dependencia en los balances de los bancos en el préstamo bancario a las empresas de los padrinos. En suma, el padrino adueñaría el banco y este utilizaría el préstamo bancario corporativo para nutrir a sus propias empresas, unas empresas a las que luego esquilma (con sobre costes, vendiendo por debajo de precio de mercado a otras empresas de los esquemas piramidales del mismo padrino, y otros métodos cuestionables). Las empresas con pérdidas entrarían en quiebra afectando el balance del banco que les presta, entrando este último en bancarrota, dejando a los depositantes y accionistas sin dinero: la consecuencia es que el padrino se queda con el dinero del banco y el Estado tiene que rescatar o cerrar el banco. Studwell apunta aquí a los problemas de supervisión del sector bancario y los mercados de capitales (Comisión del Mercado de Valores y Banco Central), y encuentra en estas prácticas corruptas de financiación la raíz de la crisis del 97: dada la baja capacidad administrativa en estos países y los arreglos con la élite política de la casta de padrinos, auto concederse préstamos habría sido extraordinariamente fácil en todo el Sudeste Asiático. Este tipo de capitalismo parasitario, habría tenido unos impactos muy negativos en la economía del Sudeste Asiático.

Como ejemplos de padrinos depredatorios, estarían el singapurense *Khoo Teck Puat*: vice presidente del grupo de bancos de su grupo étnico chino *hokkien*, fusionados en el ahora Banco *OCBC* en Singapur: *Khoo* se traslada a Malasia en 1959 para montar la *Malayan Banking Corporation* que abre 100 sucursales en sólo 6 años. Una gran parte de los fondos del banco habrían sido invertidos en los propios negocios de *Khoo* en inmobiliario y hoteles singapurenses. Los rumores de "saqueo" del banco habrían llevado a su intervención por la autoridad malasia en 1966<sup>663</sup>. *Khoo* también se habría hecho con los haberes de miembros de la familia real de Brunei, a través de su *National Bank of Brunei* en 1965 (Brunei es un sultanato minúsculo, que entonces contaba con una supervisión bancaria mínima). A la muerte del *Sultán Omar Alí Saifuddien III*, padre del sultán actual, se realizó una investigación sobre el *National Bank* que resultó en el ingreso en prisión del hijo del mismo *Khoo*. La corrupción en Brunei también sería extensa: a la altura de 1998, el mismo Gobierno de Brunei no habría publicado ni siquiera las cifras de los Presupuestos del Estado<sup>664</sup>. El mismo año en el que el *National Bank* quiebra, 1986, *Khoo* habría invertido 300 millones de dólares en participaciones en el banco británico

---

<sup>661</sup> Op. cit., STUDWELL, 2007, pp. 107-109.

<sup>662</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 1999, pp. 75-76.

<sup>663</sup> Op. cit., MEOW-CHUNG YAP, MICHAEL y KWEK KIAN TENG, 2012, p. 123.

<sup>664</sup> ANÓNIMO, "Scandal, but island's richest man held on. Tan Sri Khoo Teck Puat, Financier, hotelier, 1917-2004", Sidney, Australia, obituario en el *The Sidney Herald* (08.04.2004).

<sup>664</sup> ANÓNIMO, "Brothers Grim: The Scandal In Brunei", Nueva York, *Bloomberg Businessweek* (09.08.1998), en < URL: <http://www.businessweek.com/stories/1998-08-09/brothers-grim-the-scandal-in-brunei> >, (accedido el 28.10.2014).

*Standard Chartered* (que valdrían 2700 millones el día de su muerte en 2004). Khoo se libró de la cárcel en Brunei gracias a un acuerdo económico con su Gobierno.

Los bajos intereses por los enormes capitales tomados a crédito en las bolsas del Sudeste Asiático, tb. beneficiarían al modelo de capitalismo parasitario de los "padrinos" que operaría a escala internacional<sup>665</sup>. La cultura de la "baja confianza"<sup>666</sup> en las instituciones de las etnias "nativas" de las comunidades chinas de la Diáspora, s), y su incapacidad para proveer un Estado del Bienestar moderno, estaría detrás del bajo capital social (infraestructuras, servicios públicos), así como el ahorro forzoso en esquemas como el *EPF* de Malasia y el *CPF* de Singapur (aportaciones obligatorias de los trabajadores al fondo de pensiones nacional por capitalización), que explicarían las altísimas tasas de ahorro sobre el PIB a escala regional. Este es el primer determinante de los bajos tipos de interés en los mercados de capitales de la región. Para Studwell, los recursos del *EPF* de Malasia son la "hucha" del Fondo de Inversiones público *Permodalan Nasional Berhard*, y los de *CPF* de Singapur, la "hucha" de la *Corporación de Inversiones del Gobierno de Singapur*. Sus recursos habrían sido canalizados, muchas veces por razones políticas, a los mercados locales con tasas de rentabilidad más bajas que los internacionales. Al exceso de fondos prestables habría contribuido el flujo inusitado de capital extranjero en forma de IDE en los años previos a la crisis del 97 (fundamento del modelo de IDE de las multinacionales para fomentar las exportaciones a escala regional). Los excesos de oferta de depósitos bancarios consecuencia de las altas tasas de ahorro frente a la demanda de créditos (y de inversión productiva), habrían determinado tipos de interés y tasas de retorno de la inversión (ROC)<sup>667</sup> bajísimas, mínimos hasta los primeros años del siglo XXI, muchas veces negativos para productos de inversión en los productos financieros de la banca al por menor (fondos de inversión, depósitos)<sup>668</sup>. Las tasas de rentabilidad, medidas por el retorno de inversión (ROC) de 1998 a 2007 en Malasia (267%) y Singapur (467%) (véanse tablas 10 y 11, más adelante), estarían a años luz de las obtenidas en los mercados emergentes de Iberoamérica, muchísimo más altas (4792%) y Europa del Este (1001%).

Los bajos tipos de interés y el flujo interminable de abundantes recursos financieros, no habrían propugnado mejoras en la tecnología o la organización empresarial de los grupos de los padrinos para atraer capitales, amortizar costes financieros o pagar dividendos, como hacen las empresas en los mercados occidentales. A diferencia de los mercados occidentales y dadas las "anomalías estructurales", consecuencia de la alteración de los mercados privados para beneficiar a las empresas de los padrinos, la bolsa no estaría reflejando las condiciones objetivas ni de los mercados, ni la situación económica nacional, por no hablar de la protección o fomento de determinadas EREs: En EEUU; en Japón, en Corea o la UE, las empresas estarían sujetas a la tensión competitiva nacional e internacional y las cotizaciones reflejarían la situación interna de las empresas y de los mercados. Sin embargo, la rentabilidad en los sectores no protegidos, dirigidos a la exportación en Malasia, serían liderados por multinacionales que se benefician de los bajos costes de producción

---

<sup>665</sup> Op. cit., STUDWELL, 2007, pp. 109-112. y 121-122.

<sup>666</sup> Op. cit., MCCARTHY, p. 73.

<sup>667</sup> Nota: La ROC en balances sería = Beneficio Después de Impuestos / (Valor de la Inversión = (Pasivos + Fondos Propios (Capital y Reservas) - Dinero en Efectivo)).

<sup>668</sup> Fuente: Véanse, por ejemplo, la página de productos de inversión en banca al por menor del banco HSBC en Malasia, en <URL: <http://www.hsbc.com.my/1/2/personal-banking/investments> >, (accedido el 12.12.2014).

<URL: [http://www.maybank2u.com.my/mbb\\_info/m2u/public/personalChannel01.do?channelId=INV-Investment&chCatId=/mbb/Personal/INV-Investment](http://www.maybank2u.com.my/mbb_info/m2u/public/personalChannel01.do?channelId=INV-Investment&chCatId=/mbb/Personal/INV-Investment)>, (accedidas el 29.10.2014).

(laborales, materias primas y financieros) y compiten en los mercados mundiales. Las empresas multinacionales no cotizarían en las bolsas del Sudeste Asiático, luego sus altas tasas de rentabilidad no se reflejarían en los índices bursátiles locales. El bajo atractivo de los mercados de renta fija y variable de las empresas privadas, se explicaría por la especialización de los grupos empresariales de los grandes padrinos a escala del Sudeste Asiático en la expropiación de los recursos invertidos en participaciones minoritarias: las garantías sobre los derechos de propiedad del pequeño accionista con participación minoritaria, serían pocas o a peor ningunas en un entorno de supervisión débil de la Competencia, los mercados de valores y las operaciones mercantiles por baja capacidad administrativa, autoritarismo y poca transparencia. Studwell pone por ejemplo al padrino malasio *Robert Kuok* como verdadero maestro en este tipo de operaciones de alcance internacional en el Sudeste Asiático (atraer pequeños inversores, para luego esquilmarlos). Estas operaciones llegaron a llamarse "*operaciones matador*", por sus connotaciones taurinas. En particular el Gobierno de Malasia no sólo no habría sido capaz de hacer respetar las leyes mercantiles para defender al pequeño accionista de los padrinos, si no que las relaciones entre los grupos de padrinos y el Gobierno se manifestarían en exenciones a favor de los grupos empresariales de los mismos padrinos como, por ejemplo, en las privatizaciones adjudicadas a grupos empresariales sin concurso público, para favorecer las redes clientelares de alto nivel. Estas privatizaciones habrían estado sujetas a leyes que las considerarían como *Secretos de Estado*. Entre las técnicas para desposeer de sus haberes a los pequeños inversores se mentan los movimientos especulativos a través de operaciones financieras complejas en bolsa llevadas a cabo por ejecutivos anglosajones ("*gheilos*") al servicio de empresas de padrinos, como pueda ser el "*insider trading*".

Tabla 9  
Tasa de Ahorro Nacional/PIB en porcentaje<sup>669</sup>, 2004-2012

País/Año	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Alemania	22.28435	22.31435	24.56691	26.64517	25.37711	22.43969	23.58938	24.42112	24.18728
Malasia	35.137	36.81554	38.79631	38.76688	38.51989	33.35709	34.22876	34.85493	31.8656
Singapur	41.06192	43.33516	47.27983	49.09213	44.86963	44.48431	51.53243	50.12213	48.08218
España	22.97911	22.45373	22.25253	21.25568	19.73954	19.39007	18.71381	17.56493	18.9338
Tailandia	28.48376	27.85463	30.01419	33.43608	30.56976	29.91584	30.95669	30.72519	30.22963
EEUU	17.58294	17.96629	19.22985	17.38514	15.58945	14.47026	15.1696	15.94474	16.54189
Vietnam	24.67538	34.47044	35.60844	31.49829	27.24882	28.57011	30.47086	27.71583	31.61473
Este de Asia/ Pacífico (países en desarrollo)	42.75453	44.10302	47.20001	47.38918	48.33844	48.54704	48.16022	46.02784	46.4149

Fuente: Estadísticas del Banco Mundial, 2014

Tabla 10<sup>670</sup>,  
Retorno de la inversión (ROC), 1993 -2007 y 1998-2007

	EEUU	Reino Unido	Europa del Este	Iberoamérica	Hong Kong	Singapur	Malasia	Tailandia	Indonesia	Filipinas
% Retorno 1993-2007	314	314	721	568	270	128	58	-9	71	-10
% Retorno 1998-2007	770	558	647	4792	1011	467	267	247	554	198

Fuente: Op. cit., Studwell 2007, p. 219. Los retornos se calculan para 01.01.1993 a 25.10.2006.

<sup>669</sup> Fuente: Estadísticas del Banco Mundial.

<sup>670</sup> Fuente: Op. cit., STUDWELL, 2007, p. 219: La rentabilidad se mide como el retorno de la inversión de las empresas en índices el primer año (supone la reinversión de dividendos de un año el siguiente). Studwell, calcula los rendimientos basándose en los índices de Morgan Stanley (MSCI) y a través de cálculos propios.



Además, los monopolios con intereses internacionales de empresas de padrinos verticalmente integradas, utilizarían la técnica de los precios de transferencia internacionales entre sus filiales y empresas vinculadas para minimizar los pagos fiscales a las haciendas locales, incluidas las de Malasia y Singapur<sup>671</sup>. Sentado esto, la forma más fácil de hacerse con el dinero del pequeño inversor sería utilizar las relaciones entre los cientos de empresas de los grupos de los padrinos, que operan en decenas de sectores y en varios países asiáticos, muy especialmente cuando en algunos países asiáticos no existirían registros públicos sobre bastantes de sus actividades. De las 2500 empresas cotizadas en la región de Asia Pacífico en 2006, un tercio de ellas sería controlado por 22 grandes grupos empresariales: conglomerados serían esquemas piramidales, donde el vehículo de inversión (la empresa principal en la cúspide de la pirámide) es controlada por el padrino, quién controla directa o indirectamente decenas de empresas con un apalancamiento de recursos mínimo, un nivel de control de redes de empresas desproporcionado al nivel de recursos comprometidos: Studwell utiliza el mismo ejemplo de Gómez<sup>672</sup>, el grupo malasio *Hong Leong* de *Queck Leng Chan*, cuya red de empresas contaría con 19 empresas subsidiarias diferentes en múltiples sectores, desde aire acondicionado a inmobiliario. Para explicar cómo funcionan estas redes de empresas, Studwell utiliza otro ejemplo aclarativo: la empresa A en la cúspide de una pirámide, controlaría el 50% de la empresa cotizada B que a su vez controlaría el 40% de la empresa cotizada C, que a su vez controla el 30% de la empresa D. Así la empresa A tendría el 30% del capital de la empresa D, habiendo comprometido sólo el 6% de los recursos de D (Para calcular el 50% del 40% del 30%...  $0.5 \times 0.4 \times 0.3 = 0.06$ ). Si con ese 30% de los votos es posible liderar desde la empresa A las decisiones en el Consejo de Administración de la Empresa D (un poner con acciones con derechos de voto no proporcionales a su valor nominal), y gracias al control del Consejo de Administración, la empresa D puede ser literalmente esquilada por la empresa A. Por ejemplo, la empresa A podría cargar gastos exorbitantes a la empresa D por suministros de otra empresa F, controlada por el mismo padrino desde A. Las pérdidas de la empresa D se manifestarían en el neto patrimonial, reduciendo el valor de mercado de las aportaciones minoritarias en su capital.

## 2.7 Reformas microeconómicas: privatizaciones y competencia

Con el ascenso del Primer Ministro *Najib Tun Razak*<sup>673</sup> en 2009, y para evitar la fuga de capitales de Malasia de 1998 a 2009, Najib pone en marcha una serie de medidas liberalizadoras para atraer la Inversión Directa Extranjera al calor de su *New Economic Model*. Najib liberalizó ciertos subsectores del sector servicios para aumentar su participación en la economía (2009) en: turismo; salud; servicios informáticos y transporte. En estos subsectores no sería necesario reservar la *Participación Bumiputra* (un tercio de las acciones para malayos (musulmanes)). Además, se reduce la Participación Bumiputra al 12.5 por ciento de las acciones para aquellas empresas grandes (*Bhd*) que quieran cotizar en la Bolsa de Malasia (*Bursa Malaysia*) (manteniendo el 30% para las instituciones financieras y bancos). Aunque la liberalización de la inversión en el sector financiero permite que los bancos extranjeros mantengan hasta el 70 por ciento de las acciones de empresas financieras (hasta entonces fue del 49%), se entiende como intento para consolidar a Malasia como centro privilegiado para la Banca Islámica en el entorno regional: los bancos a los que les han dado licencia desde entonces son islámicos,

---

<sup>671</sup> Op. cit. STUDWELL, 2007, pp. 81-82.

<sup>672</sup> Op. cit., GÓMEZ, EDMUND TERENCE, 2012, pp. 74-78 y op. cit., STUDWELL, JOE, 2007, p. 271.

<sup>673</sup> Ibid., 2012, pp. 71-74.

luego el problema no es que los bancos puedan ser controlados por extranjeros, si no a quién le dan las licencias las AAPP pro malayos (musulmanes). Según *Tham y Loke*<sup>674</sup> (2012): los bancos extranjeros, sobre todo británicos (fundamentalmente: HSBC y Standard Chartered) que operan en el mercado, lo hacen bajo exenciones otorgadas por el Gobierno de Malasia, y en el sector de los seguros la participación extranjera máxima sería del 70%. La reforma de 2004 fomentaría la exportación de servicios malayos de "back office"<sup>675</sup> para las empresas financieras internacionales (oportunidad para los bancos españoles en inglés). En el sector de seguros la participación máxima es el 70%, aunque puede haber exenciones que permitan participaciones mayores.

Para Hill<sup>676</sup>, existirían dos tipos de economía en Malasia consecuencia de las intervenciones perniciosas de la NEP: La primera constaría de empresas eficaces, orientadas al comercio exterior en sectores de exportación sujetas a la tensión competitiva internacional: electrónica, electricidad; monocultivos de exportación e hidrocarburos, y recientemente la educación en inglés o la del Sector de la Salud: Malasia recluta estudiantes en toda Asia y es destino privilegiado para el turismo médico. Estas empresas serían participadas por el capital extranjero y el chino, luego pueda haber alguna oportunidad para la empresa española en este sector (30% participación máxima extranjera en empresas del sector de la salud)<sup>677</sup>, y en todo caso en las academias de español, los dos sectores con alta demanda. La segunda son empresas altamente protegidas que producen bienes y servicios no comercializables o comercializados a escala internacional: La protección sería especialmente intensa en sectores como la construcción e infraestructuras, y servicios y suministros, de enorme interés para España, la mayor parte de las cuales bajo el control de malayos (musulmanes) en el marco de las discriminaciones de la NEP: en el sector de infraestructuras las AAPP malayistas que sólo conceden contratos a empresas malayas (musulmanas). En el sector de suministros, que lideró la expansión de la inversión española a Iberoamérica en los 80 como son los servicios de electricidad y telecomunicaciones, (empresas como *Telekom Malaysia*, o *Tenaga Nasional*, los equivalentes de *Telefónica* o *Iberdrola*) las EREs o son monopolios, o tienen garantizados ciertos mercados, o están fuertemente protegidas a nivel de licencias de operación y participaciones en el capital. La falta de tradición y relación con las redes clientelares de "agentes" chinos, o burócratas, políticos y empresarios malayos, también podría ser un hándicap para la gran empresa española en Malasia. En el marco del *etnopopulismo* malayista, la gobernanza corporativa no parece dominada por criterios de eficacia; tecnología, competencia y rentabilidad. Estas empresas son "vacas a ordeñar" como la misma compañía nacional de petróleo, *Petronas*, puntal del sistema fiscal malasio. Las operaciones de las EREs públicas serían generalmente opacas y presa del clientelismo político malayo de la NEP, lo que redundaría en una menor competitividad nacional e internacional y pérdida de oportunidades en los mercados globales, especialmente en el sector servicios. Sin embargo, siempre según Hill<sup>678</sup> algo se movió en los sectores protegidos, sobre todo tras la introducción de los KPIs de Badawi (véase más adelante, sobre privatizaciones). Existen empresas en sectores protegidos como pueda ser *Air Asia*, la aerolínea de bajo coste líder en el Sudeste Asiático (parecida a *Ryanair* o *Easyjet*), que son un éxito rotundo. Tras la liberalización del sector de transporte aéreo en 2001<sup>679</sup>, *Air Asia* debería de estar en el punto de mira de los profesionales españoles (consultoría; suministros, partes,

---

<sup>674</sup> Op. cit., THAM y LOKE, 2012, pp. 181-185.

<sup>675</sup> Ibid., 2012, p. 186.

<sup>676</sup> Op. cit., HILL, HAL, 2012, pp. 29-31 y 37-38, y GOMEZ, EDMUND TERRENCE, 2012, pp. 63-82.

<sup>677</sup> Op. cit., THAM y LOKE, 2012, pp. 184-186.

<sup>678</sup> Op. cit., HILL, HAL, 2012, pp. 37-38.

<sup>679</sup> Op. cit., THAM y LOKE, 2012, p. 186.

profesionales), dado el incremento exponencial en las exportaciones del subsector de servicios de viajes de negocios: el 49.7% de la exportación total de servicios de Malasia (aunque la calidad flaquee), responsable los superávits de balanza de servicios en 2007-2008<sup>680</sup>. *Air Asia*, empresa privada, está bajo la dirección de *Tony Fernández*, el exitoso empresario de la muy influyente minoría "portuguesa" de Malasia (*Kristang*). Aunque protegida, al haber comprado empresas protegidas en muchos países del Sudeste Asiático, también se podría hablar de esta empresa como de exportación de servicios de transporte. Los servicios de telecomunicaciones y el suministro eléctrico en manos públicas (*Telekom Malaysia* y *Tenaga Nasional*), son aceptables aunque dejan algo que desear. La electricidad es muy barata<sup>681</sup>, abundante y de fácil acceso, y las líneas telefónicas e infraestructuras de banda ancha para Internet en el Valle de Selangor habrían mejorado bastante). El correo malasio, la empresa malayista pública POS Malaysia es, excelente, y también lo son los recaudadores de impuestos, que cuentan con una tecnología de la información punta (las notificaciones llegan con gran celeridad en el Valle de Klang). A efectos de banca comercial o de empresas, la infraestructura bancaria tanto en el Valle de Klang como en Penang es muy aceptable y moderna, gestionada por profesionales relativamente ágiles: un factor de competitividad para la exportación malasia.

Es en la posible apertura continuada del sector servicios donde puede haber oportunidades para la exportación e inversión españolas en el futuro (creció el 6.6% en 2008, en lo peor de la crisis financiera internacional; un 10.7% en 2009 y un 3.8% en 2010). La sobredimensión del sector industrial (55.4% del PIB en 2008), frente al sector de servicios (36% del PIB)<sup>682</sup>, y los menores costes de producción manufactureros y niveles de desarrollo económico en las naciones vecinas (Vietnam; Indonesia, Tailandia), auguran un fuerte crecimiento de los servicios el medio plazo. La pujanza exportadora en el sector manufacturero, contrasta con la escasa exportación de servicios (el 0.8% de la exportación mundial de servicios). La Inversión Directa en el Extranjero de Malasia, tradicionalmente centrada en el sector manufacturero, se reduce sensiblemente, tomando el protagonismo el sector servicios. Esta inversión, que significó 32000 millones de RM de 1995-1999, alcanzó los 182000 millones de 2005 a 2009<sup>683684</sup>. El 70% de las inversiones en países extranjeros se realizaron en el sector servicios, y tres sectores fueron los protagonistas: sector financiero; telecomunicaciones y suministros (electricidad; agua, gas). Como consecuencia de la liberalización del sector financiero, y la voluntad de convertir a Malasia en un centro privilegiado para las Finanzas Islámicas, habrían traído Inversión Directa de Extranjeros en Malasia (IDE) por un montante de 41600 millones de RM en el Sector Financiero.

*Najib Tun Razak*, sin embargo, no desmonta la NEP: no desmantela las restricciones a la inversión extranjera, al calor de la NEP, en empresas en sectores dominados por malayos (musulmanes). En servicios protegidos como la energía y las telecomunicaciones, los extranjeros sólo pueden tener participaciones minoritarias; la contratación pública y "asignación de rentas" a empresarios malayos a través de la contratación

---

<sup>680</sup> Véase la nota anterior, en la p. 180.

<sup>681</sup> Fuente: según Tenaga Nasional, la compañía nacional de electricidad, las tarifas de consumo doméstico en 2014 son: 21.8 sen por kW por los primeros 200 kW de consumo; y 33.40 sen por kW, de 201 a 300 kW consumidos (1 RM son 100 sens o 0.24 Euros a 30.11.2014).

<sup>682</sup> Op. cit., HILL, HAL, 2012, p. 7.

<sup>683</sup> THAM SIEW YEAN, y LOKE WAI HENG, "Services liberalisation: the need for complementary policies", en AAVV, *Malaysia's Development Challenges: Graduating from the middle*, 1ª edición al cuidado de Hal Hill et al., Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, 2012, 348 páginas, pp. 174-193, en pp. 180-181.

<sup>684</sup> Fuente: Bank Negara Malaysia.

malayista de las AAPP se mantiene intacta (las "*rentas de situación*", por moverse en la proximidad del UMNO malayo (musulmán)<sup>685</sup>, y los "*privilegios especiales*" en las AAPP, así como la *Cuota Bumiputra*, aunque reducida siguen siendo operativos en las empresas privadas. Además aparece un nuevo fondo (*EKUINAS*) para garantizar la participación de los malayos (musulmanes), en nuevos sectores económicos: si la liberalización fuera a llevar a una menor participación de la empresa malaya en la economía malasia, el Gobierno cree que tiene que hacer algo para compensarlo. Según Gómez, tampoco habría demasiada voluntad para atajar las raíces de la corrupción malayista (musulmana)<sup>686</sup>, además, la reciente apertura a la IDE y liberalización parcial de Najib, recordaría a la política de industrialización de Mahatir tras la crisis de 1998, quién abrió la puerta a la inversión extranjera coyunturalmente para revitalizar la economía<sup>687</sup>, para luego cerrarla en 5 años y volver a la protección de los intereses malayos (musulmanes), a la NEP "dura", indefinidamente. Según Sodhy<sup>688</sup>, tras los atentados de las Torres Gemelas de 2001 y ante la caída de la IDE, el Gobierno tb. habría suspendido la *Participación Bumiputra*, garantizando el control completo de las empresas invertidas a determinadas empresas extranjeras, ocasión que habría aprovechado Alemania para desplazar a EEUU como primer inversor ese año. En suma, Gómez<sup>689</sup> teme que la liberalización sólo sea un arreglo coyuntural, y que Najib fuera a darle vuelta atrás a las reformas cuando sea necesario.

La privatización en sectores estratégicos por Mahatir<sup>690</sup>, supuso la transformación de los antiguos monopolios públicos en formas societarias de Derecho Mercantil (*Bhd* o *Sdn Bhd*), en las que el Estado mantiene una participación estratégica ("*golden share*"), a través de la Corporación Nacional de Inversiones *Kazanah* en empresas en sectores considerados "sensibles": empresas monopolísticas malayistas como *Tenaga Nasional* (compañía eléctrica nacional), y *Telekom Malaysia* (la "*Telefónica*" de Malasia) pasan a ser Empresas Relacionadas con el Estado, altamente protegidas. El Gobierno de Badawi (2004-2009), intentó mejorar la eficacia y eficiencia productiva de los servicios de energía, transporte y telecomunicaciones en estas EREs, así como en los sectores de exportación. Para esto pone en marcha en las 20 EREs más grandes, *Indicadores Clave de Desempeño* con resultados bastante buenos: las EREs pasan de tener pérdidas de 3500 millones de RM en 2005 a beneficios de 1300 millones en 2008; *Malaysian Airlines* y *Bank Islam* fueron reestructuradas; *Telekom Malaysia* fue escindida; se formó el mega conglomerado público *Sime Darby*, a través de la fusión de empresas, y los dos grandes bancos públicos *CIMB* y *Maybank* se expandieron fuera de Malasia (tienen redes de sucursales en todo el Sudeste Asiático). El Gobierno también estaría reduciendo las participaciones de *Kazanah* en *Malaysia Airport Holdings* (la "AENA" malasia, al cargo de aeropuertos) y *Tenaga Nasional* y *PLUS Expressways* (electricidad y concesionarias de autopistas malayistas), para aumentar la liquidez en la bolsa de Malasia (*Bursa Malaysia*) (2012). Para Lee<sup>691</sup>, el impacto de las privatizaciones y desregulaciones, muchas veces parciales, es desigual. La intervención del gobierno en los mercados es constante, luego no sería un proceso ni predecible, ni mensurable. Si que existe un aumento espectacular en la inversión privada en infraestructuras privatizadas, unos 176.000 millones de RM de 1997 a 2007: autopistas, infraestructuras y

---

<sup>685</sup> ANÓNIMO, "Malasia, marco político", Kuala Lumpur, nota informativa de la Oficina Comercial de España en Malasia, 2013, 5 págs., en p.4.

<sup>686</sup> Op. cit., GÓMEZ, EDMUND TERENCE, 2012, p. 73.

<sup>687</sup> Op. cit., LEE, CASSEY, 2012, pp. 165.

<sup>688</sup> Op. cit. SODHY, PAMELA, 2012, pp. 18-19.

<sup>689</sup> Op. cit., GÓMEZ, EDMUND TERENCE, 2012, pp. 71-74.

<sup>690</sup> Op. cit., MAUZY y MILINE, 1999, pp. 56-60, y LEE, CASSEY, 2012, p. 156.

<sup>691</sup> Op. cit., LEE, CASSEY, 2013, pp. 161-164.

puentes de transporte de peaje; puertos; cercanías y mono raíles de Kuala Lumpur; el sistema nacional de gestión de aguas residuales; plantas de generación energética e incluso distribución de electricidad; entre otros, de las que no se beneficia la empresa española, líder en estos sectores. Los peajes serían son verdaderas "*granjas de ingreso*" para las empresas de los "*padrinos*", así como la generación de energía a través de las IPPs, encareciéndose los precios de generación tras la supuesta liberalización del sector. En el sector de telecomunicaciones, la liberalización ha inducido recientemente más competencia y competitividad, gracias a nuevas empresas como *Digi*, participada grandemente por la noruega *Telenor*. Esto es así (2014) aunque *Telekom Malaysia* sigue teniendo el monopolio de la telefonía fija, y comparte el mercado de la televisión de pago con la operadora por parabólica en condición de monopolio *Astro*. Esta empresa como las otras competidoras, *Celcom* y *Maxis*, habrían acabado en manos de hombres de negocios próximos al premier Mahatir, malayos (musulmanes) o no. La desregulación de la provisión de servicios de suministro de aguas, habría llevado a la corporativización de las antiguas entidades de Derecho Público al cargo a nivel estatal en varios estados: *Kelantan*; *Selangor*; *Penang* y *Johor*, que son ya estados con el suministro totalmente privatizado (pueda esto abrir posibilidades de participación y colaboración con empresas privadas españolas como *Agbar*, o aunque sólo sean las de servicios de consultoría y de construcción de grandes tuberías, el sistema tiene bastantes pérdidas de agua). A la hora de escribir estas líneas la tendencia es a la extensión de las privatizaciones de todas las empresas públicas de agua de los Estados de la Federación. La privatización de la empresa de aguas del Estado de Selangor (SYABAS), a través de la PPAB (*Pengurusan Asset Air Berhad*), una agencia del Estado Federal bajo el Gobierno del Barisan malayista, que fue protestada vivamente por el mismo Estado de Selangor, bajo el control de la coalición de oposición (*Pakatan Rakyat*), que ante su inminente privatización intentó recomprarla. SYABAS está bajo el control de *Puncak Niaga Holdings Bhd*, dirigido por el hombre de negocios malayo (musulmán) *Tan Sri* (noble de alto rango estatal) *Rosali Ismail*. Las protestas sobre la calidad del agua; las fugas constantes de agua; las contrata otorgadas exclusivamente a empresas malayas (musulmanas) para la construcción de plantas<sup>692</sup>, posiblemente innecesarias según el *Centro Contra la Corrupción y el Amiguismo* de *Cynthia Gabriel*, y las subidas de precios, además de lo irregular de la privatización<sup>693</sup> son moneda de cambio en la prensa alternativa malasia<sup>694</sup>. El doctorando no se ha atrevido a beber el agua suministrada por SYABAS a su domicilio en Selangor desde 2008 a 2014, y parece increíble que uno de los países más lluviosos del planeta (200 días al año con lluvias extra torrenciales) existan periodos de racionamiento en el suministro. Lee apunta como Studwell al *Secreto Oficial* sobre la regulación y las cláusulas, términos y condiciones firmadas por las agencias del Gobierno en los contratos de las concesiones privatizadas (p.ej., tipo BOT o BOO), que no estarían bajo escrutinio público. Además, Lee señala que el mismo Gobierno bloquea los aumentos de tarifas temporalmente (tarifas de electricidad, peajes), lo que llega a significar compensaciones financieras a las concesionarias o renegociación de las concesiones. Esto daría a los políticos "*manga ancha*" para "*arreglos*

---

<sup>692</sup>ANÓNIMO, "Declassify water deal, anti-corruption watchdog tells Khalid", Petaling Jaya, Selangor, Malaysia, en el blog *Malaymail Online* (02.03.2014), en <URL: <http://www.themalaymailonline.com/malaysia/article/declassify-water-deal-anti-corruption-watchdog-tells-khalid>>.

<sup>693</sup>SANTIAGO, CHARLES, "Selangor Water Restructuring Deal: Make it public or invite accusations of corruption", Kuala Lumpur, en el blog del DAP *The Rocket* (21.10.2014) <URL: <http://www.therocket.com.my/en/selangor-water-restructuring-deal-make-it-public-or-invite-accusations-of-corruption/>>.

<sup>694</sup>DING JO-ANN, "Syabas concession agreements: Why so secret?", Puchong, Selangor, Malasia, en el blog alternativo *The Nut Graph* (07.03.2011), disponible en <URL: <http://www.thenutgraph.com/syabas-concession-agreements-why-so-secret/>>, (accedidos el 01.12.2014).

temporales" en la administración de las concesiones<sup>695</sup>. Las protestas sobre los peajes son frecuentes (caras para el nivel de vida malasio), y los mismos procesos de privatización de las carreteras han sido repetidamente protestados por la oposición. Mauzy y Milne<sup>696</sup> ponen por ejemplo la *Utara-Selatan* (el proyecto de autopista Norte Sur), otorgado a la empresa de infraestructuras *UEM*, denunciada por *Lim Kit Siang* (del DAP)<sup>697</sup> como discriminación en favor de una empresa sin experiencia en el sector, con deudas y cuya oferta no era la más económica.

Las privatizaciones habrían tenido impactos en la productividad y en el desarrollo económico malasio, reduciendo la deuda pública y alejando a la empresa pública de prácticas burocráticas y osificadas. Sin embargo, en el dilema entre posición monopólica u oligopólica y situaciones de colusión en los mercados, por una parte, y una legislación para promover la competencia y los intereses de los consumidores, por la otra, el Gobierno de Malasia habría optado por lo primero: el bienestar del consumidor es el verdadero "huérfano" en el proceso de desregulación y privatización para Mauzy y Milne. Entendemos, como el DAP<sup>698</sup> y Lee<sup>699</sup>, que el alto coste de la vida es consecuencia de esta falta de voluntad. Hay bastante consenso, es en que la política en materia de Defensa de la Competencia no habría sido una prioridad para ningún Gobierno malasio hasta 2010. No hay demasiado énfasis en restringir las prácticas comerciales abusivas; ni en los derechos de las PYMEs, ni mucho menos en el fomento de la competencia justa en los mercados o crear oportunidades competitivas en igualdad de condiciones para los negocios, por mucho que figuren como principios de la *Fair Trade Practices Policy* de octubre de 2005, donde Lee<sup>700</sup> supone existiría un punto de inflexión y una mayor preocupación a este respecto. Las acciones del legislador se habrían centrado en las telecomunicaciones y la energía en los 90, centrándose en el comercio al por mayor y al por menor desde entonces. Nos referimos a tres leyes: la *Communications and Multimedia Act 1998*, para los servicios de telecomunicaciones y contenidos digitales, que parece haber garantizado la libertad de entrada y restringir el abuso de posición dominante en los mercados; la *Energy Commission Act*, que con las IPPs no se refleja en un mercado libre para el sector de la energía, y la *Competition Act de 2010*, para competencia sectorial en mercados (de la que se excluyen los sectores de energía y telecomunicaciones, estratégicos para la inversión de empresas españolas, ya bien establecidas en Iberoamérica). Existirían problemas de capacidad administrativa obviados ante la aparición de leyes de Defensa de la Competencia, en un marco regulatorio bastante débil.

---

<sup>695</sup> Op. cit., LEE, CASSEY, 2012, p. 163.

<sup>696</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 1999, pp. 56-60.

<sup>697</sup> Op. cit., KUA KIA SOONG, 2009, pp. 118 y 122, y LIM GUAN ENG, "PM must explain the public benefit of the RM7.07 billion 60-Year concession to Europlus is in the public interest", Kuala Lumpur, en el blog del DAP (Democratic Action Party), 29.01.2012, en <URL: <http://dapmalaysia.org/english/2012/jan12/lge/lge1475.htm>>, (accedido el 01.12.2014).

<sup>698</sup> ANÓNIMO, "UBAH Rocket Style (Malaysian Gangnam Parody) English Version", parodia de la canción "Gangnam Style" del cantante Psy, en <URL: [http://www.youtube.com/watch?feature=player\\_embedded&v=BMGfsWgIujk](http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=BMGfsWgIujk)>. Vídeo que del Democratic Action Party (DAP), donde se critica el alto coste de la vida y aparecen los principales líderes del partido: Lim Guan Eng (chino) y el difunto Karpal Singh en silla de ruedas. El "cohetete" (en inglés "rocket"), es el símbolo del DAP, de ahí el título de la canción (accedido el 01.12.2014).

<sup>699</sup> Op. cit., LEE, CASSEY, 2012, p. 172.

<sup>700</sup> Ibid., 2012, pp. 165-173.

### 3. Marco institucional de Singapur

#### 3.1 ¿Es Singapur el "milagro de Lee Kuan Yew"?

Es probable que la percepción internacional del "milagro" singapurense podría tener una explicación racional y no fuera consecuencia de la supresión de las libertades políticas de sus ciudadanos<sup>701</sup>: no parece serlo ni en Corea, ni en Taiwán, dos democracias bastante exitosas. Siguiendo a Hong Lysa y Huang Jianli<sup>702</sup>, puede que las versiones "dulcificadas" sobre su historia, hayan sido manipuladas para ofrecer una versión conveniente a los intereses del PAP en el poder: una "selección táctica" de los hitos publicitados en la Historia de Singapur. McCarthy menta la *Iniciativa Nacional de Educación*, lanzada por Lee Hsien Long de 1997, una reevaluación y nacionalista de la Historia de Singapur, sancionada oficialmente, que incluye lo mismo que se puede extraer de la *"Singapore Story"*<sup>703</sup>. Sin quitarle méritos, todos los relatos oficialistas incluyen una versión en la que la "mano divina" del premier Lee Kuan Yew y unos pocos lugartenientes (*Rajaratnam* y *Goh Keng Swee*, entre otros), que hubieran sido los causantes principales del ascenso meteórico de Singapur. Sin embargo, puede que el milagro singapurense sólo haya sido consecuencia del trabajo en equipo del PAP, y parte de las instituciones e infraestructuras ya habrían sido puestas en su lugar por los británicos antes de 1965. Singapur, probablemente puede ser considerada como una "anomalía" por razones económicas y políticas: por su rol y posición geográfica estratégica en el comercio y finanzas mundiales, ante el ascenso de China e India y la intensificación de la globalización, así como la expulsión de Singapur de la Federación Malasia ante el problema de la "doble minoría". Además, el corporativismo autoritario singapurense pueda responder a lo reducido de la población, la geopolítica y la cultura de los chinos. Los relatos oficialistas pueden afectar la percepción positiva que en Europa se tiene de la política singapurense: Lee Kuan Yew, es visto como político de talla internacional, "padre de la patria"<sup>704</sup>, y Singapur es el país preferido por una variedad de grandes políticos, como ejemplo exitoso y excepcional de paso del subdesarrollo al estatus de país desarrollado en dos generaciones. Entre los que han alabado las virtudes de Singapur se cuentan: *Tony Blair*; *Deng Xiao Ping*; *Ramos Horta* y *Gyala Horn* (primeres del Reino Unido; la RP China, Timor Oriental y Hungría, respectivamente), así como una variedad de buenos economistas (como *Jadish Baghwati*) y grandes hombres de negocios, contribuyendo a una verdadera industria de las RRPP para venderle el "milagro singapurense" a las empresas multinacionales<sup>705</sup>. Singapur cuenta, sin duda, con muy buen Marketing para su imagen país. Consecuentemente, las posturas de la prensa<sup>706707</sup> y determinados políticos españoles sobre el "milagro singapurense", puedan ser consecuencia del

---

<sup>701</sup> Op. cit., MCCARTHY, 2006, p. 104.

<sup>702</sup> HONG, LYSA y HUANG JIANLI, *The Scripting of National History, Singapore and Its Pasts*, 1ª edición, Singapur, Hong Kong University Press (bajo licencia de la National University of Singapore (NUS) Press), 2008, 300 páginas, p. 1-77. La profesora Hong fue profesora del Departamento de Estudios Asiáticos de la Universidad Nacional de Singapur (NUS). Educada en la Universidad de Sidney y especializada en Historia de Singapur, actualmente trabaja como "académico independiente".

<sup>703</sup> Op. cit., MCCARTHY, 2006, pp. 99-100. Existe una variedad de vídeos de Discovery Channel y otros canales americanos o británicos, con relatos oficialistas de la misma categoría, fáciles de identificar.

<sup>704</sup> Op. cit., BARR, 2009, p. 2.

<sup>705</sup> Op. cit., KING, RODNEY, 2007, pp. 1-4.

<sup>706</sup> AAVV, "De Finlandia a Singapur: los mejores sistemas educativos del mundo", Pekín, Singapur, Nueva York y Madrid, *ABC* en línea (07.04.2014), en < URL: [http://www.abc.es/sociedad/20140407/abci-sistemas-educativos-exito-mundo-201404061949\\_1.html](http://www.abc.es/sociedad/20140407/abci-sistemas-educativos-exito-mundo-201404061949_1.html) >, y CALVO, CÁRMEN, "La clave del éxito en Singapur: todo se juega en la escuela primaria", *ABC* en línea (08.12.2013), < URL: [http://www.abc.es/sociedad/20140407/abci-sistemas-educativos-exito-mundo-201404061949\\_1.html](http://www.abc.es/sociedad/20140407/abci-sistemas-educativos-exito-mundo-201404061949_1.html) >, (accedidos el 15.04.2014).

sistema de desinformación selectiva malasio-singapurense que describe *Rodan*<sup>708</sup>, el desconocimiento recíproco y la gran distancia política y cultural con España: aproximaciones superficiales sin una visión crítica. Por otra parte, tb. es lógico que a las empresas españolas les resulte atractivo Singapur: desde un punto de vista netamente comercial y financiero, Singapur es un país muy afluente y políticamente estable que ofrece una gran seguridad jurídica y estabilidad financiera<sup>709</sup>, así como grandes oportunidades de negocio no obviando el alto coste financiero de las operaciones en la ciudad Estado.

Para King<sup>710</sup>, Singapur ya era un centro económico bastante desarrollado bajo protección militar británica antes de la Independencia (1965), algo que habrían obviado los propagandistas singapurense: la renta per cápita de los singapurense ya era la segunda en Asia (751 dólares) después de la japonesa (1405), doblando con creces la de Malasia y Taiwán, a gran distancia de todos los países de la ASEAN; Singapur ya sería el punto natural de convergencia de 50 naciones y 200 líneas navieras, contando con un alto grado de autosuficiencia alimentaria (54.000 granjeros, 4000 pescadores y 60.000 productores empleados a tiempo parcial, exportadores de productos ganaderos); su población ya era una de las mejor educadas y alfabetizadas de Asia, y su base industrial, bastante diversificada y moderna (sectores químicos; agribusiness; plásticos y bienes eléctricos de consumo; una gran planta metalúrgica; televisores, automóviles y otros sectores modernos en su tiempo). Finalmente, Singapur reutilizó los ingentes activos de la enorme base naval, de enorme importancia estratégica para las comunicaciones y transporte entre las diferentes posesiones del Imperio Británico, desmontada en 1971: se atrajo capital japonés para convertirla en unos enormes astilleros, como empresa netamente comercial.

En términos de calidad de gobierno (gobernanza), las variantes de estabilidad política singapurense puntúan mejor que las españolas y las de varios países muy desarrollados. Sin embargo, aunque Singapur sea muy estable y ponga en marcha una batería de iniciativas de corte económico y social encomiables, parece que hubiera pocas enseñanzas trasplantables a territorio patrio. Preocupa la voluntad del Gobierno de controlar toda la vida social, invadiendo esferas bastante personales. El "*Estado niñera*" de Singapur interviene en: la planificación familiar; el matrimonio; el ahorro familiar; la educación desde la guardería; dónde, cómo y con quién se vive, y hasta en la elección de la carrera profesional. Una multitud de organizaciones estarían al cargo de la supervisión de la vida personal y adoctrinamiento de los ciudadanos dependientes del PAP en el poder, ocupando cualquier espacio político y social: Las *Guarderías del PAP*; el *PAP Joven*; la *Sección Femenina del PAP*; la *Liga Femenina del PAP*, al cargo de la educación política de las mujeres; la *People's Association*; los *Comités Consultivos de Ciudadanos* y los *Comités de Residentes* de condominios. Se trataría de un Estado donde "*papá sabe lo que te conviene*"<sup>711</sup> llegando a extremos como puedan ser las prohibiciones y multas para todo tipo de pequeñas trasgresiones como las entiende el PAP: escupir; tirar chicles al suelo; bailar en público; llevar una revista pornográfica; tirar confeti; tirar basura desde los edificios u olvidarse de tirar de la cadena en los

---

<sup>707</sup> ANÓNIMO, "Rajoy comunica a Piqué las aspiraciones personales tienen que sujetarse a la tarea común", en *Libertad Digital* (Madrid, 07.04.2005), disponible en < <http://www.libertaddigital.com/nacional/rajoy-comunica-a-pique-desde-singapur-que-las-aspiraciones-personales-tienen-que-sujetarse-a-la-tarea-comun-1276255535/> > (accedido el 10.05.2005).

<sup>708</sup> RODAN, GARY, *Transparency and Authoritarian Rule in South East Asia*, 2ª edición, Abingdon, Oxon, Reino Unido, Routledge, 2005 (primera edición de 2004), 280 páginas.

<sup>709</sup> Fuente: entrevista a Jordi Salafranca, representante del Banco Sabadell en Singapur, en *Sabadell TV*, sitio del Banco Sabadell, en <URL: <http://www.bancosabadell.tv/en/representative-office-in-singapore/>> (accedida, el 10.11.2013).

<sup>710</sup> KING, RODNEY, *The Singapore Miracle, Myth and Reality*, 2ª edición, Insight Press, Inglewood, Australia Occidental, 2008 (primera edición de 2006), 519 páginas, pp. 8-11.

<sup>711</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 2002, p. 35 y pp 40-43.



lavabos<sup>712</sup>. Respuestas contundentes que no parecen afrontar las motivaciones detrás de los "males" sociales, así percibidos.

Es casi imposible no reconocer los impresionantes logros de Singapur en las últimas décadas, la disposición al trabajo duro de sus ciudadanos y su indudable espíritu empresarial. En 2013, Singapur ya ostentaba las primeras posiciones en los rankings mundiales: en competitividad internacional; en sistema de salud; en libertad económica, y *Singapore Airlines* ya era una de las primeras aerolíneas del mundo. Ahora, también es posible que Singapur hubiera experimentado un desarrollo económico anómalo, en el que prima la "cantidad" frente a la "calidad" y el "precio". Altos precios que no parecen importarle a una concentración inusitada de millonarios cosmopolitas e internacionales que la habitan: 1400 millonarios ultra ricos tendrían 160 mil millones de dólares aparcados en Singapur<sup>713</sup> atraídos por sus bajos impuestos, la seguridad en las calles y la eficacia del sistema financiero. Sentado esto, el coste de la vida sí que preocupa a los menos favorecidos: Singapur es una de las ciudades más cara del mundo<sup>714</sup>, y sus trabajadores no cualificados viven de forma bastante austera, parecida a la de Malasia<sup>715</sup>. Singapur es una ciudad carísima, de gran desigualdad<sup>716</sup>: en los museos o restaurantes de comida rápida se llegan a encontrar a septuagenarios, limpiando los lavabos, o recogiendo basuras<sup>717</sup> por sueldos muy bajos (las pensiones les llegan, o simplemente no tienen pensión).

Conviene pues preguntarse sobre los efectos de las políticas de "*mano dura*" con los sindicatos y su impacto en los costes de producción singapurenses que, como en toda Asia, significan cierta forma de dumping social y una mayor competitividad internacional artificial: los ciudadanos habrían sido convencidos de que los sindicatos son bastante malos para el crecimiento económico, así como de que los constreñimientos en las libertades políticas, las restricciones a la Libertad de Expresión y el filtrado de la información producida por los medios fueran parte de la cultura asiática (estabilidad política, armonía). Con la esperanza de disfrutar un alto nivel del vida, dadas las fuertes tasas de crecimiento económico del 6 al 8%, los ciudadanos habrían trabajado de forma extraordinariamente intensa, y consentido estos constreñimientos a las libertades personales para alcanzar los niveles de vida de los países desarrollados<sup>718</sup>. Estas políticas en el Sudeste Asiático y China afectan negativamente a la balanza de pagos no sólo de España, si no de todas las naciones occidentales desarrolladas. Dent también habla de un "*acuerdo en pos del desarrollo económico*" entre la sociedad civil y el PAP en el poder durante 40 años: los votantes habrían sacrificado algunos derechos civiles para alcanzar los niveles de crecientes de bienestar, y la legitimidad del PAP se basaría en su capacidad para perpetuar el éxito económico<sup>719</sup>, algo parecido a lo que pueda pasar con el Partido Comunista de China. Los coeficientes de Gini demuestran la desigualdad extrema entre las familias más pobres y las más ricas de Singapur: Baker, en su línea "*suave*", pro

---

<sup>712</sup> Op. cit., MCCARTHY, 2006, p. 108, y, op. cit., MAUZY y MILNE, p. 11.

<sup>713</sup> Op. cit., BAKER, JIM, 2014, p. 417.

<sup>714</sup> ANÓNIMO, "Singapore named the world's most expensive city", Londres, BBC (03.03.14), disponible en <URL: <http://www.bbc.com/news/business-26412821> >, (accedido el 01.05.14).

<sup>715</sup> CALVO, CÁRMEN, "Sobrevivir en la ciudad más cara del mundo", *ABC* en línea (Singapur, 13.08.2014) <URL: <http://www.abc.es/ /20140813/abci-sobrevivir-ciudad-cara-mundo-201408051300.html>>, (accedido el 01.09.2013).

<sup>716</sup> WAH, TAH MENG, "Singapore's Rising Income Inequality and a Strategy to Address It", Singapur, ISEAS (Instituto de Estudios del Sudeste Asiático), Boletín Económico de la ASEAN 29.2, 09.2012, pp. 128-145. Disponible en la base de datos en línea Proquest. Esta es la versión "ortodoxa" sobre el problema al estilo del PAP.

<sup>717</sup> Op. cit., KING, RODNEY, 2008, pp. 340-342. King ha visto lo mismo que el doctorando.

<sup>718</sup> Op. cit., STUDWELL, 2007, p. 93 y p.127.

<sup>719</sup> DENT, CHRISTOPHER, *The Foreign Economic Policies of Singapore, South Korea and Taiwán*, 1ª edición, Cheltenham, Reino Unido, Edward Edgar Publishing Ltd., 2002, páginas, pp. 61-132.

gubernamental, concede que en el periodo 2000-2004 los más pobres habrían perdido renta per cápita, mientras que los más ricos la ganaron, y habla de las políticas sociales para compensar las necesidades de los ciudadanos menos desfavorecidos desde 2007, que parecen ser exitosas (2008-2014)<sup>720</sup>. Sin embargo, el coeficiente de Gini, medida de la extraordinaria desigualdad singapurense, se deterioró del 0.422 en 2007 al 0.478 en 2012<sup>721</sup>, lo que cuestiona sólidamente el razonamiento de Baker.

No obstante, en Singapur existe una política social más generosa que la de los países circundantes, lo que se aprecia en el campo de la vivienda pública, el urbanismo y la planificación de infraestructuras, de primera categoría, que habrían sido imitados por Hong Kong y la RP China<sup>722</sup>. A esto se le añaden ciertos servicios sociales, donde Singapur destaca en el concierto asiático: el Central Provident Fund es cierta caja de la Seguridad Social financiada con el ahorro forzoso a utilizar en el momento de la jubilación de todos los empleados (pero con funciones distintas a la SS), que facilita el acceso a la vivienda, educación y la salud. Sus funciones son: la financiación de programas de carácter social; la provisión subvencionada del pago parcial/financiación/seguro de ciertos servicios sociales, educativos y sanitarios, así como subvenciones para la compra de vivienda como políticas de redistribución de la renta. Las ayudas se entienden como inversión en programas sociales productivos que encajen en la ideología de autosuficiencia personal del PAP, y su objetivo es que todos los ciudadanos tengan una "participación" (como "accionistas"<sup>723</sup>) en la economía de Singapur, y trabajen intensamente para que Singapur funcione. Nada es gratis en Singapur, ni las sonrisas. La posesión de una vivienda sería complementaria al servicio militar como elemento unificador en la sociedad multicultural singapurense. Las ayudas del CPF se alejarían en la medida de lo posible de subsidios de desempleo o las pensiones vitalicias, ya que el remanente del CPF a disponer en la vejez, es una cantidad de dinero, no es una pensión<sup>724</sup>: en Malasia ocurre lo mismo con el EPF, ya que funcionan como fondos de capitalización. En la Salud existe el programa *Medisave*, el seguro de salud básico, y el programa *Medishield*, de bajo coste, un seguro contra enfermedades catastróficas<sup>725</sup>. El CPF también es la "caja" del Instituto de la Vivienda, el *Housing Development Board*, que se caracteriza por haber sido capaz de proveer una vivienda de buena calidad y barata en propiedad para las clases trabajadoras singapurense, el principal éxito social de Singapur: en 2000, el 83% de los singapurense vivían en viviendas públicas y el 93% las tenían en propiedad. Además, el HDB subvenciona los precios de venta y alquiler para ayudar a las familias más necesitadas y deja al mercado actuar: ni fija los precios de alquiler, ni los de venta de los inmuebles que ha construido (lo que es una idea excelente).

Sin embargo, han existido problemas en la línea del estado niñera de Singapur con el HDB y su intento de crear una sociedad multicultural por decreto: las cuotas étnicas para las comunidades de propietarios en condominios de vivienda pública (un porcentaje para chinos; otro para indios y otro para malayos, según su porcentaje en la población). Mauzy y Milne apuntan al desarraigo como una de las consecuencias de la integración forzosa de malayos con chinos e indios en los condominios de vivienda pública. Por ejemplos, y re interpretando a Mauzy y Milne, los patos o los pollos de los kampungs malayos no tienen donde refocilarse y

---

<sup>720</sup> Op. cit., BAKER, 2014, pp. 410-413.

<sup>721</sup> RODAN, GARY, "Singapore's Vaunted CPF under Fire", en el Blog Asia Sentinel, 08.09.2014 (accedido el 09.09.2014), en < URL: <http://www.asiasentinel.com/econ-business/singapore-central-provident-fund-under-fire/> >.

<sup>722</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 2002, pp. 90-92.

<sup>723</sup> Op. cit., BARR, 2009, pp. 148-149.

<sup>724</sup> ANÓNIMO, *Singapur, Guía Comercial y de Negocios*, Singapur, Oficina Comercial de España, 2013, pp. 72-73.

<sup>725</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 2002, pp. 85-90.

echan de menos sus casitas de madera y las pequeñas mezquitas; el olor a chili frito de las cocinas indias puede llegar a ser molesto a otras comunidades, o de las cosas que han caído desde el piso 35 en un bloque de un polígono de vivienda pública cualquiera (mesas; armarios; tuberías de acero y ruedas de bicicleta), en una reflexión sobre la cultura local; el subdesarrollo y la intervención del Gobierno de Singapur en la vida de sus ciudadanos a través de multas estrictas. Las normas no se interiorizan, en una línea netamente asianista, luego es el miedo lo que determina su respeto, y el miedo a perder dinero. Los Comités de Residentes y Centros Comunitarios en una sociedad altamente formalista y supervisada, podrían limitar la libertad del individuo y su promoción de los "*valores familiares*", como los entiende el PAP, en su línea china pseudo-confucionista. El hábito no hace al monje, y la multa no corrige al singapurense: nada más salir de Singapur, los automovilistas singapurenses se comportan de la misma manera extraordinariamente irresponsable y temeraria que los malasio al cruzar los puestos fronterizos de Tuas o Woodlands, lejos de la pléyade de cámaras; policías y gadgets radio electrónicos que controlan el tráfico en Singapur. La política de vivienda habría sido instrumento del PAP para asegurar victorias electorales, ya que los fondos para la renovación y mejora de vivienda del PAP serían retirados de aquellas circunscripciones que no voten al PAP: "*Si nosotros estamos al cargo, así es como queremos utilizar nuestro fondo. Por tanto, si perdemos, no habrá renovaciones*", habría dicho Lee Kuan Yew<sup>726</sup>. El principal éxito de estas políticas en comparación con Malasia, habría sido desintegrar los enclaves étnicos que dejó el Apartheid colonial: barrios para indios separados de los de los malayos o los chinos (como el de *Brickfields* en Kuala Lumpur, mayoritariamente indio). Aquí se pasa de un intento de fusionar a todas las comunidades en el ideal "*Malayan*", británico y occidentalizado de los 40, a la preeminencia china desde los años 90: la cultura china se entiende como "*dominante*", la que fuera a prevalecer en estas comunidades.

Singapur sería un país donde "*las cosas funcionan*"<sup>727</sup>, aunque esto también ocurra de forma aceptable en Kuala Lumpur (a sólo 365 km) o Bangkok, bastante mejor de lo que muchos singapurenses quisieran reconocer. Mucho más baratas que Singapur, esto es así sin tanta exageración y exceso de autoestima asianista aunque, permanentemente atascadas, no cuenten con el maravilloso sistema de control del tráfico de Singapur<sup>728</sup> (la circulación es excepcionalmente fluida, la mejor que conocemos en Asia), y no estén embellecidas con sus preciosos "jardines bonsái". Singapur está "muy bonito"<sup>729</sup>, adornado con parques y jardines, calles y ríos limpios y otras iniciativas cosméticas más o menos "ecologistas": "*limpio; verde, La Ley y el orden [...]*" indica Lee Kuan Yew en una de sus múltiples entrevistas televisadas<sup>730</sup>. Esto tiene un impacto muy positivo en el importante sector turístico de Singapur, así como en su calidad de vida y atractivo como sede para empresas multinacionales y sus ejecutivos. Más importante desde el punto de vista de la reputación nacional, es la política de preservación del gran patrimonio arquitectónico e histórico artístico desde los 80<sup>731</sup>, en una ciudad donde conviven las culturas más importantes de Asia (los barrios "*Chinatown*", "*Little India*" y "*Kampung Glam*", preciosísimos, chino, indio y malayo, respectivamente), que refuerza la impresión, artificial, de que Singapur fuera una ciudad de gente cosmopolita, culta y refinada. Tras el destrozo parcial del entorno de los almacenes

---

<sup>726</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 2002, pp. 90-94 y 101.

<sup>727</sup> Ibid., 2002, p. 3.

<sup>728</sup> Ibid., 2002, p. 10.

<sup>729</sup> Op. cit., MCCARTHY, 2006, p. 75.

<sup>730</sup> Fuente: "Lee Kuan Yew Hard Truths To Keep Singapore Going Interview: Youthful Concerns", entrevista a Lee Kuan Yew, Singapur, Straits Times, febrero de 2011, disponible en < URL: <http://www.youtube.com/watch?v=-btRzxJvY0c> >, (accedido el 12.02.14). Ninguno de los "entrevistadores" se atreve a contradecir de forma contundente a Lee.

<sup>731</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 2002, p. 5.

victorianos de *Robertson Key* y *Clarke Key* (2014)<sup>732</sup>, y las constantes adiciones de rascacielos indiferenciados, esta política parece empezar a sucumbir a intereses netamente comerciales y los de la City de Singapur: los de un gigantesco parque de atracciones oriental americanizado a la Disney. Aquí se viene a comprar y a comer, rodeado de edificios coloniales y centros comerciales, y en cierto modo es posible que Singapur haya perdido su aura de *misticismo oriental*<sup>733</sup> en el proceso de construir una metrópolis moderna, funcional y racionalista.

En el entorno autoritario de Singapur, se entiende como "*apertura*" la muestra de cuerpos más o menos desnudos en las salas de arte y ensayo, o que se permita a las bailarinas de los prostíbulos (verdadera industria de consumo local, y no sólo de los expatriados), bailar sobre las barras de los bares; que se promueva el tipo de vida nocturna, de baja calidad, de feria, que contaminan *Clark Key* (le han tapado las fachadas victorianas a los almacenes de tiempos de *Raffles*); la apertura con respecto a la homosexualidad (despenalizada en el hogar), o la industria de los casinos de Singapur, que compite con Macao (negocio fenomenal, posible oportunidad para las empresas españolas del ramo). Nadie niega no que hiciera falta "*animar*" a Singapur, y ganar dinero en el intento especialmente dado el éxito económico rotundo de Shanghai en este sector, pero la calidad de los servicios flaquea. Singapur es consciente de que en su "*Economía del Conocimiento y la Creatividad*" necesita de mayor "*libertad*", en lo artístico. El entretenimiento y la alta cultura, son elementos clave para atraer el talento que estas industrias requieren. Aunque existen esfuerzos de gran calidad y enormes montantes financieros, en la línea de grandes museos, teatros (*Esplanade*) e instalaciones de arquitectura ultra moderna para artistas, así como formación y becas del *National Arts Council*<sup>734735</sup> y el *Festival de las Artes*, nuestra impresión general (con excepciones bastante loables), y en las exhibiciones es de baja calidad<sup>736</sup>, conformismo e incluso inmadurez en lo artístico, y los programas de teatros y cines las más de las veces evitan tocar temas sensibles, o son programas bastante comerciales. Este recuperado interés en las artes en la segunda década del siglo XXI, con el fin de recuperar el legado artístico multicultural, y atraer el talento artístico y gerencial de las diferentes comunidades asiáticas, contrasta con la poca importancia que otrora le llegó a dar Lee Kuan Yew a las Humanidades: la Historia llegó a desaparecer del CV de los colegios temporalmente. Por mucha restauración de joyas arquitectónicas del colonialismo británico como el *Museo Nacional* o el *Museo de Arte*, mucho *Museo de las Civilizaciones Asiáticas* y *Museo de los Chinos de los Estrechos* en el *Distrito de Patrimonio Cultural*, como todo en Singapur, el problema no es el "hardware", lo físico, lo palpable. El problema es el "*software*", lo cultural, lo intangible en la mente del singapurense.

---

<sup>732</sup> HENG CHYE KIANG, y CHAN, VIVIENNE, "The "Night Zone" Storyline: Boat Quay", Clarke Quay and Robertson Quay", Berkeley, Universidad de California, IASTE (Centre for Environmental Design Research (CEDR)), Traditional Dwellings and Settlements Review (TDSR 11.2), número de primavera de 2000, disponible en < URL: <http://iaste.berkeley.edu/tdsr/tdsr-11-2-spring-2000.html>>, (accedido el 01.02.2014). Esta es la zona que se ha llenado de verandas de plástico, puestos de hamburguesas y exceso de mobiliario urbano: una feria de pueblo gigante.

<sup>733</sup> OOI GIOK LING, "Singapore's Changing International Orientations, 1960-1990", en AAVV, *Singapore, from Temasek to the 21<sup>st</sup> Century: Reinventing the Global City*, 1<sup>a</sup> edición al cuidado de Karl Hack et al., Hawaii, EE.UU., University of Hawaii Press, 2011, 458 páginas, pp. 337-338.

<sup>734</sup> HACK, CARL, "Remaking Singapore", en AAVV, *Singapore, from Temasek to the 21<sup>st</sup> Century: Reinventing the Global City*, 1<sup>a</sup> edición al cuidado de Karl Hack et al., Hawaii, EE.UU., University of Hawaii Press, 2011, 458 páginas, pp. 355-358.

<sup>735</sup> Op. cit. BAKER, 2014, pp. 415-417.

<sup>736</sup> Nota: Nos referimos al Museo Nacional de Singapur; el Museo de Arte de Singapur; el Museo de Civilizaciones Asiáticas (este último de gran valor), *The Splanade* y las galerías que reciben apoyo oficial.

Sentado esto, lo que es excepcional si se compara con los países desarrollados, es el gran poder que ostenta la familia *Lee*, que lleva casi 60 años ininterrumpidos ejerciendo un enorme poder de forma discreta y con grandísima inteligencia<sup>737</sup>. Los *Lee*, habrían intentado mantenerse al margen del culto a la personalidad de los altos dignatarios en Vietnam (*Ho Chi Minh*) o Indonesia (*Suharto*). Sin embargo, controlan algunos de los principales resortes económicos y políticos del país. P. ej., *Ho Ching*, la mujer del actual Primer Ministro, *Lee Hsien Long* (hijo de *Lee Kuan Yew*), ha sido Directora Ejecutiva de *Temasek*, el fondo multimillonario de inversiones del Gobierno singapurense durante más de una década<sup>738</sup>. El otro hijo de *Lee Kuan Yew*, habría estado al cargo de la Telefónica singapurense (2006), y *Lee* padre al cargo del GIC (*Government Investment Corporation*) (al cargo de *Lee* hijo en la actualidad), a parte de *Temasek*, el otro fondo multimillonario de enorme importancia a escala global. De cualquier modo, el nonagenario *Lee Kuan Yew* seguía manteniendo (a mayo de 2014) un grandísimo poder en la sombra: cuando *Goh Tok Chong*, persona con una preparación excelente y segundo premier de la República de Singapur, sucedió a *Lee Kuan Yew*, *Lee* mantuvo el cargo de Ministro Sénior, y habría seguido trabajando en el palacio presidencial (*Istana*), en su antigua oficina de Primer Ministro a escasos metros de *Goh*<sup>739</sup>, que conservó por orden del mismo *Goh*. Con el ascenso de *Lee* hijo al cargo de tercer *Primer Ministro*, *Lee* padre pasó a ser "*Ministro Mentor*", y tb. siguió trabajando en el palacio presidencial<sup>740</sup>. Según *Barr*, aunque *Lee* se hubiera retirado de la vida política activa como Primer Ministro, seguiría manteniendo una influencia enorme en Singapur y sus opiniones pesan en el día a día de la actividad legislativa, ya que *Lee* habría mantenido acceso sin restricciones a información "*sobre cualquier cosa y todo el mundo en Singapur*"<sup>741</sup>. A la hora de escribir estas líneas, *Lee Kuan Yew*, fundador del país, habría fallecido a los 91 años de edad<sup>742</sup>.

El autoritarismo corporativista del *Lee* y el PAP propugna la estabilidad política como pre requisito para el desarrollo económico (tolerancia "0" para aquellos disidentes "*que causen problemas*"). Según *Lee* padre, las formas democráticas liberales al estilo británico en una sociedad asiática sólo habrían degenerado en el imperio de "*la turba*"<sup>743</sup>. *Lee* combinaría el Imperio de la Ley y el constitucionalismo occidental, con una impronta para limitar la el uso arbitrario tradicional del poder en los regímenes personalistas tercermundistas asiáticos (el de Malasia, o el de Filipinas, *Lee* habría visto con enorme desprecio el enriquecimiento abusivo de *Ferdinand Marcos*), gracias al sacrificio de ciertas libertades personales por el bien común (algo que encaja con facilidad en la comprensión holística de la realidad social en las sociedades asiáticas). Por tanto, *Lee* propugna un sistema político y administrativo jerárquico y meritocrático para Singapur ciertamente particular, muy efectivo con relación a sus competidores regionales, con el mismo *Lee* y la élite del PAP en la cúspide, en el que el fomento del talento y la adecuada selección del capital humano ocuparían la posición central. Para *McCarthy*, el despotismo benevolente del PAP sólo sería el vehículo para que esta élite "*del talento*" gobernara, supuestamente en beneficio del pueblo, pero sin el pueblo, como generales de un sistema "*militar*" en la cúspide

---

<sup>737</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 2002, pp. 6 y 115.

<sup>738</sup> Op. cit., MACCARTHY, 2006, p.114.

<sup>739</sup> Ibid., 2006, p. 72.

<sup>740</sup> Op. cit. MAUZY y MILNE, 2002, pp. 116-123.

<sup>741</sup> Op. cit., BARR, 2009, p.37.

<sup>742</sup> ANÓNIMO, "Obituary, Lee Kwan Yew", Londres, en el sitio Web de la BBC (22.0.3.2015), en <<http://www.bbc.com/news/world-asia-12975980>>, (accedido el 09.10.2015).

<sup>743</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 2002, pp. 6-7.

de la pirámide social<sup>744</sup>. Un país donde los intereses nacionales, aunque definidos por una élite pequeña y poderosa, se hubieran puesto por delante de cualquier beneficio personal para los gobernantes, afirmación que suscita bastante dudas en el electorado. Lee también actuó con la intervención en el mercado de la tierra, nacionalizando terrenos para construir viviendas públicas (HDF), y así eliminar la influencia de una posible clase de "*grandes propietarios*" en la economía de Singapur, medidas para consolidar el poder de un Estado fuerte, frente a cualesquiera grupos o clases con intereses que quisieran interrumpir la marcha de los asuntos de Gobierno<sup>745</sup>.

En el sistema paternalista de Singapur prevalecería la visión de país burocrático; de funcionarios bien preparados y efectivos en las ciencias de gobierno; capaces de tomar medidas impopulares; liberados del capricho de los electorados y con continuidad en la sucesión de los gobiernos, sin tensiones algunas, como elemento de estabilidad. La puesta en marcha de la *Corrupt Practices Investigation Bureau* sería muestra de la voluntad decidida de mantener y mejorar el funcionamiento de la administración colonial, a la que se supuso competente y libre de corrupción<sup>746</sup>: un éxito de los gobiernos del PAP de Lee<sup>747</sup> (esta es la postura de gran parte del empresariado extranjero). A estos efectos, a la hora de diseñar su *Sistema de Cuadros* del PAP, Lee habría manifestado una voluntad firme de erradicar la influencia de las redes informales chinas (la "*guanxi*"), para elegir a los candidatos más adecuados, cuidándose de que estos no fueran buscando ganancias personales por su afiliación al PAP, que mostraran su compromiso con los objetivos nacionales. El Sistema de Cuadros premiaría a sus miembros con ciertos beneficios sociales por la lealtad y el trabajo de sus miembros en organizaciones de base, y estaría al cargo de la elección del *Comité Ejecutivo Central (CEC)* del PAP. Desde muy pronto, El PAP<sup>748</sup> proyectaría una imagen de partido de la "*pureza*" y anti corrupción "*blanca*", como las camisas de los afiliados al partido, con un uniforme que recuerda a leninismo más "purista": Lee y el PAP habrían estudiado bien los métodos y tácticas comunistas para presentar sus ideas con ventaja estratégica. Blanca como los actrices de los anuncios de productos cosméticos en otros países del Sudeste Asiático, bastante racistas, de razas chinas y pieles níveas<sup>749</sup>. Limpia como las calles de Singapur, donde es imposible ver un papel en el suelo. Este es sin duda un país en apariencia incuestionable.

Para evitar toda tentación de corrupción en las altas esferas, Lee crea un sistema de altos salarios para los ministros y altos funcionarios (de uno a dos millones de dólares), con el fin de retener el mejor capital humano de la isla Estado para el Gobierno de Singapur ("*los más brillantes y los mejores*"), tomando por referencia los sueldos de los ejecutivos del sector privado<sup>750</sup>. Se habría puesto un énfasis especial en la sucesión generacional en la élite del PAP, para que aquellas personas "*brillantes*" y "*mejores*" sucedieran a los mandatarios de modo que el poder no quedara en manos de "*la turba*". "*Si pagas cacahuetes (nada) te quedas con monos*", habría dicho Lee, para justificar la necesidad de concitar el apoyo de los más emprendedores. ¿Qué

---

<sup>744</sup> Op. cit, BARR, 2009, p. 110 y pp. 114-115.

<sup>745</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 2002, p. 36 y p. 41.

<sup>746</sup> Ibid., 2002, p. 27.

<sup>747</sup> Op. cit., BARR, 2009, p. 33 y p. 98.

<sup>748</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 2002, p. 9 y p.17.

<sup>749</sup> HODAL, KATE, "Thailand racism row reignited by Unilever ad for skin-whitening cream", *The Guardian* (Londres, 27.10.2013), en <<http://www.theguardian.com/world/2013/oct/27/thailand-racism-unilever-skin-whitening-cream-citra>>; el mismo artículo en *The Star* (Kuala Lumpur, Malasia), 28.10.2013, (accedido el 09.01.2015).

<sup>750</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 2002, pp. 46-49 y p.61.

se entiende en Singapur por ser "*brillante*" y "*mejor*"? Lee Kuan Yew, en su elitismo particular, preferiría a aquellos con buen expediente universitario (los que sacan buenas notas) con experiencia laboral probada. El candidato tecnocrático tipo del PAP destacaría en los ámbitos científicos y probablemente tuviere experiencia en el campo de la gestión de la empresa pública o privada. Entendemos que en Singapur ciertas parcelas del campo de las Humanidades chocan con determinados valores "*orientales*" como los entiende Lee, simplemente por cuestionarlos, normativamente o no. El perfil del buen estudiante reclutado por el PAP serían "*intelectuales*" con licenciatura de: Derecho; Económicas; Ingeniería, ADE o Estadística o Química.

Humanistas, poetas y literatos, pocos, quizá algún calígrafo chino repitiendo exactamente los mismos caracteres hasta la saciedad, algo nada controvertido y bastante armónico en un entorno asianista. El objetivo sería reclutar buenos "*generales*", ya que de soldados de a pío ya se andaría sobrado<sup>751</sup> (no extraña que en la vuelta de las vacaciones en Malasia a Singapur, siempre haya atascos de utilitarios de lujo en el carril de la derecha, que en la Commonwealth es la vía rápida, ya que todos quieren ser "*generales*"). Lee piensa que en Singapur sólo sería posible encontrar de 400 a 500 "*elegidos*" en la población de Singapur para atender al cambio generacional en el relevo de los altos cargos del PAP, y que con 10 por generación sería bastante: no se sabe si apelando al *Feng Shui* o a cualesquiera técnicas tradicionales, como la Medicina China, en su renovado interés por la cultura oriental. En la línea corporativista del PAP, Lee habría deseado una simbiosis entre las altas esferas universitarias y la élite política, aunque a los universitarios no se les entienda demasiado útiles para elaborar determinados relatos académicos, que parecen dictados<sup>752</sup>. En su descargo se podría decir que, para defender los intereses nacionales, es probable que en Singapur reclute bastante mejor a políticos y funcionarios de alto nivel que la partidocracia en España y entre los opositores de los cuerpos de alto nivel. En Singapur, a diferencia de España y como en muchos países con influencia anglosajona, se puede despedir a casi cualquier funcionario, lo que pueda ser un incentivo para aumentar su productividad y evitar la procrastinación. En conjunción con la ideología elitista del PAP, también es legítimo preguntarse hasta qué punto esta política de altos sueldos pueda llegar a servir para justificar las diferencias de ingresos interétnicas: entre aquellos clasificados como chinos (los más ricos junto con los expatriados), y los demás, indios y malayos. No extraña que en Singapur exista una oposición popular sustancial ante las políticas salariales del Gobierno para con la élite<sup>753</sup>. Después de todo, siguiendo a Lee Kuan Yew: "[...] *no se supone que los hombres hallamos nacido iguales*"<sup>754</sup>.

Una vez definido el perfil de "*intelectual*" que se va buscando, sólo quedaría diseñar un sistema de reclutamiento efectivo. Para sustituir al "*old boys network*" tradicional (los amigos de toda la vida de las instituciones educativas elitistas de origen británico), a partir de los 80 el PAP habría impuesto un nuevo sistema, bastante particular: primero, se invita a una muestra de hasta 100 candidatos recomendados por diputados; ministros y activistas del PAP, así como por empresarios próximos al poder, a tomar el té en

---

<sup>751</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 2002, pp.126-127.

<sup>752</sup> Véase, por ejemplo, entre otros relatos de académicos próximos al PAP: MAHBUBANI, KISHORE, *The New Asian Hemisphere: The Irresistible Shift of Global Power to the East*, 1ª edición, Nueva York, Public Affairs, 2008, 314 páginas. Mahbubani defiende la quiebra de los Derechos Humanos en Singapur.

<sup>753</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 2002, p. 61.

<sup>754</sup> ANÓNIMO, "The best of Lee Kuan Yew", en la cuenta de Youtube del blog Singapore Rebel, selección de vídeos con declaraciones de Lee Kuan Yew, en <URL: <https://www.youtube.com/watch?v=e8rPofi-AUw>>, (accedido el 09.01.2015).

entrevistas informales<sup>755</sup>. ¿Concuerda esto con la igualdad de oportunidades que habría sido ensalzada por el mismo Lee<sup>756</sup>, para que los "*genéticamente favorecidos*" asciendan a la élite? De cualquier modo, las críticas de los medios de comunicación relativas a la corrupción o al nepotismo se habrían encontrado con juicios por difamación del propio Gobierno<sup>757</sup>. Segundo, los candidatos se entrevistan con tres ministros del Gobierno en pequeños grupos. Tercero, en una segunda ronda se cribaría a los candidatos no deseados, invitando a una muestra más pequeña a entrevistarse primero con el vice Primer Ministro (Lee Hsien Loong en 2002, hijo de *Lee Kuan Yew*, que como su padre fue designado Primer Ministro de Singapur), y después con el líder del PAP en el Parlamento (el *Whip* al cargo de la disciplina de partido). Cuarto, aquellos que superan esta fase son invitados a una entrevista adicional con el comité de selección de ministros del PAP. Todo esto en un proceso de selección que se supone exhaustivo: cuenta el carácter, la motivación y la habilidad del candidato para "jugar en equipo", luego pueda implicar el consenso y la negociación constante, características del entorno holista de los chinos de Singapur. Los que superaban esta criba pasarían a una entrevista con el Primer Ministro (que entonces era *Goh Chok Tong* y ahora es *Lee Hsien Loong*, hijo de Lee), y con el Ministro Mentor, el Honorable *Lee Kuan Yew*. Finalmente, los supervivientes de esta ronda necesitan realizar una entrevista final en el CEC (Comité Ejecutivo Central del PAP) para ser aceptados (un trámite). Los elegidos en la criba final, son sometidos a preparación sobre el terreno en el distrito electoral siempre por afinidad étnica y cultural: a los chinos *cantoneses* se les pone en distritos mayoritariamente cantoneses, a los *hokkien* en distritos mayoritariamente hokkien (han de hablar el idioma o dialecto mayoritario de cada distrito): esto tampoco cuadra con una sociedad que se define como "multirracial" pues sorprende que en una sociedad que se autodefine como "*multirracial*", que las posibilidades de un candidato, un poner, malayo, de ganar en una circunscripción china, sean bastante escasas<sup>758</sup>. Quinto, como esto no resultaría demasiado "*científico*", los que supuestamente tuvieran madera para ministros pasarían por un test adicional de 1000 preguntas, en el que durante un día y medio se mide su capacidad de análisis; la imaginación y el sentido de la realidad. Esta sería la adaptación del PAP de otro test diseñado para los ejecutivos de la empresa *Shell*, donde parece haber tenido mucha importancia la opinión de Lee Kuan Yew: el primer ministro habría quedado impresionado con la serenidad de los astronautas norteamericanos, y viendo que el sistema producía demasiados "*fallos*" (candidatos inadecuados según el PAP) al medir la habilidad del proceso para evaluar el carácter del candidato, el test psicológico de la NASA se habría impuesto como referencia para el test adaptado del PAP. El PAP querría candidatos con imaginación (aventureros; tomar riesgos, empresariales), que no entraren en competencias o conflictos, facilitando unos procesos sucesorios sin tensiones; con la autoconfianza de Lee<sup>759</sup> y henchidos de su entusiasmo para alcanzar los objetivos nacionales, y probablemente aquellos que no pierdan la compostura ante ataques o situaciones intemperantes, pues la importancia del buen comportamiento y las formas en Asia es determinante. El sistema cribaría a aquellos candidatos con habilidades políticas pero "*mediocres*" y "*oportunistas*". Por otra parte, la élite académica habría sido automáticamente reclutada para ocupar puestos de responsabilidad en las AAPP, siendo monitorizada por el mismo Lee a través

---

<sup>755</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 2002, pp. 48-49.

<sup>756</sup> Op. cit., BARR, 2009, pp. 107; p. 115, p. 121 y p. 124.

<sup>757</sup> Op. cit., MCCARTHY, 2006, p. 76.

<sup>758</sup> ANÓNIMO, "Meet the younger LKY having a nice chat with his friends (1988)!!", vídeo de una sesión del comité parlamentario en el que estaba presente Lee Kuan Yew, se supone en calidad de premier y Goh Chok Tong (futuro Primer Ministro), 1988, disponible en Youtube, en <URL: <http://www.youtube.com/watch?v=f6NTRAOaIwU>>, (accedido el 5.05.2014). La relación entre la raza precisa para el candidato el PAP y la circunscripción en la que se presenta como candidato se explicita muy claramente.

<sup>759</sup> Op. cit., BARR, 2009, en pp. 98, p.110 y p. 125.



de informes realizados por sus superiores, sobre su capacidad para asimilar el conformismo propio del PAP y encajar en estos perfiles. El PAP buscaría las mismas cualidades en sus ministros, presentes en los ejecutivos de las grandes empresas: habilidad; compromiso, diligencia e impulso, así como la templanza de los astronautas. De ahí la denominación "*Singapur SA*", para referirse a la isla Estado. Sin embargo, lo más probable es que la voluntad corporativista de consenso y uniformidad, una élite actuando como una unidad homogénea y obedeciendo al liderazgo, entre en franca contradicción con la "*imaginación*", la "*aventura*" y el "*espíritu de empresa*", que también exigía Lee de sus candidatos<sup>760</sup>.

El *Consejo de Ministros* tendría la iniciativa en el ámbito político y constituiría el núcleo duro del Estado, mientras que la burocracia estaría completamente a su servicio. El Estado habría limitado el debate político a alto nivel, dejando las decisiones más importantes al cargo del PAP (lo que llaman "*despolitización*", en el marco de la supresión de alternativas políticas viables): las decisiones importantes ya estarían "*dadas*", y el papel de la burocracia, altamente profesionalizada y capaz, sería la aplicación y el diseño de programas detallados para efectuarlas. Tanto la élite en el poder (*Gabinete*) como una burocracia progresivamente más tecnocrática, compartirían los mismos valores políticos (educación política de los funcionarios y sindicalistas en los valores del PAP como requisito funcional), de una importancia vital a la hora de legitimar al Gobierno. La intervención en la economía a través de empresas y organismos públicos sería un aspecto central en la estrategia económica y práctica de la política singapurense, lo que probablemente hubiera aumentado el poder de la burocracia en el sistema, como moderadora del Consejo de Ministros. Nos referimos a la de los directores de los organismos públicos y aquellos burócratas en los consejos de administración de las múltiples empresas públicas<sup>761</sup>. Sin embargo, estos son nombrados por el *Consejo de Nombramientos de Directivos y Consultores* dependiente indirectamente del Primer Ministro y, por tanto, bajo el control de la familia Lee. Dado el poder del PAP sobre Singapur durante toda su existencia, se llega a hablar de la aparición de un "*Estado Administrativo*", donde se supone el poder estaría desplazándose hacia los ámbitos de la burocracia. Por debajo del Consejo (formado por ministros y secretarios de Estado), estarían las empresas públicas agrupadas en cuatro holdings empresariales, el más importante de ellos es el fondo *Temasek Holdings*.

Con relación a los sindicatos, la política de mano dura de Lee contra los sectores "*comunistas*" del *Barisan Sosialis* en los años 60, aplastados con la ISA<sup>762</sup>, derivaría en un alineamiento de los sindicalistas moderados a los intereses gubernamentales, que ofrecieron un apoyo a la política de crecimiento y control de rentas bastante exitosa. La política del Gobierno siempre habría sido intentar integrar a unos sindicatos con el Gobierno en la medida de lo posible de forma "*simbiótica*": propugnando la afiliación de los sindicalistas al PAP; favoreciendo que estos se presenten a las elecciones como candidatos del PAP; nombrándolos para los consejos de administración de empresas, y cuando fuera posible (*Goh Chok Tong* a final de los 70), la persona que ocupare la dirección de la Confederación Nacional de Organizaciones Sindicales (NTUC), también debería de ocupar una cartera ministerial. El movimiento de cargos del PAP en el triángulo ministerios-sindicatos-empresas públicas, sería algo bastante particular del sistema político singapurense, donde todo el mundo parece ser "*multipropósito*": la "*política de RRHH*" de Singapur SA recuerda a la aplicada a los profesores de las

---

<sup>760</sup> Op. cit., BARR, 2009, pp. 115, 117 y 129.

<sup>761</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 2002, pp. 29-33.

<sup>762</sup> Op. cit., MCCARTHY, 2006, pp. 73 y 108-109.

escuelas de negocios chinas, que a modo de llave inglesa, tienen que servir para impartir cualquier asignatura, apretar todo tipo de tuercas<sup>763</sup> (por la supuesta "escasez de talento"). La visión elitista que tiene el PAP de los sindicalistas es el de personas con altas miras, limitando al máximo el "oportunismo" político como lo habría entendido Lee<sup>764</sup>. En suma, evitar aquellas políticas que supuestamente y a corto plazo beneficien personalmente a los candidatos asociados al sindicato y ensalcen la personalidad del sindicalista, pero que no encajen en el interés nacional de alto calado a largo plazo: un político "oportunista" que pudiera destruir las conquistas económicas de su Gobierno reduciendo el nivel de vida de los votantes "a propósito; por negligencia o incompetencia", habría justificado poderes especiales y limitaciones de los derechos democráticos.

¿Tiene el PAP alguna ideología? Según Mauzy y Milne, una gran parte de los expertos apuntan a: pragmatismo; meritocracia; elitismo; multiracialismo y últimamente, ante el ascenso de la RP China, los valores asiáticos como los ve el PAP (véase más adelante), y el comunitarismo. Quizá el dinero (y sobre todo ahorrarlo) es lo más próximo a una ideología en Singapur, a parte de las apariencias y los alimentos es de lo que se habla o hace. La cultura singapurense pueda ser materialista; egoísta; individualista; utilitaria, en un mar de anomía consumista: los ciudadanos singapurense invierten todo su tiempo en trabajar para ganar dinero, no tienen tiempo para otra cosa. El estatus es función directa de las propiedades y rentas de la propia familia, la visión personal de Lee Kuan Yew<sup>765</sup> del progreso económico. Según Mauzy y Milne: "[...] el PAP ha intentado fomentar aquellos aspectos de la cultura singapurense que promueven el crecimiento económico y que se acepte un gobierno autoritario y paternalista que, a cambio, produzca una "buena gobernanza"<sup>766</sup>. El pasatiempo nacional tanto de Singapur como de Malasia sería irse de compras: cuantas más cosas bonitas y más dinero tienes eres más importante<sup>767</sup>, percepciones que no reflejan los cambios operados en la sociedad malasio singapurense ante los crecientes niveles de afluencia y niveles educativos. De 1965 a 2002, esta ideología habría jugado un rol funcional para sacar a Singapur del subdesarrollo: aquellos que fueron pobres, despolitizados, estarían disfrutando de lo acumulado con enorme esfuerzo, luego no habría ningún interés por cuestionar políticas exitosas. Otra cosa es que el flujo interminable de bienes y servicios se interrumpiera, en lo que McCarthy llama "cultura del exceso". Mientras todo el mundo siga ganando dinero, no se esperan demasiadas tensiones sociales y raciales en Singapur, ni cuestionamientos del autoritarismo<sup>768</sup> de su Gobierno. El patriotismo singapurense, henchido de orgullo y probablemente de exceso de confianza ante las conquistas materiales del PAP, determina un apoyo fuerte y consistente al Gobierno<sup>769</sup>

---

<sup>763</sup> Fuente: Experiencia personal del autor en el KDU College de Penang, Malasia: los directores de estudios de los Colleges privados chinos en Malasia son bastante particulares: el doctorando entró en una entrevista para profesor de Marketing del KDU y salió con un trabajo de profesor de Liderazgo y RRHH, que posteriormente rechazó (marzo de 2013).

<sup>764</sup> Op. cit., BARR, 2009, pp. 104-105: Desde la adolescencia Lee se habría sentido bastante incómodo con cualquier cuestionamiento de su autoridad de parte de rivales "oportunistas", una actitud que recuerda al "tumpa daulat", el poder absoluto de los sultanes malayos.

<sup>765</sup> Op. cit., BARR, p. 50. Lee Kuan Yew habría declarado en una reunión de estudiantes en 1962 sobre el "progreso": "que se puede distinguir a un estudiante indio de uno de Malaya por estar "mejor vestido; mejor calzado, y tener una novia mejor, por poder llevarla a sitios mejores".

<sup>766</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 1999, pp. 59 y 192-193.

<sup>767</sup> Ibid., 1999, pp. 61 y 64.

<sup>768</sup> Op. cit., MCCARTHY, 2006, pp. 117-118.

<sup>769</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 2002, p. 65.

El PAP de Singapur es elitista: el poder del intelecto y la existencia de una "*aristocracia natural*" entre los hombres, según los confucionistas vendría determinada al nacer<sup>770</sup>. ¿Un partido pragmático? Sin duda, sus miembros sienten que es necesario "*hacer lo que haya que hacer para resolver un problema según las circunstancias*" (así, utilizar la Internal Security Act para encarcelar a sindicalistas y oponentes políticos, sería de lo más correcto y venial según las creencias del PAP). ¿Meritocracia? Lee habría dicho: "*O se tiene talento o no se tiene*", lo que justificaría los sueldos millonarios, de ejecutivo de Hollywood, de la élite dominante singapurense ("*de cada uno, lo mejor; para cada uno su valor*"): un país "*asediado*" no tiene tiempo para cuestionar sus jerarquías y necesita "*generales*" para la "*supervivencia*". En base a los sistemas meritocráticos "*científicos*", de selección de altos funcionarios, políticos y ministros, y el conformismo que impregna el *Estado niñera*, no parece que se pueda avanzar mucho en aspectos creativos o artísticos, (tampoco es algo que se pueda percibir al día de hoy en Singapur). Un sistema que tampoco fomenta demasiada originalidad, necesaria para las industrias del conocimiento ("*thinking out of the box*", o pensar libremente, "*fuera de la caja*"): esta pueda ser una de las razones por las que Singapur dependa del recurso humano extranjero de las multinacionales para estas industrias de futuro.

¿Protestar enérgicamente por los abusos de las AAPP o el Estado? No procede, los Derechos Humanos son "*Imperialismo Occidental*" para el PAP<sup>771</sup>, y se impone el consenso forzoso y los intereses nacionales por encima de los del individuo. ¿Multiculturalidad? Por decreto, ya que se prohíben comentarios negativos sobre temas étnicos, raciales y religiosos, aunque chinos; malayos; indios, otros asiáticos y europeos convivan en un entorno en el que las fricciones son lógicas<sup>772</sup>. Si bien existe cierta voluntad de integración de las etnias a partir de políticas sociales que acabarían ayudando a indios y malayos, los más pobres (p. ej., cuotas para la vivienda pública), más que resolver problemas estas sólo puedan reforzar resentimientos latentes. Zubaidah Rahim<sup>773</sup>, también apunta a la posición socio-educacional marginal de las comunidades malayas (musulmanes) en Singapur, y esto sería evidente por la exclusión "*no oficial*" de los 22 a 24 meses de servicio militar, obligatorios en Singapur, y su discriminación en las Fuerzas Armadas de Singapur (SAF), que reforzaría la percepción de los malayos como potencialmente desleales al Estado de Singapur. Barr indica que la política de becas del Gobierno de Singapur discrimina a favor de los estudiantes chinos que obtienen la mayoría de ellas, en contra de malayos e indios, que obtendrían un número de becas inferior a su participación en la población total). Esto sería a la inversa de lo que ocurre en Malasia donde sería a favor de los malayos, en detrimento de la minoría china, de acuerdo a la discriminación positiva<sup>774</sup> de la NEP, y prueba del dominio chino de la sociedad singapurense.

En Asia las tensiones se manifiestan en pérdidas súbitas de la compostura, bastante violentas, fuera de control ("*run amok*"), típicamente asiáticas: cuando se está soportando una situación que se considera indigna para mantener la armonía asianista y la cortesía oriental, mostrando inusitada tolerancia y capacidad de aguante ante extremos intolerables, lo normal es que, esporádicamente, el vaso rebose y la gente explote. Como los problemas étnicos supuestamente "*no deben de ocurrir*", parece no haber necesidad para poner en marcha

---

<sup>770</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 2002, pp. 51-53 y 59.

<sup>771</sup> Ibid., 2002, p. 64.

<sup>772</sup> Ibid., 2002, pp. 53-56.

<sup>773</sup> ZUBAIDAH RAHIM, LILY, *The Singapore Dilemma: The Political And Educational Marginality Of The Malay Community*, 1ª edición, Shah Alam, Selangor Darul Ehsan, Malasia, 1998, 302 páginas, pp. 41-42 y 76-77.

<sup>774</sup> BARR, MICHAEL D, "The Charade of Meritocracy", *Far Eastern Economic Review*, Hong Kong, octubre de 2006, página 18.

demasiadas medidas correctivas mientras no haya disturbios o tensiones mayores entre los grupos raciales. Nuestra intuición, no contrastada, es que ciertas tensiones persisten pero están bien contenidas, como atestiguan los disturbios raciales de 2013 en el barrio de *Little India* (16 ambulancias y 2 coches de policía destrozados o con daños y múltiples heridos): ante la muerte accidental de un indio tamil "intoxicado" (probablemente borracho, problema endémico entre los tamiles) arrollado por un autobús. La numerosa comunidad india emigrante es bastante pobre: miles de muchachos jóvenes; sin mujeres, sin policías de uniforme alrededor para supervisarles<sup>775</sup>, se sientan en el parque contiguo a *Little India* para hablar de sus cosas cuando cae la tarde. Los más afortunados pueden tomarse una cerveza en los stalls (puestos) y restaurantes económicos contiguos para templar el calor intenso de los trópicos. Demasiado lejos y demasiado cerca de los clubs selectos en rascacielos frecuentados por jóvenes fundamentalmente chinos, donde se alinean automóviles de máximo lujo alemanes; británicos o japoneses. Sorprende la prohibición de consumir bebidas alcohólicas impuesta por el Gobierno en *Little India* tras los disturbios, alimentando visiones interesadas sobre el alcoholismo que afectan a esta comunidad. Las tensiones también se pueden ver en los recientes problemas con la huelga de conductores de autobús de la China Continental, que protestaron por los bajos sueldos y las malas condiciones laborales típicas del Sudeste Asiático. En este caso además de los problemas inter-étnicos hay desigualdad social: a los extranjeros chinos se les paga bastante menos que a los mismos singapurenses, y la solución ofrecida al problema parece sólo ser muestra de la típica tacañería malasio-singapurenses<sup>776</sup>. De cualquier modo, poca sensibilidad tienen en Singapur para con los inmigrantes, ya que estos serían problemas que generalmente se darían "entre extranjeros"<sup>777</sup>. Sentado esto, en general Singapur es un país bastante tranquilo, donde la religión es lógicamente controlada por el Estado a través de la *Maintenance of Religious Harmony Act de 1990*<sup>778</sup> (parte 8, sección 1), que supone un monitoreo concienzudo de las actividades de grupos religiosos para ganar prosélitos entre los malayos (musulmanes) de Singapur, luego existen restricciones a la Libertad de Religión en la isla Estado: siendo la apostasía, el abandono de la religión islámica, un crimen grave para los musulmanes, el Gobierno se cuida bien de que no se susciten las iras de estas comunidades.

¿Valores asiáticos?<sup>779</sup> Aquí estaríamos hablando de la supuesta dicotomía entre los valores de la democracia occidental, versus aquellos valores conservadores y la tradición interpretados según la élite singapurenses como "asiáticos". En estos valores asiáticos a la PAP habrían jugado un rol clave las influencias culturales y la vida personal de Lee Kuan Yew; las circunstancias de política nacional o internacional de

---

<sup>775</sup> ANÓNIMO, "Big trouble in Little India", Singapur, *The Economist Online* (11.12.13), disponible en < URL: <http://www.economist.com/blogs/banyan/2013/12/riot-singapore> > , (accedido el 09.02.14). Experiencia personal del doctorando en diferentes visitas al barrio de Little India en Singapur: en 2012, 2013 y 2014.

<sup>776</sup> ANÓNIMO, "The Scandal of Foreign Labor in Asia", 10.12.2013 en el blog Asia Sentinel, en < URL: <http://www.asiasentinel.com/econ-business/the-scandal-of-foreign-labor-in-asia/>>, y

ANÓNIMO, "Singapore Cracks Down a Strike", en el mismo blog, 03.12.2013, en <URL: <http://www.asiasentinel.com/econ-business/singapore-cracks-down-on-a-strike/> > .

*Asia Sentinel* cuenta con lo más prestigioso de la mejor prensa anglosajona en Extremo Oriente (*International Herald Tribune*, *Wall Street Journal*, *Newsweek*, etc.), vinculado con el desaparecido *Far Eastern Economic Review*, una publicación seria con gran influencia en temas económicos y de negocios. Censuradas sistemáticamente, sus problemas legales con el premier Lee Kuan Yew contribuyeron a su debacle. Véase: ANÓNIMO, "Far Eastern Economic Review RIP. A monthly attempt to pierce Asia's mysteries is lost", Londres, *The Economist* (23.09.2009), en <URL: <http://www.economist.com/node/14492327>>, (accedidos el 06.12.2014).

<sup>777</sup> Op. cit., BAKER, JIM, pp. 409-410.

<sup>778</sup> Véase el texto de la ley, disponible en la página del Fiscal General del Estado de Singapur, en <URL: <http://statutes.agc.gov.sg/aol/search/display/view.w3p?page=0;query=DocId%3A77026343-e30d-40e2-a32e-b1f5d46c5bd7%20%20Status%3Ainforce%20Depth%3A0;rec=0>>, (accedida el 02.09.2014).

<sup>779</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 2002, p. 57.

Singapur y sentimiento de vulnerabilidad, así como la mezcla de culturas y tradiciones en Malasia y Singapur. Aquí se podría hablar de unos valores asiáticos muy particulares, con un sabor netamente malasio-singaporense, y por tanto, valga la redundancia, asiáticos pero, paradójicamente, con enorme influencia occidental. Lee estudió en la *Raffles Institution* de Singapur y la *Universidad de Cambridge*<sup>780</sup> del Reino Unido, dos instituciones de élite del Imperio Británico, por lo que estuvo expuesto tanto a los valores chinos tradicionales como a los valores elitistas del colonialismo británico. Según Barr<sup>781</sup>, Lee creería en el poder de la ciencia y la investigación científica probablemente influido por sus estudios en la Raffles, contribuyendo a su pragmatismo materialista, lo que pueda justificar sus tendencias orientalistas y el choque de trenes con los valores tradicionales y la percepción de ineficacia malayos (musulmanes), espirituales e irracionales ("*no sé cómo podría ser completamente feliz si tuviera que vivir en una sociedad apacible*"). Las jerarquías sociales, desde las alturas del sultán, su aristocracia, pasando por su burocracia, hasta los consejos de ancianos, los "*kepalas*" de los kampungs, la vida del *kampung* (aldea) y la fe islámica, habrían proporcionado a los malayos un sentimiento de realización, sin necesidad de recurrir a una ideología del esfuerzo y el trabajo duro en una sociedad compacta y fuerte. Todo esto teniendo en cuenta el objetivo del UMNO malayo (musulmán) de bloquear la preeminencia china. Para Lee los malayos habrían esperado niveles más altos de vida, sin modificar su cultura ancestral<sup>782</sup>, conservadora y estática. Nos encontramos pues con la ideología de la supervivencia. El "*sentimiento de vulnerabilidad*" ante el problema de la doble minoría, ya que Singapur sería una isla mayoritariamente china con una importante minoría malaya (musulmana): un oasis de prosperidad en el entorno geográfico mayoritariamente malayo (musulmán) de Malasia e Indonesia (los más pobres y con peores trabajos en Singapur), dónde los chinos de Singapur serían minoría. Un sentimiento utilizado por el PAP ante la expulsión traumática de Singapur de la Federación de Malasia. Es decir, en el momento en el que el PAP rechazó los "*privilegios especiales*" feudales de los malayos (musulmanes), ante la expectativa de conflictos interétnicos y aquellos provocados por grupos de extrema izquierda. El sentimiento de vulnerabilidad habría sido utilizado otra vez por el PAP, ante el ascenso reciente del yihadismo (2001-2006)<sup>783</sup>. Según Barr<sup>784</sup>, aunque tuviera fundamento, Lee Kuan Yew habría amplificado y utilizado convenientemente este sentimiento en su discurso para crear una "*mentalidad de asedio*" entre los singaporenses, que contribuyera a su objetivo de "*sociedad robusta*" ("*rugged society*"), de gentes con la piel dura, que se sienten "*asediadas*", sirviendo esto justificación para unas leyes estrictas, autoritarias<sup>785</sup>. Una sociedad donde la organización y el trabajo duro para la supervivencia nacional se superpusieran a cualquier otra consideración de orden personal<sup>786</sup>. Se infundiría un "*esprit de corps*", de una sociedad "*asediada*" (chinos e indios) por sus vecinos (malayos musulmanes), que justificaría las restricciones de las actividades sindicales, la fuerte militarización de la sociedad y la institución del servicio militar (al estilo de Israel, con un gasto elevado en armamento: una nación de comerciantes bien armados en el lugar más estratégico de Asia)<sup>787</sup>. El servicio

---

<sup>780</sup> Op. cit., BARR, 2009, pp. 10-18 y p. 51.

<sup>781</sup> Ibid., 2009, p. 105-107.

<sup>782</sup> Ibid., 2009, pp. 77; 80, 85 y 142.

<sup>783</sup> Op. cit., MCCARTHY, 2006, p. 109.

<sup>784</sup> Op. cit., BARR, 2009, p. 32 y p. 85.

<sup>785</sup> Op. cit., MCCARTHY, 2006, p. 70 y p. 99.

<sup>786</sup> Op. cit., BARR, 2009, p. 150.

<sup>787</sup> MARGOLIN, JEAN-LOUIS, "The People's Action Party Blueprint in Singapore, 1959-1965", en AAVV, *Singapore, from Temasek to the 21<sup>st</sup> Century: Reinventing the Global City*, 1<sup>a</sup> edición al cuidado de Karl Hack et al., Hawaii, EE.UU., University of Hawaii Press, 2011, 458 páginas, pp. 313-314. Karl Hack es profesor de la Open University del Reino Unido, próximo al PAP: estuvo diez años en la Universidad Nacional de Singapur y trabajó en la revisión de los programas de Historia en los centros de enseñanza singaporense. Jean Louis Margolín, premio Augustín Thierry, es profesor en la Universidad de Marsella (Francia) y especialista en Historia Contemporánea de Asia.

militar y el ejército se habrían alineado al *triangulo ministerios-empresas públicas-sindicatos* para transmitir los valores y leyes autoritarios del PAP. Sin embargo, no parecen existir amenazas para la seguridad de Singapur (en principio parecen remotas, aunque nuestra opinión es que habría que prestarles más atención): McCarthy cita las demandas chinas sobre el Mar del Sur de China, que pudieran llevar a un bloqueo del Estrecho de Malaca, o de terroristas islámicos buscando venganza contra intereses sionistas u occidentales<sup>788</sup>. Mientras que los países circundantes a Singapur cuentan con una enorme riqueza de recursos naturales y pequeñas poblaciones que nunca iban ser capaces de consumirlos, esto habría traído consigo sociedades "relajadas". Los NICs del Este Asiático (Japón, Corea, Taiwán y Hong Kong), sociedades sin recursos algunos, bastante diferentes, tendrían que modificar su cultura para afrontar una forma de vida bastante más dura.

Al igual que en Malasia, la xenofobia es un aspecto preocupante, el mismo *Lee Kuan Yew* habría llegado a manifestar que los chinos son "*superiores*" genéticamente y culturalmente a las razas occidentales, a indios y malayos (para estos dos últimos grupos llegó a alegar que por razones climáticas y culturales, el "*determinismo medioambiental*"). Aquí se siente la vertiente eugenista de Lee, quien otrora habría dicho: "*los británicos eran la gente mejor del mundo*" y "*benefactores de la humanidad*". El racismo institucional colonial en Singapur era algo aceptado en las comunidades chinas, mito que se haría añicos ante la derrota británica en Singapur<sup>789</sup>. El trato racista recibido de los británicos y la restauración de su posición social privilegiada en la postguerra, puedan implicar un resentimiento lógico para con el mito de la superioridad británica. Entre otras declaraciones de Lee Kuan Yew: "*Yo comprendo al inglés, en su corazón sabe que es superior al escocés y al galés*"; sobre los tailandeses: "*si les das un misil moderno aire tierra, tienes que mantener al instructor allí hasta el final de los tiempos*"<sup>790</sup>.

La Ley sería una herramienta para facilitar o impedir las reformas sociales, para traer progreso y cambio cultural en constante mutación para adaptarse a las condiciones cambiantes<sup>791</sup>. Lee habría dicho: "*El progreso de la Humanidad se debería al avance en las ciencias y las matemáticas*", y la civilización y la sociedad serían algo "*maleable*" y "*transitorio*", visiones del reformismo del Partido Laborista británico en Cambridge, así como el socialismo de la Sociedad Fabiana: cambios graduales hacía el socialismo como alternativa a los horrores del comunismo para países en desarrollo, en las que la tecnología y la intervención pública en la industrialización serían necesarias. Lee habría sido un seguidor ferviente de *Arnold Toynbee*, tomando partido por su progresismo: la historia sería cíclica, en este marco de la visión utilitaria y evolucionista de la cultura, fluida y maleable, reflejando y condicionando los cambios sociales, donde la "minoría creativa" tendría un rol de liderazgo dinámico sobre la mayoría pasiva y "no creativa".

---

<sup>787</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 2002, p. 79 y p. 81.

<sup>788</sup> Op cit., MCCARTHY, 2006, p. 70. Véanse en los epígrafes I.4.4, I.4.5 y I.4.6, una discusión exhaustiva sobre Seguridad.

<sup>789</sup> Op. cit., BARR, 2009, pp. 13; 51; 103; 105-107; 189 y 193. Los británicos tenían sueldos bastante mayores que los asiáticos e incluso comían en comedores separados en las instituciones educativas. Estaba muy mal visto casarse con asiáticos. La "*superioridad*" del británico según Lee lo sería "*por su capacidad de utilizar pistolas y asustar al otro*". El miedo; la reputación y el dinero, puede que lo fueran todo, el respeto posiblemente no sea consecuencia de los valores cristianos u occidentales.

<sup>790</sup> Op. cit., BARR, 2009, p. 186 y p.193.

<sup>791</sup> Ibid., 2009, pp. 58-67 y p.70.

En palabras de Lee<sup>792</sup>:

*"Me consuelo de el hecho de que, según Toynbee, sin el reto, el hombre no trepa más alto la cara del acantilado para alcanzar un nivel de vida más alto, una calidad de civilización más alta"*

Para Goh Keng Swee, político influyente del PAP, los valores asiáticos a la Lee Kuan Yew se podrían encontrar la tradición occidental: en el victorianismo británico (a la *Dickens*), absorbido por los chinos *Baba* (la élite de los *Chinos de los Estrechos* o *Peranakan*, que ocupaban las altas profesiones en el Singapur colonial), de donde proviene la familia de Lee Kuan Yew; en la ética protestante (ahorro, trabajo duro y autodisciplina) o en el rechazo a un Estado del Bienestar generoso "*de la cuna a la tumba*", y el apoyo al voluntarismo y al trabajo personal, la autosuficiencia, así como el énfasis en la comunidad, en la tradición Neocon norteamericana o de los católicos españoles. Sin embargo, desde principios de los años 80 se refuerza la identidad china a instancias de Lee Kuan Yew, recuperando cierta versión bastante particular del confucianismo como guía espiritual de la vida de los singapurenses. Para Barr, con relación a Lee, el confucianismo sería un: "[...]sistema ético que encaja con sus propias concepciones de la política, la piedad filial, el trabajo duro e incluso la sumisión a la autoridad". La interpretación que el PAP hace del confucianismo minimizaría el impacto de algunos de sus anacronismos bastante "inconvenientes" para los intereses del PAP: el bajo valor que se le da Confucio a las mujeres y a la iniciativa empresarial. En China se habría culpado al confucianismo por su atraso y como causa de la pobreza en el continente, luego esta sería una re interpretación del confucianismo al que se le atribuirían valores de la ética protestante europea a la Webber<sup>793</sup>. Según Confucio, los hombres habríamos nacido con diferentes capacidades, luego deberíamos ser gobernados por un "*hombre moralmente superior*", el más capaz y virtuoso. Esto ocurriría en una sociedad "*estable y ordenada*", en la que se resalte la obediencia a una jerarquía paternalista y benevolente, que enfatice las tareas y obligaciones para con la comunidad dónde la comunidad es lo más importante y el individuo sólo una abeja en una colmena "*perfectamente ordenada*". El éxito de Singapur también se habría explicado por estos valores con origen en China Continental, lo que cuadra con la percepción de Lee sobre la supuesta superioridad étnica de los chinos sobre los demás<sup>794</sup>. Singapur produce tecnócratas que se identifican con esta revisión del confucianismo en la que la sociedad debería "*de estar de acuerdo con las reglas de buena conducta social definida por sus mayores*" (lo que le da al sistema un aura de "*consejo de sabios ancianos*")<sup>795</sup>. Las clases medias legitimarían un sistema político estable que provee altos niveles de vida y consumismo, el crecimiento económico es clave y los intereses comunitarios siempre están por encima de los individuales. Sin embargo, existen elecciones y una oposición organizada, luego Mauzy y Milne hablan de "*dictablanda*".

---

<sup>792</sup> Op. cit., BARR, 2009, pp. 78. y 112. Lo mejor que podría hacer la mayoría (privada del instinto creativo del que la sociedad dependería para su crecimiento y supervivencia) es seguir las iniciativas de la élite, poniéndolas en práctica o por imitación.

<sup>793</sup> FOLK, BRIAN, y JOMO, K. S., "Introduction", en AAVV, *Ethnic Business: Chinese Capitalism in South East Asia*, colección "Routledge Curzon Studies in Growth Economies of Asia", 1ª edición al cuidado de Jomo K. S. y Brian Folk, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, 2003, 264 páginas, pp. 73-91, en p. 2., y WEBBER, MAX, *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*, edición al cuidado de Javier Abellán, Madrid, Alianza Editorial, 2012, 384 páginas.

<sup>794</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 2002, p. 58 y 128-129.

<sup>795</sup> Op. cit., DENT, CHRISTOPHER M., 2002, p. 74.

Sin embargo, la oposición posiblemente esté sujeta a un conjunto de limitaciones excesivas sobre los derechos civiles y políticos, así como de la Libertad de Prensa: las críticas sobre el Gobierno generalmente no son escuchadas, los problemas simplemente "no ocurren", no se discuten. Los controles sobre la prensa se habrían aprobado en 1971, justificados por la espada de Damocles de la "amenaza comunista", "el chauvinismo chino" u "operaciones militares encubiertas" (comprensible en 1971, pero con poco o ningún sentido en 2014<sup>796</sup>). Esto concuerda con el bajo nivel cultural humanístico de los singapurenses, orientado a actividades técnicas y productivas, como en todo el Este de Asia: una sociedad "neo confucionista a la Lee Kuan Yew", probablemente incapaz de aceptar críticas o percepciones negativas sobre su propio país, sobre todo si afecta al paternalismo benevolente del Estado, lo que enlaza con la pretensión de excepción cultural de las sociedades chinas. Entre los peores excesos del "Estado niñera" de Singapur de Lee Kuan Yew, con tintes eugenistas (mejorar los rasgos de la herencia genética de los humanos, a través de intervenciones manipuladas y métodos de selección de humanos), y del darwinismo social (la supervivencia del "más apto"), pongamos por ejemplo el Programa para la Madre Licenciada de 1987 (*Graduate Mother Scheme*): La natalidad de las madres licenciadas con estudios, completamente dedicadas a la búsqueda de dinero en Singapur, siguen las pautas demográficas de los demás países desarrollados: la tasa de natalidad bajó a menos de un hijo por familia "cualificada" y por tanto afluente, en términos del PAP. Para la familia Lee, otros países podrían permitirse pero, dado el minúsculo tamaño de Singapur, el "talento" disponible sería tan limitado que habría que fomentar la natalidad entre mujeres "cualificadas" para dar a luz a más personas "cualificadas". De ahí una política de subsidios y ayudas generosas (acceso a colegios especiales, dinero en efectivo) a la natalidad de las mujeres "cualificadas" que discriminaba contra las mujeres sin estudios<sup>797</sup>. Según Barr<sup>798</sup>, para evitar que la disgenesia subiera en las tasas de fertilidad de la sociedad singapurenses, en 1969 Lee propugnó las *Leyes de Aborto y Esterilización*, no fuera a ser que el material genético de la isla "bajara de calidad" y Singapur se convirtiera en una "sociedad anémica", llegando a ofrecer subsidios para la esterilización de padres "pobres y no cualificados", medidas que en nuestra opinión, son una verdadera barbaridad<sup>799</sup>. Al día de hoy estas políticas ya no son operativas, y se han puesto en marcha medidas para fomentar la natalidad de todas las clases sociales. Paradójicamente, las políticas natalistas de Lee padre tuvieron su contraparte en las de Lee hijo (*Lee Hsien Loong*), quien dice haberse "resistido" (sic) a la imposición de la jornada laboral de cinco días (no fueran a ponerse en entredicho los valores asiáticos del PAP de trabajo duro, ahorro y disciplina), para favorecer la procreación de los singapurenses,<sup>800</sup> quienes precisarían de tiempo y espacio para cuidar de la familia: las larguísimas jornadas de 60 70 horas a la semana difícilmente dejarían tiempo para asegurar la continuidad familiar. Para que suban las tasas de natalidad<sup>801</sup> y dentro de la variedad de ayudas, el Gobierno promueve ciertos cruceros subsidiados tipo "Vacaciones en el mar", y viajes a centros recreacionales, para que las parejas

---

<sup>796</sup> Op. cit., BARR, 2008, p. 84.

<sup>797</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 2002, p. 60 y WONG, BENJAMIN, "Eugenics from an East Asian perspective", Washington, Editorial Council for Social and Economic Studies, Inc, *Mankind Quarterly*, tomo 42, n° 3, primavera de 2002, pp. 231-262.

<sup>798</sup> Op. cit, BARR, 2009, p. 84 y pp.120-121.

<sup>799</sup> PALEN, J. JOHN, "Fertility and eugenics: Singapore's population policies", Martinus Nijhoff Publishers, Dordrecht, Países Bajos, *Population Research and Policy Review*, vol. 5, n°1, 1986, pp. 3-14.

<sup>800</sup> ANÓNIMO, "Shaping lives, Feedback on Daily Life in Singapore", folleto del Gobierno de Singapur, disponible en formato electrónico (no indica fecha), en "Reach", la página Web del Gobierno de Singapur para promover el civismo, p. 47, en < URL: <http://www.reach.gov.sg/Portals/0/File/Shaping%20Lives.pdf> >, (accedida el 05.12.14).

<sup>801</sup> TEO YOU YENN, "Producing Singaporeans: Family Policies and their "Latent" Effects", Singapur, Universidad de Singapur, Asia Research Institute serie de documentos de trabajo n° 77, octubre de 2006. Sobre la tristeza de la vida de la familia singapurenses: la "negociación" que se establece con las AAPP para recibir subsidios para vivienda, natalidad, etc.



se conozcan y procreen. Según Barr, a aquellos que predicaren valores contrarios a los valores del Estado, se les considera automáticamente "*anti establishment*" o "*contra culturales*": los hippies contra la Guerra de Vietnam habrían sido mal vistos, a Lee Kuan Yew le gustarían los jóvenes con el pelo corto, como muestra de su "*fibra moral*" por haber recibido una educación en su lengua madre (el chino), poniendo a su hijo, futuro Primer Ministro del país como ejemplo, quién le mandaba fotos desde universidades extranjeras, donde todo el mundo probablemente llevara el pelo largo menos él<sup>802</sup>. Occidente llegó a ser percibido como decadente y fuente de "*depravación*", de violencia; individualismo; comportamiento impropio o inmodesto en público (pecado capital); desobediencia familiar; sexo, drogas y rock and roll (lleno de "*melenudos*"), y por tanto lo contrario a los "*valores asiáticos a la PAP*": la nación frente a la propia persona; la familia como la unidad básica de la sociedad<sup>803</sup> (descomposición de la familia en Occidente); respeto y apoyo comunitario por el individuo (el clan como familia extensa); consenso en lugar de conflicto. Valores que lógicamente resonaron en las comunidades malayas e indias. Especialmente las malayas malasias, allá la "*ausencia de conflicto*" sería bastante conveniente para evitar cualquier cuestionamiento de los "*privilegios raciales*" malayos. La moralidad y el orden público como justificación para el autoritarismo<sup>804</sup>. Tanto en Singapur como en Malasia, se sigue utilizando el "*caning*", la flagelación con vara de ratán que se ha aplicado a jóvenes occidentales en casos de pintadas de grafiti, suscitando en un pasado la oposición del Presidente Clinton en el caso de Michael P. Fay<sup>805</sup> y, recientemente, unos jóvenes alemanes fueron condenados a 9 meses de cárcel y tres golpes de vara de ratán<sup>806</sup>. Aunque Singapur habría aplicado la pena de muerte repetidamente, llegando a las 190 ejecuciones en el año 2000, unos niveles bastante altos, las ejecuciones no habrían llegado a la decena en 2014<sup>807</sup>, y se entienden en el ámbito de la intensa lucha gubernamental contra el tráfico de drogas<sup>808</sup>, ya que por su posición geográfica y logística Singapur es un gran nodo global del comercio ilícito.

El valor "occidental" que parece preocuparle más al PAP es el de la Libertad de Expresión, de ahí el supuesto conflicto entre valores occidentales y orientales, especialmente en todo aquello que toque a las altas instancias del PAP. La *Internal Security Act*, no sólo se habría utilizado contra opositores políticos "*comunistas*" si no contra "*extremistas*" religiosos y de corte racial, o cualquier persona que el PAP considere una amenaza a la seguridad nacional, o en casos en los que alguien denuncie la corrupción institucional en los altos niveles del PAP. Singapur recibió todo tipo de críticas por los métodos utilizados en la aplicación de la ISA en un pasado (interrogatorios con extrema dureza; torturas, privación del sueño; prohibición de hablar en mítines; no poder tomar parte en actividades políticas, y otras prácticas vejatorias). Sobre la ISA y sus provisiones de suspensión del recurso de *habeas corpus*, la detención indefinida sin orden judicial o juicio alguno, el primer ministro *Lee Hsien Loong* (Lee hijo) habría dicho que esta es: "*una razón por la que nuestras calles son seguras, y los que*

---

<sup>802</sup> Op. cit., BARR, 2009, p. 156 y p. 169.

<sup>803</sup> Op. cit., MCCARTHY, 2006, p. 95, p. 80 y p.103.

<sup>804</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 2002, p. 59.

<sup>805</sup> Ibid., 2002, p. 130.

<sup>806</sup> SHEN, RUJUN, "Two Germans to be caned, jailed for Singapore train graffiti", Singapur, en el sitio web de la agencia de noticias Reuters, 05.03.2015, en <URL: <http://www.reuters.com/article/us-singapore-graffiti-sentence-idUSKBN0M10DK20150305>>, (accedida el 23.10.2015).

<sup>807</sup> Fuente: Amnistía Internacional, 2015.

<sup>808</sup> PHENEAH, JERALDINE, "Singapore and the Death Penalty: A recent amendment saves one drug mule. But should death for drug crimes be ended altogether?", Tokio, Japón, en el portal *The Diplomat*, 20.10.2013, en <URL: <http://thediplomat.com/2013/11/singapore-and-the-death-penalty/>>, (accedido el 01.12.2015).

hacen jogging (footing), no son atracados"<sup>809</sup>. Según Mauzy y Milne en 2001, la última vez que se habría utilizado la ISA en 1987, lo fue contra activistas de izquierda cristianos por acciones en pos de la justicia social<sup>810</sup>. McCarthy, relata su utilización en 2002 en el marco de la Guerra contra el Terrorismo de los EEUU para aprehender a sospechosos de ser miembros de Al Qaeda y de la Jemaah Islamiyah: suspendidos los derechos fundamentales en EEUU y el Reino Unido, las críticas contra el autoritarismo singapurense tendrían menos fuerza moral y efectividad.

El PAP conoce bien la cultura asiática y la china en particular (sin dinero se es como un cadáver andante, y lo importante no es lo que se dice, si no también lo que "se piensa"), no es necesario encarcelar o torturar a nadie, con arruinar al opositor económicamente es suficiente. Saldría más "barato" en términos electorales, demandar al opositor político en los tribunales impidiendo su participación, que encarcelarlo vulnerando sus Derechos Humanos<sup>811</sup> con la ISA antes de unas elecciones<sup>812813</sup>. Se trataría de intimidaciones sutiles, donde las alusiones y los rumores reemplazarían la sangre y la amenaza (el "rumor", algo terrible para los chinos). McCarthy incide en que aunque el voto de oposición llevara años rondando el 30% desde los 80, los escaños ocupados por la oposición significarían sólo del 1.2 al 4.9 %, y que cuando llegan las elecciones muchos singapurenses temen por el futuro de sus carreras profesionales, por el hecho de apoyar a la oposición al PAP. Amnistía Internacional (2007) denunció el uso de este sistema para arruinar a oponentes en los tribunales en los casos de *Francis Seow*, quién fuera Procurador General del Estado de Singapur<sup>814</sup> (*Solicitor General*); *J. Jayaratnam*, líder histórico del Partido de los Trabajadores<sup>815816817818819820</sup> (*Workers' Party*), y *Chee Soon Juan*, líder del Singapore Democratic Party<sup>821822</sup>. Hong Lysa y Huang Jianli<sup>823</sup>, incluyen en esta lista a *Devan Nair* (ex Presidente de la República de Singapur): en todos los casos relativos a estos oponentes en las cortes de la isla Estado habría salido victorioso el Estado de Singapur.

Para *Francis Seow*, este es un poder político que cuenta con enormes recursos económicos, que siempre "gana" una batería de juicios por difamación. Estos juicios se ponen en marcha en contra de líderes de la

---

<sup>809</sup> Op. cit., MCCARTHY, 2006, pp. 108-109.

<sup>810</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 2002, pp. 130-140.

<sup>811</sup> Ibid., 2002, p.133.

<sup>812</sup> Op. cit., MCCARTHY, 2006, pp. 112-114.

<sup>813</sup> Ibid., 2006, p. 73 y p.114.

<sup>814</sup> ANÓNIMO, "Singapore: International Bar Association urged to take action on restrictions on freedom of expression", Londres, comunicado de Amnistía Internacional, 16.10.07, disponible en <URL: <http://www.amnesty.org/en/library/info/ASA36/003/2007/en> > y

ANÓNIMO, "Francis Seow: The interview", entrevista a Francis Seow, 01.2001, disponible en línea en <URL: <http://www.youtube.com/watch?v=pzOLJE2ysNw>>, (accedidos el 03.06.13). Seow relata su encarcelamiento, las torturas y la obsesión de Lee Kuan Yew con el "comunismo", entre otros abusos del régimen.

<sup>815</sup> Op. cit., MCCARTHY, 2006, p. 79.

<sup>816</sup> Op. cit., BARR, 2009, pp. 34-35.

<sup>817</sup> Op. cit., MCCARTHY, 2006, pp. 112-113.

<sup>818</sup> ANÓNIMO, "ICJ condemns parody of justice of Singapore", Ginebra, Suiza, comunicado en la página Web de la Comisión Internacional de Juristas, 11.10.1998, disponible en <URL: <http://www.icj.org/icj-condemns-parody-of-justice-in-singapore/> >, (accedido el 20.06.14).

<sup>819</sup> SEOW, FRANCIS, *Beyond Suspicion? The Singapore Judiciary*, 1ª edición de 2006, volumen 55 de la colección "Yale South East Asian Studies", del Council on South East Asia (Consejo del Sudeste Asiático) de la Universidad de Yale, New Haven, Connecticut, Estados Unidos, 405 páginas, en p. 199 (todo el proceso a Seow en el cap. 10, pp. 190-221).

<sup>820</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 2002, p. 135.

<sup>821</sup> ANÓNIMO, "Singapore Country Report", The Economist Intelligence Unit Ltd, Londres, marzo de 2008, pp. 10-12.

<sup>822</sup> Op. cit., MCCARTHY, 2006, p. 111.

<sup>823</sup> Op. cit., HUANG LYSA y HUANG JIANLI, 2008, pp. 59-63.

oposición, o el Procurador General, el Presidente del país o el mismo *The Economist*<sup>824</sup> y el *Financial Times*<sup>825</sup>. Seow cree que existiría poca preocupación sobre lo ético de los medios utilizados y resultados para la vida de las personas, y cree que estos juicios son "*de consumo interno*", pensados sólo para apelar a los sentimientos del electorado singapurense. Como posiblemente no exista una moral cristiana o una ética de carácter occidental, para lo tocante a la corrupción, entendemos que lo más importante fuera no perder la "*face*" (la reputación como la entienden los chinos). En esta parte de Asia no sería el "no pecarás" o "no robarás" sino el "¿qué dirán?"<sup>827</sup>. Aquí lo importante son las apariencias, lo que no se ve, parece que no ocurriera (se suprime). Lo que importaría no serían las libertades, si no el desarrollo económico<sup>828</sup>: El electorado asiático estaría más interesado en unas familias y gobierno fuertes, y en la prosperidad económica, intentando conciliar el elitismo autoritario con los requerimientos de un estado capitalista próspero que opera en la economía global<sup>829</sup> (la separación de poderes no existiría). Lee habría dicho: "*no puedes burlarte de un gran líder en una gran sociedad asiática confucionista. Si permite que se burlen de él, está acabado*"<sup>830</sup>. Según McCarthy, la comprensión de Lee sobre el confucionismo parece ser limitada: más allá de que Lee entienda la importancia de unos exámenes rigurosos para aspirar a cargos o posiciones en las administraciones públicas para los mandarines, también parece obviar en su representación de la gran cultura china, que en la China Imperial, imbuida en el confucionismo, había Juntas de Censores contra el abuso imperial y de sus funcionarios, y que la pérdida del Mandato Divino les obligaba a rebelarse contra el Emperador. Las ideas de Lee resuenan muy favorablemente en el politburó de Pekín, repleto de millonarios y fuera del alcance del Estado de Derecho, lejos de los Derechos Humanos como lo comprendemos en Occidente<sup>831</sup>. Lee, de origen chino, se contemplaría como el principal

<sup>824</sup> ANÓNIMO, "Apology: Mr Lee Kuan Yew", *The Economist* (Londres), 19 de enero.

<sup>825</sup> BERTHELSEN, JOHN, "We're Sorry Singapore, the Financial Times Says", Hong Kong, página Web de la Asia Sentinel Consulting, 17.10.2007, disponible en línea en < URL: <http://www.asiasentinel.com/politics/were-sorry-singapore-the-financial-times-says/>>, (accedido el 31.05.2014). Berthelsen es el corresponsal del *Wall Street Journal Asia* en Hong Kong, y escribía en el Far Eastern Economic Review, ser prohibido en Singapur. El Financial Times tuvo que pedir disculpas por un artículo sobre la Familia Lee y los Fondos Soberanos de Singapur.

<sup>826</sup> Op. cit., SEOW, 2006, en pp. xv-xviii.

<sup>827</sup> Véase el epígrafe III.3.1, para una mejor descripción de los problemas relativos a la distancia cultural.

<sup>828</sup> Fuente: Programa "Hardtalk" de la British Broadcasting Corporation (BBC), Londres, Reino Unido, de 28.04.08, en < URL: <http://www.youtube.com/watch?v=w-STFyT5ERE> > y en < URL: <http://www.youtube.com/watch?v=U8EN5LXgcAU> >, (accedidos el 06.09.2014).

Entrevista al profesor *Kishore Mahbubani* del PAP de Singapur. El periodista de la BBC, *Stephen Sucker*, le recuerda a Mahbubani la política de demandas en los tribunales en Singapur contra opositores políticos, en la persona de *Chee Soon Juan*, y *Mahbubani* elude la respuesta: responde que Occidente no le puede dar lecciones de Derechos Humanos a Oriente, tras acusar a EEUU de haber reintroducido la tortura en el siglo XXI (quizá por Abu Ghraib y Guantánamo). Mahbubani entra en una serie de explicaciones poco convincentes, sobre un supuesto conflicto entre Occidente y Oriente, como si de personas se tratara: así evita responder sobre la situación de los Derechos Humanos en Singapur. Kishore es un diplomático de alto nivel, profesor en Políticas Públicas y Decano de la Escuela de Políticas Públicas Lee Kuan Yew de la Universidad Nacional de Singapur. Véase tb. LÓPEZ C., CAROLINA "Globalisation, state and g/local HR actors", en AAVV, *Politics in Malaysia: The Malay Dimension*, 1ª edición al cuidado de Edmund Terrence GÓMEZ, Abingdon, Reino Unido, Routledge 2007, 160 páginas, p. 70: con el retroceso de los Derechos Humanos en Occidente, se perdería un aliado en la causa por los Derechos malasio-singapurenses.

<sup>829</sup> Op. cit., BARR, 2009, p. 2 y 110.

<sup>830</sup> Op. cit., MCCARTHY, 2006, pp. 84; 88-90 y 106-107.

<sup>831</sup> MAHBUBANI, KISHORE, "The Singapore Difference", *The New York Review of Books* (online), Nueva York, EEUU, Septiembre de 1999. Esta es la respuesta (con contra respuesta de Ian Buruma) de Kishore Mahbubani a la reseña de Buruma: BURUMA IAN, "The Man who would be king", *The New York Review of Books* (online), Nueva York, EEUU, 10.06.1999. Aquí se critican dos libros que prácticamente sintetizan la ideología del PAP (los "valores asiáticos" a la Lee Kuan Yew y la justificación (o omisión y elusión de referencias al tema) sobre quiebras de los Derechos Humanos en Singapur): El primero es LEE, KUAN YEW, *The Singapore Story: Memoirs of Lee Kuan Yew*, primera edición, Singapur, Simon Schuster Asia Pte Ltd (Prentice Hall), 1998, 680 páginas y MAHBUBANI, KISHORE, *Can Asians Think?*, 1ª edición, Singapur, Times Media Private Ltd, 1998, 192 páginas. Existen muchas ediciones de este segundo libro, el otro clásico convertido, la última consultada es la de la editorial Marshall Cavendish, de 2004 con grandes modificaciones. De cualquier modo, la crítica de Buruma del asianismo autoritario es demoledora, se entiende sus principales ideas en

"arquitecto" de su versión particular de los valores asiáticos, y encuentra en China un eco a su concepción autoritaria para favorecer el "orden" y la "prosperidad económica". Lee no habría perdido el tiempo: su popularidad en Pekín y fascinación por China, donde se le consideraba como una gran académico confucionista, se corresponderían con una plétora de visitas a la capital del Imperio Medio para beneficiar a hombres de negocios chinos singapurenses, a través de una "guanxi"<sup>832</sup> típicamente china, la red clientelar del "a quién conoces" pero raramente del "que sabe hacer algo".

Sin embargo, la Justicia de Singapur ha sido enaltecida en países como Suiza y el Reino Unido para todo lo que no tenga que ver con la Seguridad Nacional (materializadas en la *ISA* y la *Criminal Law Temporary Provisions Act*<sup>833</sup>), y la política como la entiende el PAP. Vistas las fuentes, parece ser que una persona que no entre en asuntos políticos (o en negocios que no compitan con empresas públicas singapurenses), todo indica que lo más probable es que pueda tener tranquilidad de que las leyes se van a respetar y la corrupción se va a controlar en aspectos privados comerciales, financieros y en cualquier ámbito menos en el de la ISA. Con todo, los jueces serían elegidos bajo recomendación del Presidente de la República, en consultas con el Juez Presidente de la Corte Suprema, y es vox populi que los jueces mantienen relaciones estrechas con el PAP y sus líderes. Resulta sorprendente que en un estudio en 1998 la mayor parte de los norteamericanos preguntados, declararían que el sistema legal y judicial de Singapur es superior al de los EEUU<sup>834</sup>. Está claro que el negocio es el negocio (y el de Asia, bastante suculento) como para hacerlo peligrar: a los ejecutivos de multinacionales, como el HSBC o la Shell, que probablemente no estén demasiado preocupados que se encarcele o se arruine con juicios costosísimos a sindicalistas y defensores de los Derechos Humanos. Más a menudo, el interés pueda estar en los bajísimos sueldos que llegan a pagar sus empleados no cualificados en Asia en países circundantes a Singapur (como en la plétora de gasolineras de *Shell*, *BP* o *Texaco* en Malasia). El interés de las multinacionales es que en Singapur se protegen los derechos de propiedad, y el marco legal mercantil y financiero es predecible y eficaz, cosa que posiblemente no ocurra en los países vecinos, además sus altos ejecutivos tienen bastante influencia en la política económica del país, para lo que son frecuentemente consultados<sup>835</sup>.

No sería pues extraño que Singapur y Malasia<sup>836</sup> "suspendan" con insuficiente bajo en las variantes de control de las responsabilidades políticas y voz pública, en los indicadores de gobernanza del Banco Mundial (en Tabla 11). Siguiendo a Mauzy y Milne y Rodan, ciertas prácticas como la falta de transparencia sobre el flujo de subsidios entre las autoridades financieras y las empresas públicas afectan las condiciones de la competencia con empresas extranjeras<sup>837</sup>, puedan llegar a tener importancia para aquellas empresas españolas (o extranjeras), que decidan competir en el mercado singapurenses, al ser puestas artificialmente en desigualdad de condiciones por

---

BURUMA, IAN y MARGALIT, AVISHAI, *Occidentalism: The West in the Eyes of Its Enemies*, 1ª edición, Londres, Penguin Books, 2005, 176 páginas. Ambas reseñas, accedidas en mayo de 2014:

<URL: <http://www.nybooks.com/articles/archives/1999/sep/23/the-singapore-difference/>>, y

<URL: <http://www.nybooks.com/articles/archives/1999/jun/10/the-man-who-would-be-king/>> .

<sup>832</sup> Op. cit., BARR, 2009, p. 38 y p.158.

<sup>833</sup> HOR, MICHAEL, Conferencia en el foro "The Enduring Consequences of Operation Coldstore in Singapore", en el blog Singapore Rebel (21.10.2013), Michael Hor es profesor de Derecho Civil en la Universidad de Singapur. Hor reflexiona sobre el poder excepcional del PAP para encarcelar a sus ciudadanos quebrando los Derechos Humanos. En: < URL: [http://singaporerebel.blogspot.com/2013\\_11\\_01\\_archive.html](http://singaporerebel.blogspot.com/2013_11_01_archive.html) >, (accedido el 27.05.2013).

<sup>834</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 2002, p.133.

<sup>835</sup> Op. cit., DENT, CHRISTOPHER M, 2002, p. 71.

<sup>836</sup> Op. cit. HILL, HAL, 2012, pp. 1-41. p. 11 y p. 28.

<sup>837</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, p. 28.

las autoridades singapurenses. Según Rodan, Singapur y Malasia<sup>838</sup> cuentan con dos de los sistemas de control de la información autoritarios más efectivos del mundo, lo que tendría consecuencias para el mundo de la empresa, y Barr cree que no habría existido un sistema de bloqueo total<sup>839</sup> de los flujos de información y canales de expresión popular, sino un filtrado selectivo. En Singapur, los libros; las películas; las canciones; los artículos de prensa; los dibujos; viñetas; CDs; páginas Web, de origen extranjero, pasan por la *Junta de Censura* para filtrar cualesquiera mensajes que amenacen la estabilidad del Estado; sean pro comunistas y/o inciten animadversiones de tipo étnico, lingüístico y religioso<sup>840</sup>. Según Rodan, muchos inversores extranjeros (con atención a editoras de periódicos y revistas, o empresas de radio y televisión), no tendrían de que preocuparse, mientras los asuntos políticos de alto nivel o entre empresas públicas y AAPP no afecten el negocio de sus empresas privadas, especialmente si estas se mantienen al margen. Los gobiernos de Malasia<sup>841</sup> y Singapur<sup>842</sup> no sólo intervienen la prensa y la edición a través de leyes que limitan la Libertad de Prensa y la censura, sino que también entran en los mismos mercados. A través de dos corporaciones públicas, la *Singapore Press Holdings* (SPH) y la *Malaysian Press Holdings* (MPH), se habría operado una intensísima concentración forzosa de periódicos, para que las publicaciones en manos del Gobierno<sup>843</sup> sigan la línea política gubernamental. Además, la televisión es o bien controlada o bien participada por el Gobierno en ambos países<sup>844</sup>.

En Malasia, Hill<sup>845</sup> habla de monopolio gubernamental sobre los medios de comunicación y la prensa, en un entorno de fuertes restricciones a la Libertad de Expresión en los campus universitarios, gerrymandering de circunscripciones electorales, como expresiones del control férreo del poder del UMNO malayo (musulmán). Habría mejoras parciales coyunturales centradas en aspectos instrumentales aislados, pero ni mucho menos completas, siempre con limitaciones muy concretas sobre la Libertad de Expresión y sobre la transparencia política. Sobre el *New Straits Times*<sup>846</sup>, el periódico pro gubernamental de Singapur, King cree que es un buen periódico, pero apunta a la autocensura de sus editores, el miedo a la hora de tocar materias espinosas en materias de Derechos Humanos y el Gobierno: los temas "delicados" serían negociados con los ministerios, uno a uno, a espera de la confirmación de las élites del PAP, hipersensibles a cualquier comentario negativo para sus intereses, aquellos periodistas que se alejaran de la línea editorial, humillados y obligados a disculparse ante la parte agraviada.

Por tanto, se limitaría la transparencia y/o control de responsabilidades se censurarían noticias o comunicaciones relativas a la búsqueda de rentas por empresas; políticos y funcionarios a través de alteraciones sobre el entorno económico (leyes; medidas; normativas licencias; subsidios; impuestos; adjudicación de

---

<sup>838</sup> RODAN, GARY, *Transparency and Authoritarian Rule in South East Asia*, 2ª edición, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, 2005 (primera edición de 2004), 280 páginas, pp. 173-187 ("Conclusiones"). El relato explica, ejemplo a ejemplo, la subserviencia de las empresas de medios de comunicación occidentales.

<sup>839</sup> Op. cit., BARR, 2009, p.119. Una élite de gestores en la era de la globalización tienen que estar "en el mundo", y tener acceso libre a la información.

<sup>840</sup> Op. cit. MCCARTHY, 2006, p. 110.

<sup>841</sup> Op. cit. SARDESAL, 2010, p. 290.

<sup>842</sup> Op. cit., BARR, 2009, p. 27.

<sup>843</sup> Op. cit., MAUZÝ y MILNE, 1999, pp. 113-115, y la "Printing and Publications Act 1984", disponible en el sitio web del Procurador General (*Attorney General*) de Malasia.

<sup>844</sup> Op. cit., KUA KIA SOONG, 2009, p.116. Suaram también denuncia la concentración de medios chinos en una empresa del magnate *Tiong Hew King*, dueño de *Nanyang Holdings Berhard*.

<sup>845</sup> Op. cit., HILL, HALL, 2012, p. 28.

<sup>846</sup> Op. cit. KING, RODNEY, 2008, pp. 74-76.

contratos públicos; favorecimiento de concentraciones de empresas concretas, y otros métodos de subversión de la libre competencia), que favorecerían a aquellos próximos al poder del PAP y el UMNO y sus "EREs" (por "Empresas relacionadas con el Estado" o "Government Linked Companies", en inglés "GLCs"), así como errores en la gestión de los haberes públicos. En esto las concomitancias del relato de Rodan con Studwell y la relación de las empresas de los grandes "padrinos" con los gobiernos del Sudeste Asiático son patentes. A diferencia de Studwell, Rodan pone un énfasis claro en los estándares de transparencia y/o rendición de cuentas/control de responsabilidades de empresas, agencias y administraciones públicas, convenientemente resaltadas por los inversores extranjeros, cuando estas afectan a sus líneas de negocio. Entre otros casos de alteraciones de la competencia, si una empresa pública fuera subsidiada de forma injusta, esto lógicamente iba a afectar la competitividad del competidor privado

Tabla 11  
Indicadores de Gobernabilidad del Banco Mundial (0 nivel mínimo / 100 nivel óptimo)

		Suecia	España	Hong Kong	Singapur	Taiwán	Malasia	China
<b>Control de responsabilidad política</b>	2007	96.6	83.2	64.9	35.1	68.3	31.3	5.8
	2003	98.1	89.9	56.7	47.6	76	38	8.2
	2000	99	87.5	49.5	57.2	72.6	40.4	12.5
	1998	97.6	88	46.2	56.7	73.6	43.8	10.1
<b>Estabilidad política</b>	2007	94.7	45.2	86.1	89.9	63.5	52.4	32.2
	2003	98.1	59.1	71.6	81.7	69.7	55.8	33.7
	2000	96.6	74	75	89.4	58.2	55.3	40.4
	1998	98.1	61.1	64.4	85.1	75.5	52.4	41.8
<b>Efectividad gubernamental</b>	2007	98.1	80.6	94.3	100	82.5	82.9	61.1
	2003	97.2	92.4	90	98.6	84.4	78.2	56.9
	2000	97.6	91.5	84.8	100	79.1	78.7	55
	1998	98.6	91	80.6	100	76.8	70.6	47.9
<b>Calidad del marco legal</b>	2007	95.1	85.4	99	98.5	79.6	67	45.6
	2003	96.6	87.8	97.6	99	78	70.2	39
	2000	91.2	90.2	96.6	99.5	84.9	64.9	38.5
	1998	88.3	89.3	97.6	100	84.4	69.3	40
<b>Imperio de la ley</b>	2007	97.6	84.8	90.5	95.2	70.5	65.2	42.4
	2003	97.1	88.1	88.6	93.3	77.1	63.3	41
	2000	97.1	89	79	90	78.1	61.9	40
	1998	96.2	88.6	82.9	91.9	78.6	65.2	41
<b>Control de la corrupción</b>	2007	98.6	84.1	92.3	96.1	70	62.3	30.9
	2003	97.6	90.3	91.3	98.5	74.3	62.6	43.2
	2000	99.5	90.3	85.9	98.5	77.7	66	47.6
	1998	99	87.9	85.9	98.5	77.2	69.4	41.7

Fuente: Indicadores de Gobernanza del Banco Mundial, 2008

Mientras estas alteraciones no afecten a sus negocios, el incentivo para que las empresas extranjeras las denuncien y propugnar una transparencia sistémica que propugne procesos de liberalización y gobernanza política de mayor calado, son bastante pocos. En Malasia la situación sería bastante peor que en Singapur<sup>847</sup>: las injerencias de la política en el sector privado estarían causando distorsiones graves, más allá de la gestión ineficaz del sector público. *Narayaram* apunta al rapidísimo enriquecimiento de las élites malasias bien relacionadas con el gobierno del UMNO en la era Mahatir al calor de la NEP<sup>848</sup>: en la información sobre las empresas públicas en la órbita de los malayos (musulmanes), habría poca o ninguna transparencia en materia de contratación (aspecto clave para el sector español de infraestructuras), financiación y contratación de personal (discriminando a favor de malayos (musulmanes)). Por otra parte, para el PAP singapurense, los escándalos financieros del tipo de *Enron* o *World Com*, previos a la terrible crisis financiera de 2008 y la debacle de bancos legendarios como *Morgan Stanley*, por deficiencias en la rendición de cuentas y auditoría corporativas, desautorizarían moralmente a aquellas voces que desde Occidente piden mayor transparencia en lo público y lo político, por lo que las reformas de peso se habrían varado, la excusa perfecta para no mejorar la gobernanza pública ("*¿Quiénes sois vosotros para darnos lecciones sobre transparencia y corrupción?*"). Sin embargo, la crisis y los escándalos financieros sí que estarían (2006) sirviendo como catalizador para el movimiento internacional en post de estándares globales de transparencia fiscal; financiera y corporativa, si contribuirían marginalmente al desmonte de los controles selectivos de los flujos de información. Dent apunta en Singapur a mejoras en el gobierno corporativo del sector financiero privado singapurense, a través de la MAS (*Autoridad Monetaria de Singapur*), de las empresas financieras y bancos privados; controles internos y de gestión de riesgos; favorecer una rendición de cuentas más fiel y exhaustiva; el uso de estándares internacionales de contabilidad; así como la regulación exhaustiva de los ratios de capital/depósitos bancarios; límites prudenciales de exposición al riesgo y actividades permisibles. En la misma línea, Rodan cree que Singapur podría servir de referencia para una plétora de regímenes autoritarios, dentro y fuera de Asia, ya que estas mismas tendencias también tendrían un impacto en la RP China, aunque muy limitado. En China se estaría siguiendo con detenimiento y bastante interés el modelo de transparencia selectiva singapurense, por lo efectivo de sus técnicas para evitar la transparencia en el ámbito de la política económica de alto nivel, y la posibilidad de trasplantarlos a otras comunidades chinas continentales o de la Diáspora, para adaptarse a los requerimientos que la comunidad de negocios internacional e instituciones regulatorias como el IASB imponen en los estándares de transparencia en Asia tras su entrada en la OMC. Aunque el advenimiento de la Internet y las nuevas TI y la Comunicación, estarían dificultando la censura selectiva gubernamental, Singapur también tendría una ventaja relativa en tecnologías de censura y filtrado selectivo online. La popularidad de Singapur (considerado "*parte de China*" en la RP China) en estos "ramos", se habría acrecentado en el Pekín de la *Muralla China de Internet*, el sistema de control de información en la red en el que ya ni siquiera Google quiere participar (no hay Google en China), y de los *princelings*, los descendientes de los fundadores de la RP China. Con estos sistemas de control social nadie iba a cuestionar las fortunas acumuladas por los miembros del politburó del Partido Comunista: El *New Statesman* calcula que los 70 políticos más ricos del Congreso Nacional del Pueblo de China (casi 90 mil

---

<sup>847</sup> Op. cit., MCCARTHY, 2006, p. 117.

<sup>848</sup> NARAYANAN, SURESH, "Public Sector Resource Management", en AAVV, *Malaysia's Development Challenges: Graduating from the middle*, 1ª edición al cuidado de Hal Hill et al., Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, 2012, 348 páginas, pp. 131-154.

millones de dólares), atesoran fortunas mayores que todo el Congreso de los EEUU; el Presidente, su Gabinete y el Tribunal Supremo<sup>849</sup>.

Como muestra de las tristes consecuencias de una prensa sin libertad en cooperación con los intereses gubernamentales en Malasia, Rodan pone por ejemplo la epidemia de SARS<sup>850</sup> que afectó a todo el Este y Sudeste Asiático en 2003: cientos de personas fallecían y la enfermedad se transmitía de aeropuerto a aeropuerto desde China. Los editores habrían recibido la orden gubernamental de minimizar u omitir la cobertura sobre el SARS (Síndrome Respiratorio Agudo Severo), para que no afectara a los intereses de la industria turística malasia. La cobertura sobre la "desaparición" del vuelo MHS 720 en marzo de 2014, de la empresa pública *Malaysian Airlines*, es otro ejemplo preocupante: Malasia es el único país del donde un Boeing cargado con 300 personas "desaparece" de los radares, y anda "perdido" ("missing flight"), en extensísimo seguimiento tras extraña y supuesta "desaparición", en periodo prolongado de búsqueda del aparato siniestrado supuestamente, por toda Asia. Esto significa un desastre de relaciones públicas de incommensurables<sup>851</sup> proporciones en la línea de no reconocer errores típicamente malasio-singapurenses<sup>852</sup>. Poco después sería derribado otro avión de la MAS (próxima al Gobierno de Malasia) en el conflicto de Ucrania (julio de 2014), en la que siguiendo a *The Star* transpira la voluntad de suprimir cualquier mensaje que pueda resaltar errores en la gestión de la aerolínea<sup>853</sup>, como indicaban las agencias de noticias *France Press* y *Reuters*<sup>854</sup>: ¡Los vuelos malasios que antes cruzaban Ucrania tras el segundo accidente, poco después cruzarían las zonas de conflicto en la guerra civil de Siria! En Malasia es difícil encontrar una publicación que escriba algo que se aleje de la línea gubernamental<sup>855</sup>, y es los accidentes de la *Malaysian Airlines* no derivan en un control de responsabilidades a alto nivel. Tras los dos

---

<sup>849</sup> MCBAIN, SOPHIE, "China's billionaire politicians quadruple their wealth", Londres, *The New Statesman* (06.03.2014), < URL: <http://www.newstatesman.com/global-issues/2014/03/china%E2%80%99s-billionaire-politicians-quadruple-their-wealth> >, (accedido el 05.09.2014).

<sup>850</sup> Véase: OMS, "Global Alert and Response, Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS)", lista de comunicados de la Organización Mundial de la Salud, en su sitio web sobre el brote del SARS, disponibles en < URL: [http://www.who.int/csr/don/archive/disease/severe\\_acute\\_respiratory\\_syndrome/en/](http://www.who.int/csr/don/archive/disease/severe_acute_respiratory_syndrome/en/) >, (accedido día a día de 16.03.2003 a 18.05.2004, y el 19.04.2013). El doctorando estaba en la RP China en el momento de la epidemia de SARS: las mentiras, omisiones en medios gubernamentales sobre los desastres en la gestión del brote fueron aterradoras, desde la falta completa de organización en las cuarentenas a los controles de carreteras, que se saltaban a voluntad.

<sup>851</sup> ANÓNIMO, "The enigma of flight 370. The sound of silence", *The Economist* (Londres, 22.03.2014), y ALEXANDER, HARRIET, "Malaysian officials out of their depth in MH370 crisis management", *The Telegraph* (Londres, 17.03.2014), edición online (accedida el 15.06.14). La periodista pone a la Malaysian Airlines como ejemplo de cómo no gestionar una crisis.

<sup>852</sup> ARUNA, P., "MH17 crash: No airline would risk passengers' safety to save fuel, says IATA", *The Star* (Petaling Jaya, Malaysia, 19.07.2014), < URL: <http://www.thestar.com.my/News/Nation/2014/07/19/MH17-crash-IATA-safety/> >, (accedido el 20.07.14). En un barrido de la prensa diaria malasia pro gubernamental es prácticamente imposible encontrarse con un sólo comentario incriminatorio relativo a Malaysian Airlines.

<sup>853</sup> ARUNA, P., "MH17 crash: No airline would risk passengers' safety to save fuel, says IATA", *The Star* (Petaling Jaya, Malaysia, 19.07.2014), < URL: <http://www.thestar.com.my/News/Nation/2014/07/19/MH17-crash-IATA-safety/> >, (accedido el 20.07.14).

<sup>854</sup> AGENCIA FRANCE PRESSE " Many airlines have avoided Ukrainian airspace for months", *The Telegraph* (Londres, 18.06.2014) y < URL: <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/asia/malaysia/10975344/Asian-airlines-stopped-flying-over-Ukraine-months-ago.html> >, y NEATE, RUPERT y GLENZA, JESSICA, "Asian airlines stopped flying over Ukraine months ago", desde Londres y Nueva York, *The Guardian*, (Londres, 18.07.14), disponible en (accedidos el 04.11.2014). < URL: <http://www.theguardian.com/world/2014/jul/18/airlines-avoid-ukraine-airspace-mh17> >.

<sup>855</sup> ANÓNIMO, "Malaysia Airlines flight over Syria reflects war zone challenge", Kuala Lumpur, en el sitio web de la agencia de noticias Reuters, disponible en < URL: <http://www.reuters.com/article/2014/07/21/ukraine-crisis-malaysia-airline-idUSL4NoPW3LT20140721> >, (accedido el 22.07.2014).

<sup>856</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 1999, p. 118.



accidentes, MAS entro en quiebra con pérdidas de cientos de millones de euros<sup>857</sup>. Poco después, en diciembre de 2014, otro avión de la filial indonesia de la aerolínea privada malasia *Air Asia* desapareció en su vuelo de Indonesia a Singapur: la CNN sostiene que Air Asia no tendría licencia para volar en esa ruta en domingo, y errores en cabina<sup>858</sup>.

Ni el PAP parece haber tenido demasiado sentido del humor, ni los malasio del *Barisan Nasional*, al otro lado de la frontera, como demuestra el documental de Eric Khoo "*Cut*"<sup>859</sup> sobre la censura del cine Singapur. En Singapur se llegaron a prohibir hasta las viñetas de los humoristas gráficos en prensa sobre de temas políticos hasta 1994<sup>860</sup>. El cine se censura sistemáticamente tanto en Malasia como en Singapur con base a lo sensible de los temas políticos y la "*moral pública*". Aunque se haya relajado algo recientemente, la censura lleva a extremos esperpénticos en aquello que lo que se llega a suprimir en películas para niños (por ejemplo, el beso de dos cervatillos en una película de Walt Disney en Malasia). La identificación entre defensa de la "*moral asiática*" frente a la "*cultura amarilla occidental*", se entrevé detrás de la censura: en las universidades malasio llega a haber conferencias sobre el "*peligro*" de lo que los niños puedan ver en el cine, si el censor no aplica bien las tijeras<sup>861</sup>; o en los formularios de quejas del *Aeropuerto de Changi*, que impiden automáticamente introducir feedback de "*carácter negativo*" sobre cualquier desastre, frecuente, aunque este "*no ocurra*". Tanto en Malasia como en Singapur, la principal consecuencia de la censura, que fomenta el robo de Propiedad Intelectual occidental en todo el ámbito asiático, es el florecimiento de la mafia de películas o software pirateados en su versión íntegra, producidos en Guangdong por los primos chinos cantoneses de la Diáspora Malasia. La Internet, fuertemente controlada en Singapur, pero bastante más libre en Malasia, abre resquicios, y parece que se estuviera asistiendo a cierta liberalización, aunque superficial y orientada a públicos consumistas despolitizados.

La isla Estado se habría arrimado al sol que más calentaba en cada momento en las tres fases de su política cultural<sup>862</sup>: La primera es el "*malayanismo*", o política de acercamiento a la Federación Malasia y el fomento de la lengua malaya en Singapur (el *Bahasa Melayu* que se habla en Malasia e Indonesia) hasta 1965 (el mercado de la Federación Malasia habría permitido mantener a Singapur a flote<sup>863864</sup>), que no tiene que ver nada con el *malayismo*, que es como denominamos a la defensa de los *privilegios especiales* malayos (musulmanes) en Malasia. La segunda, es la política de acercamiento a Occidente<sup>865</sup> y sus trasnacionales tras la expulsión de la Federación Malasia, el fomento de la lengua inglesa (lengua oficial de Singapur)<sup>866</sup> y la cultura occidental (1965-1980), por las grandes oportunidades que ofrecían los mercados occidentales para el comercio singapurenses y la

---

<sup>857</sup> TADEO, MARIA, "Malaysia Airlines to 'file for bankruptcy or go private' in turnaround plan", *The Independent* (Londres, 22.06.2014), en < URL: <http://www.independent.co.uk/news/business/news/malaysia-airlines-to-file-for-bankruptcy-or-go-private-in-turnaround-plan-9619054.html> >, (accedido el 04.09.2014).

<sup>858</sup> STEVENS, ANDREW, "AirAsia crash: Airline wasn't licensed to fly Sunday route, say officials", Hong Kong, sitio web de la cadena norteamericana CNN, en <URL: <http://edition.cnn.com/2015/01/03/world/airasia-unlicensed/> >.

<sup>859</sup> TAN, ROYSTON, "CUT", parte 2ª del cortometraje sobre la Censura en Singapur, 2005, las 3 partes están disponibles en <URL: <http://www.youtube.com/watch?v=CeMAGETY2hs&feature=related> >, (accedidas, el 01.01.2008). *Tan* es uno de los directores más conocidos de Singapur, ganador de una variedad de premios nacionales e internacionales.

<sup>860</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 2002, p. 139.

<sup>861</sup> RAO, AARON, "Film Censorship and Its Relevance in Modern Malaysia", transcripción de su conferencia en la Universidad Tunku Abdul Rahman, Kampar, Estado de Perak, Malasia, en Malegaon, India, Ed. Educational Research Multimedia & Publications, Researchers World, tomo 4, nº 4, 10.2013, pp. 42-50. Disponible en la base de datos Proquest.

<sup>862</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 2002, p. 101.

<sup>863</sup> Op. cit., BARR, 2009, pp. 24-25.

<sup>864</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 1999, p. 19.

<sup>865</sup> Op. cit., BARR, 2009, p. 145.

<sup>866</sup> Op. cit. HARPER, T.N, 1998, p. 374-375.

IDE de las multinacionales como acicate para el desarrollo económico de Singapur<sup>867</sup>. La tercera es la política de "*re sinificación*" o acercamiento a la "madre patria", la RP China, ante las oportunidades comerciales y de inversión que la apertura y liberalización de la economía china de Deng Xiao Ping supusieron para Singapur: el fomento del chino mandarín, frente a los demás idiomas chinos desde la muerte de *Mao Tse Tung*<sup>868</sup>, lengua franca entre todas las comunidades chinas (de 1980 en adelante), consolidando un espacio bilingüe (mandarín e inglés, para más de tres cuartas partes de la población: todos los niños se comunican en inglés, pero hablan el idioma dominante de la comunidad china (mandarín), india (tamil) o malayo).

Para Lee, a medida que la economía y la sociedad se "occidentalizaban", Singapur habría llevado camino de convertirse en otro país próspero, "*avaricioso*" y secular de lengua inglesa, con una pujante clase media y un parlamento elegido de forma más o menos democrática sin oposición en el Parlamento. Esta sería sociedad permisiva y atomista que Lee Kuan Yew no estaría dispuesto a permitir. Según Lee, la aculturización al modo occidental, llevaría a que muchos asiáticos hubieran perdido la dirección, su "*anclaje moral*", e incluso les habría llevado a hacer "*tonterías*"<sup>869</sup>. Con el ascenso de la RP China, no hablar mandarín limita las oportunidades laborales de los "*educados en inglés*", lo que ha precipitado la emigración a países de habla inglesa, a otros países de la Commonwealth. Según Lee en 1988, la promoción del inglés y su uso extendido en Singapur habría llevado a Singapur a convertirse en una sociedad "pseudo-occidental: el Gobierno singapurense preferiría, a la *Li Hongzhang*<sup>870</sup>, que el inglés y los valores occidentales dominen en la educación para la ciencia; la tecnología y el comercio, mientras que los valores culturales fueran la consecuencia del uso y conocimiento de las lenguas orientales maternas.

No obstante, es probable (según Mauzy y Milne) que Lee Kuan Yew, primero habría utilizado a los singapurenses "*educados en inglés*" para destruir la oposición de los "*educados en chino*"<sup>871</sup>, y la oposición de la clase trabajadora china al PAP. Sin embargo, desde 1980<sup>872</sup>, el PAP habría usado la lengua china (el mandarín) y el acercamiento a la RP China, como un arma para evitar que los liberales "*educados en inglés*", lleguen al poder, ese grupo que parece tener bastante poca influencia al día de hoy. En suma, la política tardía de sinificación podría haber llevado a minimizar la influencia de los chinos "*banana*" (amarillo por fuera, blanco por dentro) y los demás singapurenses "occidentalizados", así como neutralizar a la mayoría china "chauvinista" que no habla Mandarín: el *hokkien* es la lengua china dominante en Singapur entre los "educados en chino" mandarín, impuesto en el proceso de resinificación.

---

<sup>867</sup> Op. cit., BARR, 2009, p. 145.

<sup>868</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 2002, p. 99.

<sup>869</sup> Op. cit., BARR, 2009, pp. 33-34 y p.154.

<sup>870</sup> Op. cit., FENBY, JONATHAN, 2009, pp. 34-41. Li Hongzhang fue primer ministro durante los últimos suspiros de la Dinastía Qing en China. Lee propugnó cambios a imagen y semejanza de las reformas de la Era Meiji en Japón, y trasplantarlos a la China Imperial de la "*Emperatriz Viuda*" ("Para las cosas materiales, el conocimiento de los occidentales; para las cosas espirituales, el conocimiento oriental"). Habría que "*utilizar*" a los occidentales para extraer sus conocimientos científico técnicos (sagaz y diplomáticamente, con dobles intenciones), pero mantener la moral confucionista (lo que sin saberlo, resulta una contradicción involuntaria).

<sup>871</sup> Op. cit., BARR, 2009, pp. 160-161, p. 165 y p. 173.

<sup>872</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 2002, pp. 62-63 y p.102.

### 3.2 El "milagro económico" de Singapur

Singapur, brilla en el campo de la política económica. ¿En que consistiría el "milagro económico" singapurense tras la Independencia? Según Mauzy y Milne<sup>873</sup>: en la rápida industrialización; en el desarrollo basado en las exportaciones con base a las inversiones directas de empresas multinacionales (a partir de ahora "EMs"); la intervención del Estado, a partir de una red tupida de empresas públicas o relacionadas con el Estado (a partir de ahora "EREs"), en aquellos sectores en los que el capital extranjero o foráneo no pudiera o quisiera invertir, y la acumulación de activos y reservas financieras (a través del programa de ahorro forzoso de los trabajadores, obligados a depositar sus haberes en el *Central Provident Fund* o "CPF"); en la gran seguridad jurídica para la inversión extranjera (la de la Propiedad Intelectual e Industrial, bastante mejor que la de todos los países circundantes, de alto interés para la empresa española para exportar sus productos de alta intensidad tecnológica); el éxito en el control de la corrupción (al menos a pequeño nivel); la estabilidad y predictibilidad del marco jurídico y de política económica que afecta a las empresas (derivado de la estabilidad política), y en la política de rentas para con los asalariados en el marco de la cooperación entre sindicatos, empresas y Estado. Finalmente, Koh y Mariano, también creen que la gestión prudente de la política macroeconómica y las políticas de apoyo al capital humano como variantes estratégicas. Singapur habría hecho crecer sus presupuestos de Educación hasta el 2% de su PIB en 1999<sup>874</sup>. Los resultados fueron asombrosos: el crecimiento del PIB de Singapur de 1965 a 2004 ha sido impresionante, un 8%, acompañado de bajas tasas de inflación en torno al 2.8%. En 2004 ya se alcanzaba el 2º PIB per cápita en Asia, detrás de Japón, que en la actualidad, prácticamente doblaría el PIB per cápita español en poder adquisitivo, con 62000 dólares<sup>875876</sup>. En definitiva se partió de un modelo de costes de producción mínimos para las multinacionales extranjeras, un entorno conducente a la actividad económica.

La política económica viene condicionada por el sentimiento de "*país asediado*", tras la expulsión de Malasia. Se habría impuesto cierta "*ideología de la supervivencia*" por un sentimiento de vulnerabilidad, más o menos racional<sup>877</sup>, ante el problema de la "*doble minoría*" de los chinos singapurenses frente al mundo malayo: Singapur da un "*salto*" histórico, pasando de depender de sus relaciones económicas con Malasia e Indonesia (comercio materias primas, en su rol de centro colonial privilegiado), a establecer relaciones de dependencia con los mercados, más distantes, en Occidente y el Este Asiático (exportación de bienes manufacturados y servicios a escala global). Singapur combinó la planificación estatista con la inversión del capital internacional, en un momento en el que la división internacional del trabajo cambia: es la creciente deslocalización a países con costes laborales más bajos, de los 60 a los 90, en una economía global progresivamente más interconectada, lo

---

<sup>873</sup> Op. cit. MAUZY y MILNE, 2002, pp. 67-84.

<sup>874</sup> T.H. KOH, WINSTON, "Singapore Economic Growth Experience", en AAVV, *The Economic Prospects of Singapore*, 1ª edición al cuidado de Winston T.H. Koh y Roberto S. Mariano, Singapur, Addison-Wesley / Pearson South Asia, 2006, 346 páginas, pp. 7 y 9.

<sup>875</sup> Fuente: CIA Factbook, 2014.

<sup>876</sup> Fuente: Instituto Nacional de Estadística, series de Renta per Cápita, 2013.

<sup>877</sup> Op. cit., DENT, CHRISTOPHER M, 2002, p. 124.

que permite a Singapur transformarse en un nodo fundamental en el comercio y finanzas globales<sup>878</sup>. *Albert Wisemius*, del Banco Mundial, habría supervisado a *Goh Keng Swee*, *Lim Kim San* y *Hong Sui Sen*, los tres ministros de finanzas singapurenses<sup>879880</sup>, en el diseño de la política económica singapurenses, luego se le supone el principal promotor de las mismas. Cerradas las puertas del mercado de la Federación Malasia para la producción singapurenses desde 1965<sup>881</sup>, bajo el paraguas securitario de las bases militares del Reino Unido hasta 1981 en los Estrechos y, después, bajo el *Acuerdo de los Cinco Poderes*, Singapur saca ventaja de: su ventaja geográfica inmejorable en el centro de las finanzas y el comercio, a escala asiática, regional y global en los Estrechos; de la gran seguridad jurídica que otorga su marco legislativo de inspiración occidental para lo mercantil y lo financiero (la *Common Law* británica), incomparable a escala regional, así como de las cualificaciones y estándares de contabilidad y finanzas utilizados en una gran parte de los países de la Commonwealth, en inglés, reconocidos por la comunidad de negocios internacional. Estos títulos suponen una oportunidad extraordinaria para los profesionales españoles del ramo para trabajar tanto en Singapur como en Hong Kong (pero no en Malasia), así como en otras ex colonias británicas, como punta de lanza para la administración y establecimiento de empresas españolas en el Sudeste y Este Asiático. Entre otros, los títulos de contabilidad y finanzas que ofrece la ACCA, reconocidos recíprocamente entre el Reino Unido y Singapur<sup>882</sup>. Singapur también comparte una serie de estándares y reconocimientos de titulaciones para otras profesiones (ingeniería; medicina y de los negocios, entre otras), que facilita la inmigración de trabajadores cualificados de los países occidentales. Puesto que pocos entre los ejecutivos de las multinacionales anglosajonas entienden la variedad de lenguas utilizadas en el Sudeste Asiático (las 5 lenguas chinas; el malayo malasio e indonesio; las lenguas indias (tamil); tailandés; viet; birmano, camboyano y laosiano), el pool de profesionales de orígenes étnicos asiáticos en Singapur le da a la Isla Estado alcance regional para la provisión de servicios a escala del Sudeste Asiático. Ventajas que se añan a las geográficas para convertir a Singapur en centro de negocios privilegiado a escala asiática. Los apodos "Gibraltar de Asia" o el "Hong Kong del Sudeste Asiático" son merecidos: desde Singapur las empresas multinacionales redistribuyen capitales, servicios y mercancías en toda la región.

Singapur es el primer país que aplica en el Sudeste Asiático una política de colaboración con las empresas multinacionales, asegurándose sus inversiones y así intentando ahorrar el coste de transferencia de tecnología, que habría pues corrido por cargo de las mismas EMs<sup>883</sup>. Las multinacionales americanas pusieron los cimientos para las industrias singapurenses de electrónica y alta tecnología, a la búsqueda de costes laborales más bajos en estas industrias, intensivas en trabajo, y después atrajeron a europeas y japonesas<sup>884</sup>. La

---

<sup>878</sup> OOI GIOK LING, "Singapore's Changing International Orientations, 1960-1990", en AAVV, *Singapore, from Temasek to the 21<sup>st</sup> Century: Reinventing the Global City*, 1<sup>a</sup> edición al cuidado de Karl Hack et al., Hawaii, EE.UU., University of Hawaii Press, 2011, 458 páginas, p. 324.

<sup>879</sup> Op. cit., BARR, 2009, p. 27 y p.145.

<sup>880</sup> KING, RODNEY, *The Singapore Miracle, Myth and Reality*, 2<sup>o</sup> edición, Insight Press, Inglewood, Australia Occidental, 2008 (primera edición de 2006), 519 páginas, pp.1-4 y pp. 18-19. Curiosamente, existen copias del mismo texto tanto en la Biblioteca Nacional de Malasia como la de Singapur.

<sup>881</sup> Ibid., KING, RODNEY, 2008, p.2.

<sup>882</sup> ANÓNIMO, "FAQs: ACCA, Chartered Accountant of Singapore (CA (Singapore)) and Singapore Qualification Programme (Singapore QP)", Glasgow, Association of Chartered Certified Accountants (ACCA) del Reino Unido, 2014, 4 páginas, disponible en <URL: [http://www.accaglobal.com/content/dam/ACCA\\_National/sg/stu/Singapore-qp-FAQs-2013.pdf](http://www.accaglobal.com/content/dam/ACCA_National/sg/stu/Singapore-qp-FAQs-2013.pdf)>, (accedido el 14.12.2011). El ACCA es el organismo al cargo de la certificación profesional para contables y financieros en el Reino Unido. En este documento se responden dudas sobre la convalidación de títulos ACCA en Singapur.

<sup>883</sup> Ibid., KING, RODNEY, 2008, p.18.

<sup>884</sup> Op. cit., OOI GIOK LING, 2011, p. 327.

extraordinaria estabilidad política, combinada con la baja conflictividad sindical fueron claves en este proceso, en sectores con vistas a la exportación o proceso, con el objetivo de disparar las tasas de crecimiento de la productividad, así como la difusión del conocimiento y los clústeres locales<sup>885</sup>. Esto habría permitido quemar etapas ("leapfrog") con mucha más rapidez que los demás países en desarrollo en el entorno inmediato, aunque creando una dependencia intensa de la inversión extranjera. La tecnología, la gestión y las capacidades mercadotécnicas, estaban en los países desarrollados, luego la colaboración con los países en desarrollo sería inútil para *Lee Kuan Yew*, por eso habría favorecido la entrada de trabajadores cualificados; ingenieros; banqueros y buenos gestores de empresa de países de la OCDE, fundamentalmente occidentales<sup>886</sup>.

Tanto las inversiones en infraestructuras, como los incentivos fiscales, como la política de licencias para establecimiento de las empresas multinacionales (EMs), estarían gobernados por una voluntad de modernización tecnológica y organizativa de la estructura productiva singapurense<sup>887</sup>. Wisemius<sup>888</sup>, quién tuvo gran experiencia en la puesta en marcha del puerto de contenedores más importante de Europa en *Rotterdam*, habría sugerido (1965) la puesta en marcha del EDB (*Economic Development Board*), la institución al cargo de la atracción de la inversión de empresas multinacionales y el desarrollo económico; la construcción del fantástico *Aeropuerto de Changi*, y el enorme *Puerto de Contenedores de Singapur* (el único en su época con capacidad para gestionar contenedores a escala regional), para aprovechar las indudables ventajas logísticas singapurense en un entorno en el que debía de regir el libre comercio: ni aranceles de exportación e importación de mercancías; repatriación del 100% de los beneficios y propiedad extranjera de hasta el 100% de las filiales establecidas en Singapur, y exenciones fiscales. Estas ventajas se amplificaron con el ascenso de la RP China gracias las reformas económicas de *Deng Xiao Ping*, desde los primeros años 80, y las de la India, gracias a las liberalizaciones de *Monmahan Singh*<sup>889</sup>, a partir de los 90, lo que tb. se pueda apreciar en el tirón que los nacientes mercados financieros chinos (Shanghái), han tenido en la correa de transmisión de Hong Kong y Singapur, para el importante sector financiero singapurense (2000-2014)<sup>890</sup>. Singapur también ofreció zonas industriales especiales con buenas infraestructuras para las EMs, como pueda ser el *Parque Industrial de Jurong*. Consecuentemente, Singapur se convirtió en el centro principal de refino y comercio de hidrocarburos a escala regional, desarrollando todos aquellos servicios financieros, actuariales y jurídicos relativos al comercio de mercancías, desde la reparación de barcos, al seguro de cabotaje y las cartas de crédito para las exportaciones de mercancías. La *Singapore Petroleum Company*, petrolera nacional de Singapur, a través de un consorcio con las multinacionales *Shell* y *Caltex*, pone en marcha la *Singapore Refining Company*. Ya en 1980, Singapur producía la mitad de la gasolina y el fueloil, dos tercios del keroseno y un cuarto de la nafta importada por los países de Asia Pacífico<sup>891</sup>: Indonesia y Malasia serían los dos principales suministradores de materia prima. Lógicamente, el trading y transporte petrolífero, las finanzas internacionales y los hoteles, por el efecto de integración en la

---

<sup>885</sup> Op. cit., T. H. KOH, WINSTON, 2006, p.2.

<sup>886</sup> Op. cit., BARR, 2009, pp. 146-147.

<sup>887</sup> Op. cit., DENT, CHRISTOPHER, pp. 89-90.

<sup>888</sup> Ibid., KING, RODNEY, 2008, p.19.

<sup>889</sup> ANÓNIMO, "One more push. Twenty years after India's historic economic reforms, it's time for another big effort", *The Economist* (Londres, 21.07.2011), en (accedido el 05.08.2015). < URL:

<http://www.economist.com/node/18988536#2VKttGPVWVWZQKsk0.99><http://www.economist.com/node/18988536> >.

<sup>890</sup> H.H. TAN, AGUSTINE, "The Economic Challenges Facing Singapore", en AAVV, *The Economic Prospects of Singapore*, 1ª edición al cuidado de Winston T.H. Koh y Roberto S. Mariano, Singapur, Addison-Wesley / Pearson South Asia, 2006, 346 páginas, p. 26.

<sup>891</sup> Op. cit., OOI GIOK LING, 2011, p. 340-341.

economía mundial y de las cadenas logísticas globales, se vieron lógicamente beneficiados. Además de servir de soporte para sectores para la exportación como la electrónica, se desarrollaron industrias de mantenimiento de flotas aéreas, tecnologías militares (propugnadas por los altos niveles de gasto público desde el cierre de la base británica), y otro tipo de industrias de exportación.

Singapur, por efecto colateral, se convirtió en centro de turismo para cortas temporadas, en las rutas Este a Oeste desde el Este de Asia y Oceanía a Europa Occidental por atractivos culturales y urbanísticos. Las buenas políticas de urbanismo y preservación de Patrimonio urbanístico y vivienda pública, atrajeron tanto actividades turísticas como las de negocios internacionales a la isla, objetivo fundamental de la política de infraestructuras, puerto, aeropuerto y telecomunicaciones, para integrar a Singapur en la economía mundial. Se sacaron las actividades productivas y logísticas del centro de la ciudad, que se restauró y adecuó tanto para el turismo como para zonas de ocio, proliferando los hoteles tipo "boutique" o "business". Estas actividades tuvieron un impacto enorme en el aspecto físico de la isla y en el sector de la construcción, ya que entre 1965 y 1990 se edificó sobre el 50% de su terreno. Por otra parte, la política de vivienda contribuyó a reducir la conflictividad sindical de forma más que notable. Singapur ha tenido bastante éxito promoviendo su sector de encuentros; ferias internacionales; convenciones y exhibiciones (*MICE*), uno de los determinantes de reforzar la integración de Singapur en la economía mundial, acicate para la mejora de las infraestructuras de todo tipo precisos para agilizar los negocios internacionales en la isla (desde el aeropuerto a palacios de congresos y hoteles especializados con salas ad hoc)<sup>892</sup>.

Singapur se habría posicionado como centro regional para las multinacionales industriales y financieras, por la mejora constante en infraestructuras; centros de I +D+I y parques industriales, posicionándose en lo que se dice en llamar Economía del Conocimiento<sup>893</sup>, que destacan en la base industrial singapurense y se corresponden con unas inversiones gubernamentales cuantiosas. El *Aeropuerto de Changi* es la base de operaciones de la *Singaporean Airlines*, una de las aerolíneas con mayor prestigio y alcance a escala global. En 2006, Singapur ya sería el 4º en el ranking mundial de centros de interconexión vitales para el transporte aéreo, y el puerto con mayor tráfico del mundo de contenedores multimodales, (por delante de Kobe y Rotterdam en términos de tonelaje manipulado)<sup>894</sup>, en la era del creciente movimiento de contenedores a escala planetaria. En esta fase de la globalización se privilegiarían puertos más grandes, con periodos más cortos en los plazos de entrega; manipulación, supervisión y burocracia, que redistribuyen regionalmente grandes cantidades de cargo, Singapur sería de lo más competitivo a escala global (precio; rapidez, servicio), no sólo por condicionamientos geográfico logísticos o por ser puerto franco, aunque experimente competencia malasia en *Pasir Gudang*. Paralelamente, y a través de la empresa pública *Neptune Orient Lines*, Singapur asegura su dominio del transporte marítimo a nivel regional, construyendo su propia flota mercante.

---

<sup>892</sup> Op. cit., OOI GIOK LING, 2011, p. 336-340.

<sup>893</sup> DAY, PETER, "The Creative Economy", programa de radio "Peter Day's World of Business", entrevista a *John Hawking*, Londres, *BBC*, supuesto inventor del concepto, 22.03.14, disponible en < URL: <http://www.bbc.co.uk/podcasts/series/worldbiz> >, (accedido el 06.05.2014).

<sup>894</sup> Op. cit., OOI GIOK LING, 2011, pp. 338-339.

Las industrias de la electrónica significaban el 25% del PIB en 2004 y la primera partida la ocupaba la industria electrónica, con el 31.6% de valor añadido industrial<sup>895</sup>; le siguieron las industrias farmacéuticas y de biotecnología, con el 21.3%; las industrias químicas (incluida la petrolífera); la producción para ingeniería del transporte, alcanzó el 9.3%, y el resto el 9.1%. Las segundas son de gran interés para España ya es lógico se espere un fuerte aumento de sus ventas, a medida que crezca el sector hospitalario y de servicios médicos regional, mayoritariamente privado, a medida que crezca la renta de las familias en toda la ASEAN (véase más adelante). Prueba de ello es la presencia de la multinacional farmacéutica española Griffols en Singapur<sup>896</sup>, y la pequeña distribuidora de material médico *Antonio Matachana S.A.*, en Malasia<sup>897</sup>. Estos sectores concentran gran parte de la I+D+I singapurense, como atestiguan los dos proyectos públicos estrella del sector: *Biopolis* y el *Parque Biomédico de Tuas*<sup>898</sup>.

Para acompañar la construcción de infraestructuras de transporte, puertos y telecomunicaciones, apareció la necesidad de crear infraestructuras sociales. Es decir, la política de inversiones estratégicas en viviendas; hospitales; transporte urbano y educación del Gobierno de Singapur. Ambos objetivos se alcanzaron gracias a una fuerte intervención pública, preceptiva, a través de una pléthora de EREs dependientes de organismos oficiales: desde el *HDB* (cuya "caja" es el CPF); al EDB (Economic Development Board) o la Autoridad Monetaria de Singapur (MAS). Cada uno de estos organismos oficiales tiene participaciones en una variedad de EREs con funciones públicas en la economía, y estas EREs también habrían constituido grupos empresariales importantes a escala singapurense. En el laberinto de grupos de EREs de Singapur, King<sup>899</sup> resalta la existencia de cientos o miles de empresas según las estimaciones, algunas constituidas en una variedad de paraísos fiscales desde Luxemburgo a Hong Kong, y destaca a las más importantes: *Temasek Holdings Pte Ltd.* que incluye a al absorbido *Singapore Technologies Pte. Ltd.*; la *Health Corporation of Singapore Pte. Ltd.*; y la *Corporación de Inversiones del Gobierno de Singapur (GIC)*. Temasek y la GIC (al cargo de la administración de las divisas en el Banco Central de Singapur), los fondos de inversiones del Estado de Singapur, están han sido controladas por la *familia Lee* (descendientes de Lee Kuan Yew), ningunean las ya ingentes reservas en manos del Bank Negara en Malasia, con unos 264000 millones de dólares, seis veces las españolas y el doble de las malasias<sup>900</sup>)

Las tasa de Ahorro Nacional subió vertiginosamente, del 10% del PIB en 1965 al 47% (p. 21)<sup>901</sup> en 2004, llegando a ser en términos per cápita la más alta del mundo en 2000 (25.614\$ per cápita), doblando a la de Hong Kong (13.748\$), y quintuplicando el de Noruega (5189U\$). El Ahorro Nacional llegó a suponer el 50%

---

<sup>895</sup> Op. cit. H.H. TAN, AGUSTINE, 2006, pp. 34-38.

<sup>896</sup> Fuente: Listado de empresas españolas en Singapur, ICEX, 2011.

<sup>897</sup> Fuente: Lista de empresas españolas en Malasia, Oficina Comercial de España en Kuala Lumpur, 2013.

<sup>898</sup> Op. cit., DENT, CHRISTOPHER M., 2002, pp. 97-98.

<sup>899</sup> Op. cit., KING, RODNEY, 2008, pp. 20-21

<sup>900</sup> Fuente: Indicadores financieros de *The Economist*.

<sup>901</sup> Op. cit., T.H. KOH, WINSTON, 2006, p.3.

del PIB en 2011 (tasas tan altas como las de Malasia), gracias al ahorro forzoso de los singapurenses: los trabajadores habrían estado obligados a contribuir con el 20% de sus sueldos al CPF (*Central Provident Fund*, caja de la SS), y los empresarios con el 13%. Las altas tasas de Ahorro Nacional desde muy temprano (1965), serían la base para las altas de inversión, desde el 21% del PIB en 1965, al 42% en 1985. El Ahorro Nacional, ha superado con creces a la Inversión (Formación Bruta de Capital o FBC) constantemente desde 1990 a 2014. La diferencia entre el Ahorro Nacional y la FBC fue del 11% en 1990 (43 % del PIB de Ahorro Nacional menos 32% de FBC); del 22% en 2004 (47% menos 25%); del 23% en 2011 (50% menos 37%) y del 18% en 2012 (48% menos 29%)<sup>902</sup>: Singapur es pues, una gran potencia inversora a escala internacional.

Para Mauzy y Milne, las políticas de rentas y capital humano, habrían sido un factor determinante en el marco de la planificación estratégica singapurense. Para no crear distorsiones en la economía, los salarios se habrían movido en línea con los aumentos de la productividad y la inflación, tendiendo a crecer por debajo de las dos anteriores para incrementar los márgenes empresariales y favorecer a la inversión productiva. A lo largo de la historia de Singapur tanto la docilidad de los sindicatos del NTUC, como la ausencia o supresión de conflictos sindicales, combinados con el control de la inflación (como en Malasia, vía la gestión prudente de las variantes monetarias, fiscales y cambiarias), contribuirían a un entorno estable para la inversión. En este sentido juega un papel determinante la flexibilidad en sueldos y cotizaciones al CPF, que se habrían bajado coyunturalmente para fomentar las contrataciones, para garantizar el pleno empleo<sup>903</sup>. Aquí King<sup>904</sup> y Studwell<sup>905</sup> hablan de sindicatos sometidos, y Mauzy y Milne hablan de sindicatos encuadrados e indoctrinados en el sistema, mientras que T.S. KOH y Mariano, próximos al Gobierno de Singapur, hablan de "*colaboración*" de los sindicatos (la NTUC) con el Gobierno<sup>906</sup>, a través del *National Wages Council* (el NWC) en el marco de una política macroeconómica acertada. Según Margolin<sup>907</sup>, *Goh Keng Swee*, ministro de finanzas singapurense, habría querido promover un sistema abierto y competitivo, para proveer el servicio más eficiente al mínimo coste posible, pero Lee Kuan Yew habría llegado más lejos: los singapurenses deberían de librarse de esa actitud cómoda de que "*el Gobierno me debe algo*", con referencia a sueldos mínimos; vacaciones pagadas y educación gratuita (al igual que *Mahatir* en Malasia, pensaba que los Derechos Humanos y el Estado de Bienestar occidentales los impondría Occidente, y serían una forma de post colonialismo, al no permitir liberar el potencial económico del país). En los años 60 y 70, el Gobierno, para ceñirse a su política de bajos sueldos para garantizar el pleno empleo y resaltar los atractivos de Singapur para la inversión extranjera, modificó las leyes laborales, la *Employment Act* y la *Industrial Relations Act*, a este efecto. En 1968 se aumentó la jornada laboral de 39 a 44 horas, se redujeron los días para vacaciones de 15 a 11, y los beneficios sociales (vivienda, salud) se hicieron condicionales al comportamiento no conflictivo de los trabajadores. Se creó el *Consejo Nacional de Salarios*

---

<sup>902</sup> Fuente: Estadísticas del Banco Mundial, 2014.

<sup>903</sup> DEPARTAMENTO DE ASIA y PACÍFICO, "Singapore Selected Issues, November, 2013", informe periódico sobre la situación económica de Singapur, al cuidado de Rachel van Elkan, Fondo Monetario Internacional, 25.10.2013, 10 páginas, pp. 9-10.

<sup>904</sup> Op. cit., KING, RODNEY, 2008, p. 19.

<sup>905</sup> Op. cit., STUDWELL, 2007, p. 93.

<sup>906</sup> Op. cit., T.H. KOH, WINSTON, 2006, p. 2.

<sup>907</sup> MARGOLIN, JEAN-LOUIS, "The People's Action Party Blueprint in Singapore, 1959-1965", en AAVV, *Singapore, from Temasek to the 21<sup>st</sup> Century: Reinventing the Global City*, 1ª edición al cuidado de Karl Hack et al., Hawaii, EE.UU., University of Hawaii Press, 2011, 458 páginas, pp. 315-319.



(NWC), y se modificó la legislación para que sus resoluciones se impusieran en los tribunales a efectos de conflictos laborales y negociación salarial<sup>908</sup>.

Pero, progresivamente, a lo largo de los 80 y 90<sup>909</sup>, se habría puesto más énfasis en la formación y el reciclaje de la fuerza de trabajo hacia actividades con más habilidades tecnológicas, para que la mayor productividad permitiera crecimientos salariales. La gran inversión en formación; reciclaje, becas y promoción del talento es parte de un sistema en búsqueda constante de la rentabilidad, donde los trabajos no se consideran ya de por vida y se considera el ciclo vital del trabajador y su "inserción laboral" en el sentido de "habilidades transferibles" de un trabajo al siguiente, probablemente distinto. El modelo de industrias pesadas; petroquímicas; construcción, electricidad de consumo y carreteras de los 60 y 70, se escora lógicamente en los 80-90 hacia los sectores punteros de la electrónica; las tecnologías de la información (TI), la informática y telecomunicaciones, de alto contenido tecnológico y valor añadido<sup>910</sup>. Estos procesos son impelidos, primero, por el ascenso y competencia en costes de producción, primero regional de la segunda generación de "tigres asiáticos", Malasia, Tailandia y demás menos desarrollados en la ASEAN; segundo, por el ascenso chino y después indio: la Inversión Directa Extranjera orientada a China e India llegó a significar una competencia bastante mayor por los recursos financieros escasos en áreas de alta tecnología y electrónica<sup>911</sup>. Por tanto, el mercado de trabajo singapurense, refleja su enorme apertura comercial y financiera en el ámbito internacional, acicate para el cambio constante, para ser más eficientes que las naciones vecinas<sup>912</sup>.

El urbanismo; parques y servicios sociales o no, relativamente mejores que los de otros países a escala regional, contribuyen con las demás políticas a la estrategia de que Singapur se consolide como centro financiero principal del Sudeste Asiático, por calidad de vida: a final de los 90, el SIMEX de Singapur sería el 4º mercado de divisas *offshore* a escala global, el papel que ocupaba Londres antes del Euro en la Unión, con un volumen de negocio de 125.000 millones de dólares al día ya en 2004<sup>913</sup>. Singapur también sería uno de los centros más importantes en Asia de banca de negocios (inversiones a escala del Sudeste Asiático); banca privada (para millonarios) y banca corporativa y/o de gestión de activos, fuera de Japón (para 1993 ya son 115 bancos extranjeros y 78 bancos de negocios)<sup>914</sup>. El sector financiero ya significaba el 11.3% de la economía singapurense en 2004, y el 5.2% del empleo en 2006<sup>915</sup>.

### 3.3 Desmontando "el milagro económico" de Singapur: productividad y calidad.

Singapur cuenta con unas fortalezas económicas "visibles", que esconden una realidad algo más compleja: las infraestructuras de transporte y comunicaciones (como el *Aeropuerto de Changi*, limpiísimo y

---

<sup>908</sup> Op. cit., OOI GIOK LING, 2011, p. 328.

<sup>909</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 2002, p. 79 y p. 81.

<sup>910</sup> Op. cit., OOI GIOK LING, 2011, p. 335.

<sup>911</sup> HACK, CARL, "Remaking Singapore, 1990-2004: From Disciplinary Development to Bureaucratic Proxy Democracy", en AAVV, *Singapore, from Temasek to the 21<sup>st</sup> Century: Reinventing the Global City*, 1ª edición al cuidado de Karl Hack et al., Hawaii, E.E.U.U., University of Hawaii Press, 2011, 458 páginas, p. 351.

<sup>912</sup> Op. cit., H.H. TAN, AGUSTINE, 2006, pp. 38-46.

<sup>913</sup> Op. cit., KING, RODNEY, 2008, p. 56.

<sup>914</sup> Op. cit., T.H. KOH, WINSTON, 2006, p. 4 y p. 9.

<sup>915</sup> Op. cit., H.H. TAN, AGUSTIN, 2006, p. 34.

eficaz); los "*jardines bonsái*" que adornan la ciudad; la eficiencia para gestionar transferencias bancarias; cobros y pagos, excelentes telecomunicaciones, comunicaciones y buenos transportes públicos (el metro, puesto que los autobuses son algo mediocres<sup>916</sup>), que le dan a la ciudad un aire de eficiencia y pulcritud. Singapur ofrece una excelente primera impresión ya que en Asia las apariencias lo son todo, pero hasta ahí parece llegar el "*milagro económico*"<sup>917</sup>.

En Singapur existirían problemas culturales e institucionales. Como en Malasia, el principal problema sería la dependencia de la tecnología, el capital y los mercados extranjeros. Para Dent<sup>918</sup>, Singapur jugaría un rol de intermediación entre los países del centro (desarrollados), y los de la periferia (en torno a Singapur), con relación a las cadenas internacionales de producción de las EMs y la diplomacia económica. La mayor parte de las exportaciones son producidas a través de las inversiones de EMs extranjeras para exportar a mercados extranjeros. Las EMs ya controlaban el 70% de la producción industrial, el 50.5% del empleo industrial y el 88.32% de las exportaciones de Singapur en 1999<sup>919</sup>. Las exportaciones de bienes y servicios ya significaban el 191% de un altísimo PIB (297 mil millones de dólares en Singapur, frente a 1.4 billones en España) en 2013, y las importaciones un 168%, lo que hace a Singapur muy dependiente de las crisis económicas mundiales: esto se pueda observar en la supuesta súper expansión del PIB en 2000 del 9.6% y contracción del PIB de un -2.4% en 2001<sup>920</sup>, según las estadísticas oficiales. Singapur también adolece de un problema de baja diversificación de las exportaciones industriales, concentradas en pocos sectores como la electrónica, la electricidad y los productos químicos<sup>921</sup>: lo que se puede ver en las partidas de exportación 8542; 8471, 8517, dentro del cod. HS 85 (maquinaria eléctrica), y la química o petroquímica, en las partidas 2710, 3901 y 2902, lo que la haría vulnerable a los ciclos en las exportaciones del sector de la Electrónica de las EMs como los circuitos integrados; los discos/soportes de memoria; teléfonos, y otros productos del sector condicionados por el ciclo económico mundial (véanse Tabla 12 para las partidas en dos dígitos en código HS).

Además del alto volumen de exportaciones a Malasia (verdadera redistribución a través del Puerto de Singapur, ya que la Diáspora China no entiende de fronteras y hay libre comercio sin casi cuotas o aranceles en el espacio ASEAN), la tendencia creciente es a la concentración regional de las exportaciones e importaciones en el Este y Sudeste Asiáticos: En 2013, por una parte, Malasia suponía el 12.2% de las exportaciones; Indonesia el 9.9% y Tailandia el 3.7%. Por la otra, China suponía el 11.8%; Hong Kong el 11.2%; Japón el 4.3%, Corea el 4.1% y Taiwán el 3.7%. Todo esto con especial atención a China o a Hong Kong y las cadenas de valor internacionales de los sectores de la electrónica liderados por multinacionales japonesas y chinas. Sin embargo, como en Malasia y aunque su importancia sea menguante, aún existe una gran dependencia de los mercados occidentales (EEUU, Australia y EU) y de la OCDE, de forma directa o indirecta, Este fenómeno se pueden observar, durante la crisis financiera de 2008 a 2009 en EEUU y Europa, cuando caen las exportaciones totales de Singapur en torno al 16%, subiendo otra vez un 11% de 2009 a 2010<sup>922</sup>. A parte de las exportaciones directas, los mercados occidentales estarían entre los destinos más importantes de los principales socios comerciales del

---

<sup>916</sup> Op. cit., KING, RODNEY, 2008, p. 82.

<sup>917</sup> Ibid., 2008, p. 56.

<sup>918</sup> Op. cit., DENT, CHRISTOPHER, 2002, p. 124.

<sup>919</sup> Op. cit., KING, RODNEY, 2008, pp. 26-27

<sup>920</sup> Fuente: Estadísticas del Banco Mundial, 2014 y op. cit. H.H. TAN, AGUSTINE, pp. 19-21.

<sup>921</sup> Op. cit. DENT, CHRISTOPHER M, 2002, pp. 82-83.

<sup>922</sup> Fuente: Estadísticas del Banco Mundial.

Este y Sudeste Asiático en Singapur, y son la fuente principal de recursos de inversión (IDE). La dependencia de estos mercados lógicamente se deja sentir por la contracción de las importaciones singapurenses por efecto renta en momentos de crisis, las re exportaciones de productos comerciados por Singapur y las mismas cadenas de montaje globales de las EMs.

Tabla 12 (a)

**Principales exportaciones de Singapur en miles de dólares, sistema HS (dos dígitos)**

Código	Descripción del producto	2010	2011	2012	2013	2014
TOTAL	Todos los productos	310791134	365770491	379722889	373015740	366376216
'27	Combustibles minerales, aceites minerales y prod.de su destilación	81159099	119321030	123876188	116911430	113666459
'85	Maquinas, aparatos y material eléctrico, sus partes; aparatos de grabación	86400356	87446189	90217471	94625316	92061281
'84	Maquinas, reactores nucleares, calderas, aparatos y artefactos mecánicos.	46827389	49154813	50522013	49030879	47342514
'90	Instrumentos, aparatos de óptica, fotografía, cinematografía, medida, contr	8424864	9052270	10132421	10946137	10722980
'71	Perlas finas o cultivadas, piedras preciosas, semipreciosas y similares	8062054	7095150	8793933	8767559	9704381
'39	Materias plásticas y manufacturas de estas materias	6243345	7789143	8192174	7440732	7715914
'29	Productos químicos orgánicos	5540139	6719554	6966186	7330514	7370214
'88	Navegación aérea o espacial	5499866	6138969	5557528	5724066	6080730
'87	Vehículos automóviles, tractores, ciclos, demás vehic.terrestres, sus part	4457716	5606331	5800548	5104535	5727756
'99	Materias no a otra parte especificadas	8454098	4255862	6824960	5947812	4901794
'73	Manufacturas de fundición, de hierro o de acero	3563924	4335986	4893460	4928885	4659654
'38	Miscellaneous chemical products.	3567659	4188682	4427152	4244148	4231867
'72	Fundición, hierro y acero	3054076	4585265	3973052	3994433	3821546
'22	Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre	1800356	2392559	2526198	2855656	2732667
'33	Aceites esenciales y resinoides; prep.de perfumería, de tocador	1911854	2356240	2398219	2645036	2727597
'30	Productos farmacéuticos	1896263	2386267	2182410	2223835	2169205
'91	Relojería	1529613	2225951	1968453	1958381	2003606
'75	Niquel y manufacturas de niquel	563098	515505	854573	1192200	1854796
'48	Papel, cartón; manufact. de pasta de celulosa ,de papel/de cartón	1357237	1888775	1848454	1754243	1704480
'94	Muebles; mobiliario médico quirúrgico; artículos de cama y similares	1179519	1365237	1546302	1482846	1427372
'04	Leche y productos lácteos; huevos de ave; miel natural;	1083069	1361993	1212665	1365256	1420218
'42	Manuf.de cuero; artículos de guarnicionería, talabartería, viaje....	803463	1052836	1077333	1216941	1350076
'40	Caucho y manufacturas de caucho	1478096	1925139	1738266	1420598	1293035
'61	Prendas y complementos de vestir, de punto	1018752	1200775	1228808	1679800	1264548
'82	Herramientas, útiles, articul.de cuchillera, cubiertos de mesa, de met.com	1323184	1467650	1473635	1340156	1262684
'76	Aluminio y manufacturas de aluminio	1321271	1745390	1389081	1228938	1255626
'62	Prendas y complementos de vestir, excepto los de punto	817517	998092	1010791	1090477	1137321

Fuente: Trademap, base de datos de comercio exterior de NNUU, 2015. Sistema armonizado HS.

Tabla 12 (b)  
Principales exportaciones de Singapur en miles de dólares, sistema HS (cuatro dígitos)

Código	Descripción del producto	2010	2011	2012	2013	2014
'25	Sal; azufre; tierras y piedras; yesos, cales y cementos	812694	866943	958759	1063881	1128167
'32	Extractos curtientes/tintóreos; taninos, sus derivados; pinturas	920491	1037347	1113179	1024109	1095707
'80	Estaño y manufacturas de estaño	525757	1177755	850097	816929	1090562
'28	Prod. químicos inorgánicos; compuestos inorgán./orgán.de los metales	1286819	1481825	1291588	1158404	1086002
'74	Cobre y manufacturas de cobre	1328161	1761787	1370201	941081	959659
'02	Carne y despojos comestibles	659813	787849	809830	816432	898296
'70	Vidrio y manufacturas de vidrio	819555	1002965	992620	840786	853398
'95	Juguetes, juegos, artículos para recreo o para deporte; partes...	867105	839320	852345	793024	823314
'24	Tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados	539357	660197	752755	808940	811621
'21	Preparaciones alimenticias diversas	508850	598526	672741	791003	786932

Fuente: Trademap, base de datos de comercio exterior de NNUU, 2015. Sistema armonizado HS.

El enorme sector de trading comercial de la Diáspora China, tanto malasio como singapurense, también se vería afectado por los altibajos de las cuentas corrientes debidos a los ciclos. Las exportaciones de Singapur a los 28 miembros de la EU sólo significarían el 5.6% de sus exportaciones; y las exportaciones a EEUU y Canadá el 6.2%. Sin embargo la exposición de los países clientes de Singapur a los mercados occidentales, empezando por los EEUU, determina una alta exposición indirecta de Singapur a los países occidentales: si las exportaciones de los países cliente de Singapur a Occidente bajan, las exportaciones de Singapur se resienten (la electrónica es paradigmática, puesto que se trataría de exportaciones de alto valor añadido y tecnología). Las exportaciones a EEUU suponen casi el 17% del total de exportaciones de la RP China en 2013; el 8.15% de las de Hong Kong (además, casi el 5% irían al Reino Unido); el 11% de las de Corea; el 18% de las de Japón; el 10.7% de las del Taiwán y el 8.1% de las de Malasia. Las exportaciones a la UE (28 países) desde Taiwán rondaron el 10.7% de sus exportaciones totales; casi el 20% de las de Hong Kong y el 19% de las de la RP China; el 13% de las de Japón y algo menos del 10% de las coreanas<sup>923</sup>. El porcentaje del total de exportaciones malasias e indonesias exportadas a la UE rondaría el 12%.

A medida que Singapur se ha ido escorando a sectores industriales de exportación, la presión para la deslocalización de plantas singapurenses a Malasia, Indonesia; Vietnam o China, se ha hecho cada vez más patente (por los altos costes de producción relativos singapurenses). P. ej., las plantas de electrónica de *Creative Technologies*, que se mueve a Malaca (Malasia) en 2004, dejando sólo sus instalaciones de I+D+I en Singapur, o de la empresa *Maxtor*, que despidió a 5000 personas en Singapur ese mismo año<sup>924</sup>. Aquí se anticipan fricciones a alto nivel (que no inestabilidad política) en la *Zona Especial de Iskandar* en Johor Barhu, Estado

<sup>923</sup> Fuente: Trademap, base de datos de comercio exterior de NNUU, 2014.

<sup>924</sup> Op.cit., H.H. TAN, AGUSTINE, 2006, pp. 26-30.

malasio de interés estratégico para España puesto que desde ellas se puede servir a Singapur con libertad de circulación de mercancías sin los altos costes de producción de Singapur, y ya hay una planta española de la empresa metalúrgica española *Acerinox*.

¿Puedan ser rentables las inversiones españolas en sectores industriales en Singapur? Las ventajas tecnológicas, por aprendizaje; exposición a la intensa competencia internacional en sectores en los que las grandes empresas españolas no son líderes, se tendría que contrastar con los altísimos costes de producción en la isla Estado. De cualquier modo, la re exportación de productos, como centro logístico redistribuidor de Singapur a escala regional, asiática y global, juega un rol clave, así como escaparate para la comercialización de productos y maquinaria industriales en Asia (véanse las partidas de la 61 a la 21, exceptuando la 28 en la Tabla 10 anterior, Singapur re exporta de todo, desde textil a cuchillería, alimentos o minerales).

¿Sería Singapur un país de "*agentes inmobiliarios*"? King, apunta muy bien a la alta productividad del capital, sobre todo en el ámbito financiero: los singapurenses (como los chinos malasios), comerciantes natos, tienen una ventaja en la gestión del capital. Sus habilidades comerciales para la negociación de precios; compra; venta, minimización del riesgo y máximo beneficio son extraordinarias<sup>925</sup>, maestros de la especulación financiera y la compra venta de inmuebles. Lo que contrastaría con los mínimos rendimientos de los fondos de inversión públicos soberanos y empresas privadas (véase más adelante) en las fuentes. Pero esto probablemente sea cultural, no es nada tecnológico: las actividades de trading ocupan una gran parte de la actividad de los chinos malasios y singapurenses, alejándoles de los sectores tecnológicos de futuro.

Para King<sup>926</sup>, siguiendo a Krugman<sup>927</sup>, hasta finales de los 90 el crecimiento de la productividad singapurenses lo habría sido "*a la soviética*". Como en Malasia, se explicaría más por adición de factores (más tierra, más horas de trabajo o dotaciones de capital), que por mejoras organizacionales o tecnológicas. Las altas tasas de desempleo en el momento de la Independencia y la política de cooperación o adoctrinamiento de los sindicatos, después, habrían determinado costes del trabajo bajos, y artificialmente bajos, respectivamente. Las altísimas tasas de ahorro forzoso a depositar en las cajas del CPF, habrían determinado costes del capital artificialmente bajos. Con los costes del trabajo contenidos y el coste del capital tan bajo, el coste de oportunidad de la especialización en procesos productivos intensivos en tecnología u organización habría sido bastante alto. la mayor parte de los estudios, incluyendo los del Gobierno, habría determinado tasas de crecimiento de la Productividad Total de los Factores<sup>928</sup> (indicador de la contribución de la tecnología a los aumentos de productividad media de la economía) relativamente mediocres para el periodo, en torno al 1%, en el periodo 1960-1996, si nos fiamos de las estadísticas singapurenses (véase más adelante) en uno de los periodos de mayor crecimiento en la Historia Económica a escala global. Esto contrasta a viva voz con la visión, más que generosa,

---

<sup>925</sup> Op. cit., KING, RODNEY, 2008, pp. 100-101.

<sup>926</sup> Ibid., 2008, pp. 39-40.

<sup>927</sup> KRUGMAN, PAUL, "The Mith of Asia's Miracle", Nueva York, Council of Foreign Relations, Foreign Affairs, número de noviembre-diciembre de 1994, vol. 73, n°6, pp. 62-78., disponible en <URL: <http://www.foreignaffairs.com/articles/50550/paul-krugman/the-myth-of-asias-miracle>>, (vínculos accedidos el 27.12.2014).

<sup>928</sup> Nota: La productividad total de los factores, es un cálculo residual, es decir la parte del crecimiento económico que en una economía no es explicado por la adición de los demás factores (trabajo, capital y tierra) a los procesos productivos: luego por tanto se debe de atribuir a la tecnología y a la organización de empresas e instituciones.

del Gobierno de Singapur sobre las conquistas económicas singapurenses: el desarrollo tecnológico habría sido mediocre en el periodo, y las tasas de crecimiento de la productividad bajas, como se atestigua por la pérdida de cuota de exportaciones mundiales a finales de los 90<sup>929</sup>. Baste compararlas con las de países como Japón; Corea (especialmente); Finlandia, Francia o Irlanda (véase la Tabla 14).

Tabla 13  
Los factores más problemáticos para hacer negocios en Singapur según el WEF<sup>930</sup>

<b>Factor</b>	<b>Porcentaje respuestas en %</b>
<b>Regulaciones restrictivas del mercado de trabajo</b>	28.2
<b>Inflación</b>	20.5
<b>Capacidades de innovación insuficientes</b>	15.2
<b>Formación inadecuada de la fuerza de trabajo</b>	7.6
<b>Baja ética del trabajo en la fuerza de trabajo</b>	5.6
<b>Acceso a la financiación</b>	5.0
<b>Tipos fiscales (presión fiscal)</b>	4.7
<b>Oferta insuficiente de infraestructuras</b>	4.6
<b>Legislación sobre divisas</b>	2.5
<b>Legislación fiscal</b>	2.3
<b>Ineficacia de la burocracia gubernamental</b>	1.9
<b>Inestabilidad política</b>	1.7
<b>Bajos estándares de salud de la población</b>	0.1
<b>Corrupción</b>	0.1
<b>Criminalidad y robo</b>	0.1
<b>Inestabilidad gubernamental / golpes de Estado</b>	0.1

Fuente: The Global Competitiveness Report, World Economic Forum, 2014

El mismo Lee Kuan Yew, ministro mentor de Singapur, habría reconocido las bajas tasas en su réplica a Krugman en 1994 (confirmadas por el mismo Departamento de Estadísticas de Singapur)<sup>931</sup>, resaltando que este problema se iba a solucionar gracias a las ingentes inversiones (1994-2014) en I+D+I y Educación<sup>932</sup>. El Gobierno sería consciente del crecimiento económico "a la soviética", es decir, por exceso de horas de trabajo pero no por mejoras organizativas; de formación; cualificación; organización, racionalización y compromiso de la fuerza de trabajo: Mientras que en Alemania se trabajaban 1708 horas por trabajador como media al año en 2013, en Singapur serían 2174, según la Organización Internacional del Trabajo (ILO)<sup>933</sup>, o 1411 horas y 2409, respectivamente según el Gobierno de Singapur en 2011<sup>934</sup>, lo que nos parece más probable, ya que la OCDE

<sup>929</sup> Op. cit., HACK, CARL, 2011, p. 352.

<sup>930</sup> Fuente: SCHWAB, KLAUS y SALA-I-MARTÍN, XAVIER, *The Global Competitiveness Report 2014-2015*, Ginebra, Suiza, World Economic Forum (WEF), 2014, 548 páginas, pp. 334-335.

<sup>931</sup> SOON TECK WONG y SIM SOON SENG, BENSON (Departamento de Estadísticas de Singapur), "Total Factor Productivity Growth in Singapore: Methodology and Trends", documento de trabajo de la Conferencia sobre el Stock de Capital de la OCDE en Canberra, Australia, 10-14 marzo de 1997, en (accedido el 28.12.2014).

< URL: <http://www.oecd.org/fr/std/cn/canberragrouponcapitalstockstatistics-march1997.htm> >.

<sup>932</sup> Op. cit., KING, RODNEY, 2008, p. 43.

<sup>933</sup> Fuente: ILO (Organización Internacional del Trabajo), 2013, perfiles de países.

<sup>934</sup> Fuente: Programa, "Labor pains" del canal internacional público de Singapur, Channel News Asia, en <URL: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLkMf14VQEvTa5gy5QJoVFJS6sWIH63f->>, (accedido el 18.01.2015). En el vínculo, se publican una variedad de estadísticas oficiales sobre la productividad del trabajo singapurense en diferentes programas.

para 2012 calcula 1393 horas en Alemania<sup>935</sup> y 1666 en España. Es decir si, según el Gobierno de Singapur en 2011, en Bélgica, el coste por hora trabajada estaría en torno a los 52 dólares americanos; el de Alemania, 46\$ y el de España, entre los más bajos de la Unión, alrededor de los 27. El coste del trabajo en Singapur sería bastante menos, unos 24 dólares por hora. Contrastables con la baja productividad media del trabajo relativa a países más desarrollados: 41 dólares americanos por hora trabajada en Singapur, frente a 55\$ en Alemania según el Gobierno de Singapur en 2011 (la OCDE calcula en 2012: Alemania (58\$), Bélgica (61\$) y España (50\$)). Todo esto sin mentar las bajas tasas de crecimiento de la productividad del trabajo con relación al crecimiento del PIB, el 1.3%, frente al 6.3%. Todo esto si se le dieran credibilidad a las estadísticas de Singapur, lo que es cuestionable.

Los niveles de Producto Interior Bruto por Trabajador Empleado en Paridad de Poder Adquisitivo en 2012 (a precios de 1990) de Singapur (49.719 dólares per cápita), según el Banco Mundial<sup>936</sup>. Luego no parecen estar muy lejos de los de España (43.297\$), mayores que los de Alemania (43.243 \$). Con unos sindicatos títere y niveles de sueldos irrisorios para un ejército de trabajadores no cualificados sobre explotados (aunque altos para los cualificados); utilitaristas y sólo motivados para ganar dinero, no sería difícil de explicar. Para empezar, el énfasis de la política fiscal no se habría centrado en la redistribución de la renta y subsidios para los más necesitados, si no en que el ahorro forzoso contribuyera a las altas tasas de Ahorro Nacional y en el crecimiento económico. Mientras que T. H. Koh clasifica esta política de "prudente", también podría ser tildada de injusta, dados los niveles de altísima desigualdad en Singapur, altísimo coste de la vida y bajísimos sueldos reales de los trabajadores con baja cualificación<sup>937</sup>. Además, si bien es verdad que Singapur tiene el rating de estabilidad financiera AAA, reservas de divisas enormes y unos fondos soberanos gigantescos, también es verdad que la deuda pública acumulada de las AAPP de Singapur sobre el PIB rondaba el 104% en 2013<sup>938</sup>, bastante alta desde cualquier punto de vista. Siempre pensando que los resultados para Singapur se basan en una ciudad de sólo 5 millones de habitantes, sin tener en cuenta su hinterland geográfico "histórico", como lo es el Estado de Johor Barhu de Malasia, fronterizo, donde se subcontratan todo tipo de procesos productivos que revierten en bienes y servicios singapurenses (Malasia, con un Producto Interior Bruto por Trabajador de 24.857\$ per cápita), o las Islas Riau en Indonesia<sup>939</sup> (11.461\$), ambas áreas estratégicas para la expansión de la economía singapurenses. Por tanto, habría que realizar los mismos cálculos para los hinterlands de Frankfurt o Madrid, con 46 en España millones o con 80 millones de población en Alemania, para tener una idea más clara de las externalidades de ese nivel de desarrollo y su calidad. Todo esto teniendo en cuenta el dumping tanto social como ecológico en Asia y los niveles de vida en Darmstadt (Alemania) o Toledo (España), en el hinterland de las dos grandes ciudades europeas mucho más altos que los de Malasia o Indonesia: a 25 km del centro de Singapur (los trabajadores

---

<sup>935</sup> Fuente: Estadísticas de la OCDE sobre productividad del trabajo, en < URL: <http://stats.oecd.org/Index.aspx?DatasetCode=LEVEL> >, (accedido el 19.01.2015).

<sup>936</sup> Fuente: Estadísticas del Banco Mundial, 2012.

<sup>937</sup> Op. cit., T.H. KOH, WINSTON, 2006, p.7, y SIDDIQUE, HAROON, "Singapore's first strike in 25 years shines spotlight on racial tensions", *The Guardian* (Londres, 28.11.2012). Un conductor de autobús inmigrante de origen ganaba 693 Euros al mes en 2012. Véase el "Índice del Coste de la Vida de Expatistán", en <URL: <http://www.expatisitan.com/cost-of-living/index> >. Singapur es un 60% más caro que Madrid según este índice, accedidos el (24.12.2014). La presión a la baja en estos niveles salariales pueda estar determinada por el enorme peso de la población emigrante no cualificada y el creciente número de licenciados en Singapur y en China o India.

<sup>938</sup> Fuente: Estadísticas del Informe de competitividad del *World Economic Forum*, 2013.

<sup>939</sup> PHELPS, NICHOLAS A, "Gaining from Globalization? State Extraterritoriality and Domestic Economic Impacts-The Case of Singapore", Oxford, Reino Unido, Blackwell Publishing Ltd., *Economic Geography*, tomo 83, número 4, pp. 371-393, octubre 2007, en Proquest (id. 235560755).

malasios cruzan la frontera a diario en moto), ya no se aplica la legislación tanto laboral como medioambiental de Singapur, otra vez una isla de prosperidad en un mar de pobreza relativa. En el caso particular de España, si se hablara de los grandes centros urbanos, muy por encima de la media nacional media en renta per Cápita, también habría que incluir la economía sumergida en los cálculos de PIB, en torno al 20% del PIB en España luego hablar que con 62.000 dólares la renta de la ciudad de Singapur, dobla a la española es matizable, tanto en cantidad como en calidad.

Como bien indica *Hack*<sup>940</sup>, el modelo de aplicación intensiva de factores y bajos costes de producción pre crisis de 1997, tiene sus límites económicos. Para mantenerlo, se habrían llegado a reducir costes fiscales a las empresas para trasladarlos a los consumidores de forma regresiva vía impuestos indirectos (aumentando el GST, el IVA singapurense), y reduciendo las contribuciones al CPF (con cierto parecido a las contribuciones a la SS, como vimos), con el fin de que las empresas realicen el ajuste ante las crisis recortando costes en lugar de despidiendo empleados para mantener el pleno empleo. Sin embargo, con ajustes financieros sigue sin resolverse el problema más grave de Singapur: la productividad del trabajo. Además, la intervención del Estado en la economía pueda tener efectos adversos distorsionando los precios de los factores. Hack pone como ejemplo, la regulación de los salarios a través del *NWC* (Consejo Nacional de Salarios), que bloquea la subida de los sueldos por aumentos de productividad, lo que eliminaría su efecto motivador de la fuerza de trabajo y de atracción de trabajadores a ramos de futuro. Por otra parte, los organismos públicos controlan más del 30% de los terrenos de Singapur, introduciendo distorsiones adicionales, burocráticas; administrativas y de precios en la asignación del factor tierra. A parte de la competencia regional, de 2000 a 2004, *Dubai* habría empezado a ser un competidor importante a efectos logísticos, desarrollando los mismos sectores, desde el turismo al transporte y las finanzas de Singapur, como demuestra la competencia feroz de la aerolínea *Emirates* en todas las rutas Oriente-Occidente de Sídney a Londres. La *Qatar Airlines*, también sería una gran competencia desde el sultanato vecino.

Es entonces que en Singapur se toma conciencia de que la importancia<sup>941</sup> de una transformación hacia la *Economía Creativa*, aquella basada en las ideas y el conocimiento en sus dos ramas: la *Economía del Conocimiento*, en sectores como la educación; I+D+I ; tecnologías de alto nivel; informática y TI; telecomunicaciones; robótica; aeroespacial; biotecnología; nanotecnología; y la *Economía de las Industrias Culturales*: contenidos digitales; películas; libros; arte; entretenimiento; diseño; arquitectura; publicidad, gastronomía y otros. El talento importado de países occidentales con más altas tasas de productividad que Singapur sería la variable estratégica en su desarrollo, y sería notable la mayor productividad en las *Industrias del Conocimiento* pero no lo sería la calidad de las *Industrias Culturales*: los chinos singapurenses han visto dinero en el sector del arte<sup>942</sup>, pero no se sabe a qué tipo de "arte" se refieren. Desde luego, les gustan mucho las subastas de *Sotheby's*, encajan con las habilidades comerciales: cuanto más caro y de mejor marca, mejor (los singapurenses son bastante "marquistas", ya que estatus y consumo van aparejados<sup>943</sup>).

---

<sup>940</sup> Op. cit., HACK, CARL, 2010, p. 352.

<sup>941</sup> Op. cit. T.S. KOH, WINSTON, 2005.

<sup>942</sup> Op. cit., HACK, CARL, 2010, pp. 357-358.

<sup>943</sup> Nota: véanse los epígrafes VI.3 y VI.4 sobre marca país, para mayor información.



La dependencia de la tecnología e inversión extranjera de las multinacionales es evidente<sup>944</sup>: Singapur tendría la mayor comunidad de inventores extranjeros per cápita a escala planetaria y una de las más altas en términos absolutos, el 52.9% de del total de inventores de 2006 al 2010, así como ratios mediocres de solicitudes de patentes por inventores residentes por cada millón de habitantes<sup>945</sup>. Aunque haya mejorado relativamente el número de patentes registradas por residentes en Singapur (de 895 en 2010, a 1081 en 2012) en paralelo al gran aumento de los ingentes gastos de I+D+i (del 1.65% del PIB en 1998 al 2.10% en 2012), estas siguen significando casi 8 veces menos patentes que las registradas por no residentes, generalmente EMs (de 8788 en 2010, a 8604 en 2012). Los diseñadores extranjeros habrían emitido el 85% de las solicitudes de patentes de diseños, lo que cuestiona la prominencia de Singapur en los índices de globales de Creatividad e Innovación. Sin embargo, esto significa una mejora incremental desde 1990, cuando el 99% de las patentes fueron otorgadas a extranjeros en Singapur: Esto pueda cuestionar las expectativas del Gobierno del PAP, que entonces creyó que las multinacionales iban a transferir tecnología a las empresas locales con rapidez<sup>946</sup>. En los países de la OCDE, el numero de patentes registradas por residentes sería muchísimo mayor que el de las registradas por no residentes: En 2012, en Francia 14,540 patentes fueron registradas por residentes frente a 2092 registradas por no residentes; en Alemania 46620 frente a 14720; en Japón 287.013 frente a 55,783, y lo mismo en otros países: es el capital humano residente el que genera la tecnología<sup>947,948</sup>. Además, existiría un problema con la calidad de las patentes: la mayor parte de las patentes producidas en Singapur en 2000 por las EMs, posiblemente sólo sean adaptaciones poco importantes de productos pre existentes para adaptarse a las condiciones regionales del Sudeste Asiático, más que innovaciones radicales. Esta sería la "*filosofía*" (sic.) del tipo de I+D+i aplicada a la solución de las necesidades de la industria<sup>949</sup>. Las multinacionales utilizan Singapur como centro de I+D+i a escala global (científicos de todo el mundo) con alcance regional<sup>950</sup>, importando y adaptando innovaciones extranjeras de países de la OCDE (EEUU; Europa, Japón, Australia), a las necesidades de los mercados del Sudeste Asiático. Por otra parte, las startups y PYMES singapurenses, le dedicarían menos tiempo y recursos que las chinas, europeas o americanas a la I+D+I y la formación, limitando las capacidades de desarrollo<sup>951</sup>. En suma, la situación parece haber mejorado en Singapur en los últimos 25 años, pero quedaría un largo camino por recorrer: cualitativa y cuantitativamente, las capacidades de I+D+I serían relativamente dependientes. La baja actividad tecnológica de las PYMES, se podría explicar por el peso que tienen las empresas públicas (EREs) y las empresas multinacionales (EMs) en la economía. Como en Malasia, las PYMES también parecen tenerlo bastante difícil en Singapur<sup>952</sup>: King habla de prácticas predatorias de las grandes empresas para con las más

---

<sup>944</sup> Op. cit., KING, RODNEY, 2008, pp. 29-31.

<sup>945</sup> AAVV, "2013, World Indicators of Intellectual Property", dirigido por Francis Gurry y Carsten Fink, Ginebra, informe de Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (WIPO), de las NNUU, 2013, 214 páginas, pp. 6; 27 y 81.

<sup>946</sup> Op. cit., KING, RODNEY, 2008, p. 28 y p. 30.

<sup>947</sup> Fuente: Estadísticas del Banco Mundial, 2014.

<sup>948</sup> Nota: en España fueron 3266 frente a 209, uno de los talones de Aquiles de la economía española.

<sup>949</sup> Op. cit., KING, RODNEY, 2008, p. 28 y p. 30.

<sup>950</sup> Op. cit., MAUZÝ y MILNE, 2002, pp. 79-80.

<sup>951</sup> Op. cit. KING, RODNEY, 2008, pp. 31 y 114-115, pp. 31 y 114-115.

<sup>952</sup> Véanse sobre PYMES y tecnología, las notas utilizadas en el epígrafe I.2.6, de GÓMEZ, EDMUND TERRENCE, "The politics and policies of corporate development: race, rents and redistribution in Malaysia", en AAVV, *Malaysia's Development Challenges: Graduating from the middle*, 1ª edición al cuidado de Hal Hill et al., Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, 2012, 348 páginas, pp. 63-81.

pequeñas, gracias a sus mayores recursos. Además, siguiendo a Rodan<sup>953</sup>, las actividades del Sector Público serían opacas, luego difíciles de auditar o controlar por instituciones externas. Las PYMEs singapurenses se encontrarían con problemas acceso a la financiación y escasez de capital-riesgo, todo esto a pesar del ingente catálogo de ayudas proporcionadas a la PYME singapurenses de posible interés para las empresas españolas. La pesada burocracia y la cultura de relativa aversión al riesgo típica de Singapur<sup>954</sup>, así como sus altos costes de producción también retraerían la inversión en PYMEs.

**Tabla 14**  
Tasa de crecimiento de la Productividad Total de los Factores<sup>955</sup>

País	Total 1985/2011	Media	Total 1985/1995	Media
<b>Bélgica</b>	18.50	0.71	14.50	1.32
<b>Canadá</b>	7.00	0.27	1.30	0.12
<b>Dinamarca</b>	9.80	0.36	11.70	1.06
<b>Finlandia</b>	46.70	1.73	22.70	2.06
<b>Francia</b>	27.00	1.00	16.40	1.49
<b>Irlanda</b>	78.70	2.91	35.30	3.21
<b>Italia</b>	10.20	0.38	13.40	1.22
<b>Japón</b>	36.00	1.33	24.10	2.19
<b>Corea</b>	104.50	3.87	52.10	4.74
<b>Holanda</b>	12.60	0.47	5.50	0.50
<b>Nueva Zelanda</b>	10.90	0.40	4.70	0.43
<b>España</b>	8.30	0.31	10.20	0.93
<b>Estados Unidos</b>	28.10	1.04	7.90	0.72

Fuente: Estadísticas de productividad de la OCDE 2014

Según King, los bancos singapurenses habrían rechazado la mayor parte de las solicitudes de financiación de PYMEs en los últimos 10 años: el 57% en 2004 y el 55% en 2013<sup>956</sup>. Esto es tanto menos coherente cuanto más se tiene en cuenta las enormes disponibilidades de capital de los bancos singapurenses. Además, las empresas con activos fijos tangibles no tendrían, por lógica, problemas para obtener préstamos garantizados por los mismos. Sentado esto, las PYMEs singapurenses tendrían dificultades a la hora de financiar su Fondo de Maniobra (la capacidad de hacer frente a deudas a corto plazo, problemas de liquidez). Una de las razones sería, según la *Singapore Business Federation*, en empresas de servicios o en el campo del desarrollo de tecnología, que sus activos son intangibles y por tanto difíciles de medir<sup>957</sup>. También es probable que muchos bancarios no tengan la capacidad técnica de evaluar la situación financiera de este tipo de empresas basadas en

<sup>953</sup> Op. cit. RODAN, GARY, 2005, pp. 173-187 ("Conclusiones"). Véase en el epígrafe I.3.1, en el que se discute la opacidad.

<sup>954</sup> Op. cit., KING, RODNEY, 2008, pp. 96-102.

<sup>955</sup> Fuente: Elaboración propia en base a estadísticas de la OCDE, 2014.

<sup>956</sup> ANÓNIMO, "Banks rejected 55% of SMEs' loan applications in 2012", *Singapore Business Review* (Singapur), 30.01.2013, en línea, en <URL: <http://sbr.com.sg/financial-services/news/over-half-singapore-smes-application-financing-got-rejected-in-2012> >.

<sup>957</sup> ANÓNIMO, "Recomendaciones al Comité de PYMES", Singapur, documento de trabajo de la Singapore Federation of Business (la CEOE de Singapur), diciembre de 2012, 54 páginas, pp. 26-27.

intangibles<sup>958</sup>: la financiación con cargo a facturas (factoring); el historial de crédito o inventarios, sería desconocida en Singapur. Esto nos parece coherente con la mentalidad de "agentes inmobiliarios" y traders de productos tangibles o financieros de los chinos de la Diáspora (comerciar regionalmente, especular con el precio de las divisas o los inmuebles, pase, pero, un poner, con el futuro de una empresa basada en nuevas tecnologías, probablemente les resulte más difícil). Ni en Singapur, ni en Malasia, parece ser habitual tomar decisiones sobre conceptos abstractos, ni que haya demasiado interés por nada especulativo (desde la filosofía al software avanzado para empresas), ni demasiado nivel cultural en el entorno de baja confianza, (nadie se fía de nadie, ni que de las cosas vayan a salir bien). Además, King indica que podría llevar hasta un año entero poner en marcha una empresa en Singapur (2008), el registro y apertura acarrearía grandes dificultades en comparación con Malasia y, como en Malasia<sup>959</sup>, existiría una variedad de trabas burocráticas para poner en marcha las operaciones, desde licencias, regulaciones a permisos de empleo para extranjeros<sup>960</sup>.

Nos parece pues difícil de creer que Singapur se sitúe en posiciones muy altas en el ranking mundial del Índice de Innovación Global: la octava posición<sup>961</sup>, a gran distancia de las instituciones españolas (Singapur en los primeros puestos, España por debajo del treinta); o en los rankings de competitividad internacional en términos de talento por países del INSEAD<sup>962</sup>, o el del *World Economic Forum* (WEF), el más triunfalista de todos. Singapur ocuparía la segunda plaza en su Índice Global de Competitividad (GCI), elaborado a partir de un estudio en 144 países. Singapur sería la única economía que se habría posicionado entre los tres primeros países en 7 de las 12 variantes consideradas en su estudio, además, ocuparía posiciones entre las 10 primeras, para 10 de las 12 variantes consideradas. ¿Le daría esto la razón a Lee Kuan Yew, en su respuesta Krugman, cuando argüía que las altas inversiones en I+D+I y Educación, iban a significar mejoras en la productividad del trabajo y la tecnología? No estamos seguros, harían falta estudios profundos al respecto. Las posiciones en los rankings probablemente tb. se expliquen por la cantidad inusual de profesionales extranjeros de alta cualificación que trabajan en Singapur en empresas multinacionales, la buena gestión del capital, y la mano dura y/o cooperación con los sindicatos.

En el ranking del WEF<sup>963</sup>, Singapur estaría en primer lugar en la variante de eficiencia de los mercados; segunda a nivel de la eficiencia de los mercados de trabajo y el desarrollo del mercado financiero. Además, la ciudad Estado contaría con uno de los marcos institucionales (3ª posición); infraestructuras de primera clase (2ª posición) (puertos; carreteras, aeropuertos); su política económica en el ámbito macroeconómico (fiscal; monetario, cambiario) sería sólida (15ª posición), y el superávit de las cuentas de las AAPP significaría el 6.9% del PIB en 2013. La competitividad de Singapur habría sido reforzada por su énfasis en la educación, que se

---

<sup>958</sup> RAMANI, M. V., "Banks lack skills to evaluate SME projects", carta al director, *The Straits Times* en línea (Singapur, 20.08.2013), en < URL: <http://www.straitstimes.com/premium/forum-letters/story/banks-lack-skills-evaluate-sme-projects-20130820>>, (accedido el 17.01.2015).

<sup>959</sup> Fuente: Experiencia del doctorando a la hora de montar su empresa en Malasia, *Crawley and Canovas Sdn Bhd*, duplicaciones e Índice GCI para Singapur, del World Economic Forum, 2014.

<sup>960</sup> Op. cit., KING, RODNEY, 2008, pp. 96-102.

<sup>961</sup> Fuente: Global Innovation Index 2013, (elaborado por las Universidad de Cornell, el INSEAD y la WIPO), disponible en < URL: <http://www.globalinnovationindex.org/content.aspx?page=gii-full-report-2013#pdfopener>>, (accedido el 03.04.2014).

<sup>962</sup> Por ejemplos, según el Índice Global de Competitividad del Talento de la escuela de negocios INSEAD de 2013, Singapur ocuparía la posición segunda a nivel mundial y en el Ranking Mundial de Competitividad GCI del World Economic Council de 2014, ocuparía la segunda.

<sup>963</sup> SCHWAB, KLAUS y SALA-I-MARTÍN, XAVIER, "The Global Competitiveness Report 2014-2015", Ginebra, Suiza, World Economic Forum (WEF), informe sobre competitividad global, 2014, 548 páginas, pp. 334-335.

manifestaría en una mejora reciente en esta variante, llegando a ocupar la 2ª posición, detrás de Finlandia. El sector privado también sería bastante avanzado (posición 19ª); y se estaría volviendo más innovador (posición 9ª). Aunque existiría todavía amplio margen para la mejora, siendo estas las claves del futuro de Singapur.

Para los rankings mundiales de Competitividad y Talento del IMD<sup>964</sup> la situación, "triumfalista", sería algo peor (Tabla 15). El ranking se elabora a través de un estudio internacional que tiene en cuenta una variedad de factores, desde la inversión en capital humano a la capacidad de retenerlo. Con respecto a la *capacidad de atraer y retener talento extranjero* cualificado (lo que creemos la clave del supuesto "milagro" singapurense), son inusualmente altos, ocupando la tercera posición en el ranking mundial. Con relación a la capacidad del sector educativo de proveer talento ajustado a las necesidades de las empresas (décima posición). En el ranking de *importancia dada a las ciencias experimentales* en el CV de los estudiantes Singapur ocuparía la primera posición. Lo más probable es que Las Ciencias Sociales y las Humanidades reciban un trato marginalmente mejor que en otros países circundantes en desarrollo, a no ser la Economía, allí todo es dinero. Singapur estaría entre los cinco primeros en términos de *sintonía entre universidad y empresa para proveer el talento necesario para las empresas*, ocupando excelentes posiciones para el criterio de la *importancia dada a la educación en Administración y Dirección de Empresas* (3ª posición) y la universidad en general. En Singapur se da un ascenso impresionante del número de licenciados universitarios, pasando del 18% de la población en 2002 al 26% 2012, luego se supone que una fuerza de trabajo mejor cualificada podrá compensar el envejecimiento de la población en Singapur<sup>965</sup>. En este país con "exceso de generales" y "escasez de sargentos", no sorprende. También tenemos dudas sobre la forma en la que se elaboran los índices del IMD, dadas las altas posiciones que ocupa Malasia en estos índices, que contradicen la evidencia bastante sólida que identificamos en nuestra experiencia sobre el terreno de 9 años<sup>966</sup>: es francamente increíble que Malasia ocupe la posición número 4 y España la 44. Luego, la investigación de los índices abre interesantísimas líneas de investigación sobre las capacidades españolas para promover su imagen país, ya que existirían oportunidades de reputación en la comunicación con este tipo de instituciones al cargo de los índices: el IMD tiene vínculos estrechos con la multinacional *Nestlé*, empresa con grandes intereses en Malasia y Singapur. Además, en el caso concreto de los datos sobre la habilidad para retener trabajadores pueda existir una contradicción entre el ranking de la Tabla 15 y las altas tasas de renuncias al empleo en la Tabla 16, más adelante.

Singapur cae de la posición décima en 2005 a la decimo sexta en 2014 en términos agregados para el IMD, tomando en cuenta todas las variantes consideradas por el informe en el ranking mundial de competitividad. Además, en lo tocante la relación entre *inversión y en/para el desarrollo del capital humano foráneo* (lo que se agrava por el *alto coste de la vida de Singapur*), las posiciones serían muy bajas. Singapur contaría con un amplio stock de capital humano que habría atraído del extranjero, y el de origen nacional (de menor calidad), que probablemente fuera a disminuir en un futuro próximo según el IMD<sup>967</sup>: existiría un fuerte desequilibrio entre la cualificación de los extranjeros, bastante buena y alta, y la de los singapurenses. Poco

---

<sup>964</sup> CENTRO DE COMPETITIVIDAD DEL IMD, "IMD World Talent Report, 2014", informe sobre talento y competitividad en el mundo, Lausana, Suiza, International Institute for Management Development (IMD), 38 páginas, pp. 10-28.

<sup>965</sup> Fuente: Piramide de población interactiva de Singapur 2000-2014, en el sitio web del Departamento de Estadística de Singapur, 2015, en <<http://www.singstat.gov.sg/statistics/visualising-data/charts/age-pyramid-of-resident-population>>

<sup>966</sup> Véase el epígrafe I.2.5 para una explicación detallada sobre la crisis en el capital humano malasio y fuga de cerebros.

<sup>967</sup> Op. cit., CENTRO DE COMPETITIVIDAD DEL IMD, 2014, p. 10.

tendría entonces de "milagroso" Singapur, dadas las condiciones de vida, difíciles, y salarios bastante bajos, los que experimentan los singapurenses y emigrantes asiáticos no cualificados en Singapur, sobre los que recae el peso de una gran parte de la actividad económica de la isla, los servicios para las élites: la Isla Estado jugaría un importante rol de "estación de servicio" para buques mercantes, y centro de refino de combustibles a escala global, también lo sería para las necesidades de capital humano de alto nivel y de administración financiera de los intereses de las EMs extranjeras, así como su comercio exterior en el Sudeste Asiático, a través del trabajo cualificado de extranjeros en Singapur. Esto se corresponde con el perfil de expatriado, generalmente anglosajón: contables; financieros; ingenieros; científicos, informáticos o técnicos. La evolución de la *participación femenina en la fuerza de trabajo* es un factor altamente positivo, rozando el 45% del total de la fuerza de trabajo en 2014, pero sigue siendo baja.

Tabla 15  
Posiciones en el Ranking Mundial de Competitividad del Talento del IMD, 2014

Concepto	Singapur	España	Malasia
Gasto público en educación % PIB	56	32	16
Gasto público en educación por alumno % PIB	56	21	23
Ratio alumnos por profesor (primaria)	47	<b>13</b>	16
Ratio alumnos por profesor (secundaria)	42	<b>20</b>	35
Programas de aprendizaje	<b>15</b>	53	4
Formación de los empleados	<b>17</b>	59	4
Participación femenina en fuerza de trabajo	26	34	53
Coste de la vida (mas alto, más coste)	59	<b>29</b>	16
Atracción y retención de talento	<b>14</b>	53	13
Motivación del trabajador	<b>14</b>	47	3
Fuga de cerebros (menos es más)	19	<b>41</b>	10
Calidad de vida	18	21	25
Extranjeros cualificados	3	33	12
Crecimiento de la fuerza de trabajo	<b>10</b>	56	11
Disponibilidad de trabajo cualificado	36	<b>16</b>	6
Conocimientos financieros de la fuerza de trabajo	18	37	15
Sistema educativo: cubre necesidades de una Economía competitiva	<b>3</b>	39	11
Educación universitaria: cubre las necesidades de una economía competitiva	<b>4</b>	46	14
Estado de la Ciencia en las escuelas	<b>1</b>	46	5
Conocimientos de idiomas	9	56	15
Educación en Administración de Empresas	3	53	10
Fuente: Elaboración propia en base al IMD Talent Report 2014, del Instituto Internacional para la Gestión			

*Los indicadores de calidad de vida*, por encima de 8.0,(sólo tres puestos por delante de España), serían bastante buenos, como factor de atracción del talento extranjero, en la posición 18 del ranking, pero la mala calidad de los servicios y el alto coste de la vida con relación a las ciudades españolas, permite cuestionar este

extremo. Pueda ser cierto, por razones de tipo histórico y cultural, que Singapur ocupe altas posiciones (la décima), en el *ranking de países por el uso de lenguas extranjeras*, aunque donde va a parar el nivel de preparación de un poner, un sueco, en comparación con el singapurense. Como pocos hablan malayo, o chino hokkien o cantonés en Suiza, que es donde se elabora el estudio del IMD, no nos extraña que suene literalmente a "chino" el panorama de las lenguas asiáticas: los singapurenses y los malayos, por la interacción diaria y por las concomitancias entre dialectos chinos, el malayo y otros idiomas, han desarrollado todo tipo de "patois", de dialectos específicos que sirven para agilizar la comercialización de bienes y capitales. Estas son habilidades plurilingüísticas a pié de calle, poco que ver con la Filología. Concedemos que inglés y su propio dialecto chino (o indio, o malayo), lo hablan bien bastantes, de lo otro, sin ser filólogos, tenemos nuestras más sobradas dudas. Singapur ocuparía la posición 47 en su *ranking mundial del ratio de estudiantes por profesor en la primaria*, y el 42 en el de *estudiantes de secundaria* (España estaría muchísimo mejor, en la posición 13 y 20, respectivamente). Con respecto a la motivación de los trabajadores, ocuparía la posición 14, lo que es relativamente bueno. Sin embargo, con respecto a la *cantidad de trabajo cualificado* está muy por detrás de España (en la posición 36, España ocupa 16ª, grandísima oportunidad para España en la isla Estado); Singapur destaca en *habilidades de la fuerza de trabajo para el sector financiero* (de lo que dependen cada vez más), en la posición 14ª; así con la *experiencia internacional y competencia de sus Managers*, donde ocupan las primeras posiciones (sin distinguir entre foráneos o extranjeros, o definir como se mide la misma y curiosamente Malasia, un país que denota problemas de todo tipo a nivel de empresa en las fuentes consultadas, como vimos en las secciones correspondientes, estaría a la cabeza en el ranking de competencia); el sistema educativo sería el 6º, siempre en términos de competitividad. Desde luego, lo que si indicaría el ranking del IMD, es que existe una oportunidad evidente de exportación de servicios de profesionales españoles a Singapur: La isla Estado experimenta una fuga de cerebros autóctonos notable, atrae y retiene el talento internacional (del que se nutre y que explica su competitividad), y su mercado de trabajo crece muy rápidamente existiendo una peor disponibilidad relativa de trabajo cualificado que en España.

Singapur destaca en los rankings del Informe Pisa elaborado entre adolescentes (15 años): sería uno de los primeros países a escala mundial en Matemáticas, el segundo en el ranking (como los primos chinos de Shanghái, número 1 a escala mundial, en pp. 4 y 17 del Informe Pisa)<sup>968</sup>; en Habilidades de Lectura y Ciencias, ocuparía la 3ª posición; los estudiantes de Singapur serían "*resistentes*", en el sentido de exceder las expectativas puestas en ellos en función de sus determinantes socio económicos: Singapur ocuparía la cuarta posición en este ranking del PISA (pp. 12 y 19). Estos resultados cuadrarían con ideología de Lee Kuan Yew, "*padre de la patria*", ya que el avance de la Humanidad se debería a las matemáticas, y a aquellas personas duras, capaces de sobrevivir en ese país "*asediado*", siguiendo sus visiones impregnadas de eugenismo y darwinismo social: los más sanos; los más "*fuertes*", los más "*inteligentes*". Los singapurenses también contarían con unos chicos estupendos en la categoría de "*resolución de problemas*" (puzles; mecanos; cálculo de distancias de barcos y velocidad, suponemos), todo esto aparejado a las habilidades matemáticas; de lectura y ciencias (p. 30). También estarían entre los primeros a la hora de resolver "*problemas que requieran la comprensión, formulación o representación de nuevos conocimientos*", junto con los chicos de origen chino en los países de la Diáspora

---

<sup>968</sup> ANÓNIMO, "PISA 2012 Results in Focus What 15-year-olds know and what they can do with what they know", París, informe de la OCDE, 2014, 42 páginas, en < URL: <http://www.oecd.org/pisa/keyfindings/pisa-2012-results-overview.pdf>>, (accedido el 10.01.2015).

China y la RP China. Esto nos parece increíble, no sabiendo bien a qué se refieren con esto de la "novedad". Si se tratare de teléfonos de 4G, verdaderos doctores. Por lo demás, nos da la impresión de que se exagera, bastante. Estos buenos resultados, se habrían conseguido con un sistema bastante convencional, basado en exámenes de "*proporcione la respuesta correcta*", de tiza y pizarra y repeticiones constantes en clases con 40 alumnos, pero que en otros aspectos como los procesos complejos y el liderazgo, el desarrollo de los estudiantes singapurenses dejaría que desear. Los criterios serían bastante estrictos, típicamente chinos, de cartabón y mínima flexibilidad. En la maravillosa Biblioteca Nacional de Singapur, un edificio modernismo. existe una sección de Humanidades sobre países del ASEAN, repleta de monografías excelentes sobre Historia; Humanidades y Ciencias Sociales: aquí sólo encontramos a decenas de estudiantes de secundaria o de grado (casi ninguno era investigador), armados de ordenadores y calculadoras teléfono de última generación, produciendo números como buñuelos entre ecuaciones, generalmente financieras o de ingenierías. Es probable que los rankings denoten fortalezas mecánicas en tareas repetitivas (repetir es lo que se hace en los colegios chinos), y que no sería de extrañar que el sistema de benchmarks se orientara a las necesidades de la economía tradicional (procesos matemáticos industriales y financieros), empezando por ofrecer una buena imagen de Singapur en el exterior<sup>969</sup>, pero que esto no tiene que reflejarse en buena educación integral del sujeto: los resultados del PISA se han publicitado con enorme fanfarria en los medios de comunicación singapurenses. Lógicamente, estos serían unos chicos "*felices*", como dice el PISA, ocupando la 12ª posición en el ranking mundial entre más de 65 naciones (en España se ocuparía la posición 14ª, muy cerca), de estudiantes que dicen sentirse "*felices*" en sus institutos: el error de concepto parte de que si se le pregunta esto a un niño chino, sería de mala educación decir lo contrario. Esto es lo que se espera de ellos y no les está permitido el pensamiento crítico, rompería la "*armonía*" del grupo en términos asianistas. Nos alegramos mucho, aunque creemos que un chico "*feliz*" en Méjico, Suiza o el Reino Unido, de cualquier condición social, probablemente experimente un tipo de "*felicidad*" bastante más liberal y creativa que la del paternalismo singapurenses<sup>970</sup>.

Según Hack<sup>971</sup>, el sistema tradicional de educación singapurenses, responsable del éxito en el PISA desde los 90, valoraba la cohesión; la disciplina de la ciudadanía con énfasis en la "*lengua nativa*" para que Singapur pueda alcanzar todos los mercados asiáticos posibles con su fuerza de trabajo (en malayo, chino o indio). Pero sus estudiantes, no son los más adecuados para las necesidades de fuerza de trabajo de las industrias del conocimiento. Esto lleva al Gobierno de *Goh Chock Tong* a poner en marcha el programa "*Thinking Schools, Learning Nation*"<sup>972</sup>, y una serie de reformas del sistema educativo para adecuarlo al siglo XXI: como formación del profesorado, exámenes basados en respuestas complejas, explicación de procesos y no en "*proporcione la*

---

<sup>969</sup> O'NEILL, TAMARA, "Is Trust Failing?", conferencia en el Hospital de Aldenbrooke, Cambridge, Reino Unido, 3ª de la serie de las 4 Conferencias Reith de la BBC de 2002, audio y transcripción en <URL:

<http://www.bbc.co.uk/radio4/reith2002/lecture3.shtml>>. Sobre el concepto de "*control de responsabilidades inteligente*": la voluntad excesiva de los gobiernos de controlar a las instituciones, y como se defienden las mismas orientando sus resultados a lo que se espera de ellas (centrándose en benchmarks específicos y no en la calidad general).

<sup>970</sup> ANÓNIMO, "Testing education: Pisa envy. Research comparing educational achievement between countries is growing. Drawing conclusions from it is harder", *The Economist* (Londres), 19.01.2013, en <URL:

<http://www.economist.com/news/international/21569689-research-comparing-educational-achievement-between-countries-growing-drawing> >.

<sup>971</sup> Op. cit., HACK, CARL, pp. 364-367.

<sup>972</sup> GOH TOK CHONG, Singapur, Transcripción del discurso del Primer Ministro Goh Chok Tong, en la apertura de la 7ª Conferencia Internacional sobre Pensamiento en el centro de convenciones Suntec City de Singapur (ICOT), 02.06.2007, en la página del Ministerio de Educación, <URL: <http://www.moe.gov.sg/media/speeches/1997/020697.htm>>, (accedida el 19.01.2015).

*respuesta correcta*": por ejemplo, en Ciencias Sociales e Historia, se tendrían en cuenta las habilidades blandas para la investigación, la cooperación con otros estudiantes y la habilidad para presentar resultados como determinantes de los resultados de los exámenes. El interés lo estaría en fomentar la creatividad y la libertad de los estudiantes para desarrollar sus propios conocimientos. Una consideración holística, integral, del sujeto que tuviera en cuenta las actividades extra curriculares; los deportes, las habilidades y capacidades para el emprendimiento empresarial (cultura de la toma de riesgos); los deportes e incluso en el aprecio por el trabajo social<sup>973</sup>. Sin embargo esta voluntad de fomentar la creatividad tropezaría, paradójicamente con el interés gubernamental de controlarla por razones políticas: se fomentaría una cultura de la "toma de riesgos" entre los empresarios jóvenes, pero esta tendría que ser una "toma de riesgos responsable". Además, siempre según Hack<sup>974</sup>, en las Humanidades y Ciencias Sociales se seguiría fomentando que los profesores sugieran las respuestas "correctas", especialmente respecto a temas sensibles como fueran la moral; la nación; etnicidad, o cómo afrontar los problemas del Estado de Bienestar de Singapur. No se sabe como esto pueda contribuir a la reflexión; la libertad, la creatividad y la "toma de riesgos". Los singapurenses lo quieren todo, su modelo autoritario asianista y las ventajas que el modelo liberal occidental acarrea para las industrias de futuro: esta parece ser una contradicción insalvable. No sería demasiado aventurado clasificar al capitalismo de la Diáspora China, como un capitalismo nervioso (mucho dinero, muy rápido), a veces irreflexivo y puede que en algunos aspectos inmaduro.

El sector de la educación de postgrado en educación en escuelas negocios, o en ramos de ingeniería; medicina o profesiones de futuro, es bastante importante en Singapur, como atestigua que tanto el *INSEAD* francés<sup>975976</sup>, como la *Escuela de Negocios de la Universidad de Chicago* (EEUU), entre otras, ya hayan abierto campus o programas en inglés en Singapur. Otras americanas como la *Escuela de Artes Tisch de Nueva York*, y la *Escuela de Hostelería de la Universidad de Cornell* (EEUU), impartieron cursos graduado y Masters en Singapur. A parte del talento local, de las escuelas de negocios, la *Singapore Management University* y el *Singapore Institute of Management*, la Universidad Nacional de Singapur, es líder indiscutible entre las universidades públicas del Sudeste Asiático para bastantes disciplinas científicas.<sup>977</sup>. Aunque hay universidades extranjeras que han declinado la oferta de abrir campus en Singapur, luego no sería sólo el alto coste de la vida en Singapur, la variable en la que es muy competitiva la vecina Malasia en Educación Terciaria, lo que retraería el creciente sector educativo singapurenses con pretensiones de alcance internacional. De cualquier forma, existen dudas sobre el tipo de formación universitaria importada a Singapur de instituciones educativas occidentales: las escuelas de negocios; de tecnologías de la información y de cualquier área de conocimiento para ganar dinero, porque de eso se trata en Singapur. se basan en cursos de universidades occidentales pensados para las necesidades de países judeocristianos desarrollados, con entornos PESTLEC muy diferentes a los del Sudeste Asiático<sup>978</sup>. Como en Malasia<sup>979</sup>, sus contenidos no responden muchas veces a las necesidades de los

---

<sup>973</sup> Op. cit., HACK, CARL, pp. 360-364.

<sup>974</sup> Ibid., pp. 364-367.

<sup>975</sup> Op. cit., DENT, CHRISTOPHER M, 2002, p. 97.

<sup>976</sup> Op. cit., HACK, CARL, pp. 365-367.

<sup>977</sup> MONTLAKE, SIMON, "Singapore's Failing Bid for Brainpower", Hong Kong, Far Eastern Economic Review, octubre de 2007.

<sup>978</sup> ANÓNIMO, "Southeast Asian B-Schools' Western Tilt", en el blog de la consultora Asia Sentinel, 29.01.2013, en < URL: <http://www.asiasentinel.com/econ-business/southeast-asian-b-schools-western-tilt/>> (accedidos el 20.09.2014),



estudiantes singapurenses (o malasios y de otros países en desarrollo con problemáticas muy diferentes a las británicas, americanas o australianas), y suele haber una preferencia injustificada por todo lo proveniente de países anglosajones (la glorificación del "Manager", a lo *Bill Gates* o *Warren Buffet*, y la cultura popular del "triumfo" en las grandes EMs). Existen una variedad de ramos donde podría haber oportunidades para el sector educativo privado español en Singapur, más allá de la enseñanza en español, empezando escuelas de negocios al estilo del *Instituto de Empresa* o *ESADE*, el primero ya tienen delegado en la isla Estado. Sin embargo, no sabemos hasta qué punto el sesgo por todo lo americano o anglosajón pueda operar a favor de nuestras empresas en el ramo.

Para King (2008)<sup>980981</sup>, la productividad habría sido bastante baja en aquellos sectores de servicios que han liderado la expansión internacional de España (sobre todo en Iberoamérica) como son los bancos, las constructoras y los servicios de consumo (véase más adelante) de interés estratégico para España. Para el sector de la construcción, los plazos de entrega serían dos a cuatro veces más largos que en Australia y, aunque los costes de los materiales de construcción y la mano de obra fueran un 60% mayores en Australia y un 80% en EEUU en 1990, los costes de producción unitarios totales en Singapur serían del 5 al 15% mayores que en Australia y en los EEUU. El problema residiría en la escasez de mano de obra no cualificada y la falta de planificación; formación, organización y habilidades constructivas. Además, King resalta los bajos sueldos el mal trato recibido por la mano de obra inmigrante de origen asiático por los supervisores chinos (como en Malasia) y a su baja cualificación. Los malos tratos a los inmigrantes redundarían en la baja productividad, culpabilizados injustamente de retrasos y calidades (posible racismo malasio y singapurenses). Entendemos como King<sup>982</sup>, que los singapurenses "no se mancharían las manos" en trabajos 3D (duros; sucios; peligrosos o delicados), ya que Singapur, como Malasia sería un país con "exceso de generales" y "escasez de sargentos". El esnobismo; el clasismo; el trato jerárquico al subordinado, de origen colonial, es un grave impedimento para la productividad del trabajo. Con estas relaciones laborales, se multiplicarían los errores en los procesos, que en buena lógica asianista son bastante difíciles de corregir: como bien indica *Siew Yue Chia*<sup>983</sup>, el futuro de Singapur pasa por los aumentos de productividad para realizar esos trabajos que los singapurenses denuestan, reduciendo la inmigración de países menos desarrollados del entorno geográfico. Por tanto, puede que haya grandes oportunidades para las empresas españolas de servicios gestionando mejor la hostelería, hoteles y comercio al por menor, y quizá en la construcción. Estos son sectores donde la franquicia y la empresa española es muy competitiva, y quizá en determinados nichos de los servicios a los negocios intensivos en trabajo cualificado, dado el exceso relativo de capital humano de buena calidad de alta cualificación y en el paro en España 2015. Para el Fondo Monetario Internacional (2013)<sup>984</sup>, Singapur todavía anda muy lejos de los EEUU, en términos de la productividad del trabajo en estos sectores: Singapur sólo alcanzaría el 20% de los niveles de

---

<sup>979</sup> Fuente: Experiencia del doctorando como Profesor de Marketing Estratégico, para el MBA de la Universidad de Derby, Reino Unido, en el Olympia College de Malasia, 2009.

<sup>980</sup> Op. cit., KING, RODNEY, 2008, pp. 50-54.

<sup>981</sup> Ibid., 2008, p. 109.

<sup>982</sup> Ibid., 2008, pp. 104-105.

<sup>983</sup> SIOU YUE CHIA, "Foreign Labor in Singapore: Rationale, Policies, Impacts, and Issues", Makati, Manila Metropolitana, Filipinas, *Philippine Journal of Development*, n° 70, primer y segundo semestres de 2011, vol. XXXVIII, números 1 y 2, disponible en < URL: <http://dirp4.pids.gov.ph/webportal/CDN/PUBLICATIONS/pidspjd11-singapore.pdf>>, (accedido el 05.08.2015).

<sup>984</sup> DEPARTAMENTO DE ASIA y PACÍFICO, "Singapore Selected Issues, November, 2013", informe periódico sobre la situación económica de Singapur al cuidado de Rachel van Elkan, Washington, Fondo Monetario Internacional, 25.10.2013, 10 páginas, pp. 1-4.

productividad media por trabajador de los EEUU en el ramo de la construcción<sup>985</sup>; el 50% en los servicios y el 60% en hoteles y restaurantes. La productividad de las empresas del sector de industrias de la alimentación tb. sería baja con relación a EEUU (una oportunidad para España). La calidad de los productos malasio-singaporenses en este sector es baja, luego es posible existan posibilidades para ciertos segmentos muy competitivos de la oferta española. Sin embargo, Singapur sería extraordinariamente productivo en sectores del clúster de exportación en: la electrónica; las industrias químicas, petrolíferas y de ordenadores, muy por encima de los EEUU, posiblemente por economías de escala, al concentrar la producción en pocos ramos de actividad con niveles de producción masiva y altas inversiones en capital. La oportunidad para España, en los sectores con mano de obra no cualificada, sería gestionar a la fuerza de trabajo inmigrante con mayor inteligencia y mayor respeto, pues estos son sectores con altas tasas de renuncia: se llega a perder hasta la mitad de su fuerza de trabajo todos los años (véase Tabla 16), con un impacto lógico en la calidad y la productividad del servicio. Por otra parte, la poca transparencia la que apunta Rodan<sup>986</sup> en las instituciones públicas singaporenses sobre contratos y empresas públicas, en principio no parece determinar un entorno favorable para los sectores punteros españoles de infraestructuras y construcción, aunque no contamos con datos suficientes al respecto.

Para King<sup>987</sup>, los directores de empresa serían "*poco comunicativos; burocráticos y desagradecidos*", ya que las "*habilidades blandas*" para motivar, sacar partido o reciclar a los empleados cualificados, no abundan entre los chinos de la Diáspora a ambos lados de la frontera con Malasia<sup>988</sup>. No habría ni demasiado futuro, ni demasiadas oportunidades para los trabajadores en unas empresas en las que están constantemente supervisados. El paternalismo jerárquico singaporense definiría un entorno de jefes poco preparados para la gestión (*sin habilidades blandas*), de trabajadores constantemente supervisados sin autonomía para pensar o tomar sus propias decisiones (*cultura de baja confianza*). Estas son pautas opuestas a las nuevas necesidades laborales de la Economía del Conocimiento en la última década: ante la aparición de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación serían precisos profesionales jóvenes altamente preparados, capaces de trabajar con gran rapidez, flexibilidad y autonomía en entornos de hipercompetencia. Otros aspectos funcionales serían la falta de flexibilidad a la hora de ajustar jornadas y horarios de trabajo, trabajo compartido y otras modalidades. Otro hándicap para una buena gestión sería la escasa o nula tolerancia al fracaso y la bancarrota, verdadero estigma entre tanto chinos singaporenses como malasios<sup>989</sup>, propio de una cultura de pioneros, de emigrantes supervivientes en tierra hostil: no sólo consiste en ser un buen ciudadano, es mejor parecerlo y la salud financiera de la familia es lo primero. Adicionalmente, otro aspecto que determinaría la aversión al riesgo de montar pequeñas empresas serían los altos sueldos de las EMs y las EREs, lo que pueda estar cambiando, por el

---

<sup>985</sup> ANÓNIMO, "Labour shortage, low productivity may delay building of new flats", Singapur, en el sitio web de Channel News Asia, televisión internacional pública del Gobierno de Singapur, 08.01.2013, en (accedido el 17.01.2015) < URL: <http://www.channelnewsasia.com/news/singapore/singaporelocalnews/labour-shortage--low-productivity-may-delay-building-of-new-flats/553990.html> >.

<sup>986</sup> Op. cit., RODAN, GARY, 2005, pp. 173-187.

<sup>987</sup> Op. cit., KING, RODNEY, 2008, 104-105.

<sup>988</sup> B. H. TAN, "The Hard Case for Soft Business Skills", *Business Times* (Singapur, 19.02.2004), y experiencia del autor como becario ICEX en la Oficina Comercial de España en Malasia, bajo las órdenes de chinos malasios.

<sup>989</sup> Op. cit., HACK, CARL, 2010, pp. 358-359 y op. cit., KING RODNEY, 2008, p. 99.

exceso de licenciados en los mercados de trabajo y la presión a la baja sobre los sueldos de los trabajadores de cuello blanco<sup>990</sup>.

Tabla 16<sup>991</sup>

Tasas de renuncia al empleo mensuales/anuales en Singapur en sectores seleccionados

SECTOR ECONÓMICO	Porcentaje de la fuerza de trabajo		
	2005 mensual	2010 mensual	2010 anual
<b>TOTAL</b>	2.1	2	24
<i>Total de sectores industriales</i>	1.6	1.5	18
<b>Construcción</b>	1.8	1.8	<b>21.6</b>
<i>Total de sectores de servicios</i>	2.4	2.3	27.6
<b>Por sector de servicios:</b>			
<i>Comercio al por mayor y al por menor</i>	2.7	2.9	<b>34.8</b>
<i>Transporte y almacenamiento</i>	1.3	1.6	19.2
<i>Hoteles y restaurantes</i>	4.4	4.1	<b>49.2</b>
<i>TI y Telecomunicaciones</i>	2	2.1	25.2
<i>Servicios financieros</i>	1.7	1.6	19.2
<i>Servicios inmobiliarios</i>	3.3	3.3	39.6
<i>Servicios profesionales</i>	2.2	1.9	22.8
<i>Servicios administrativos y de apoyo</i>	3.5	4.1	<b>49.2</b>
<i>Servicios sociales, personales y comunitarios</i>	1.8	1.2	14.4
<i>Otros</i>	2.7	1.6	19.2

Fuente: Elaboración propia y Anuario de Estadísticas sobre la Fuerza de Trabajo, del Ministerio de Trabajo de Singapur, 2012 (tabla D1)

La gestión deficiente se correspondería, como en Malasia, en una falta de compromiso, lealtad y bastante indiferencia de los trabajadores, quizá una de las pocas respuestas pacíficas de aquellos en lo más bajo de la pirámide social a la injusticia percibida en el entorno cultural asianista, donde no se les puede reprender en público: se les haría perder la "face", pues se impone la paz, la armonía forzosa en culturas empresariales de baja confianza<sup>992</sup>. Todos estos factores derivarían, según King<sup>993</sup>, en las altas tasas de dimisiones y cambios de empleo entre los trabajadores en la economía en general, mucho más altas en los servicios, como sustituto a unos derechos sindicales o unas condiciones poco satisfactorias en el trabajo. "¿Cuál es el factor definitivo de destrucción de la productividad?", se pregunta Wendy Tan<sup>994</sup>. Su propia respuesta no se deja esperar: "El factor definitivo de destrucción de la productividad es cuando uno de nuestros mejores empleados nos abandona". Ni los problemas de maquinaria ni los de la tecnología no serían los más importantes. La tasa mensual de renuncias al empleo en el sector servicios en Singapur habría sido del 3.2% de la fuerza de trabajo para el primer trimestre en 1997 (un 38.4% de toda la plantilla perdida, en todo el año); y aunque la situación haya mejorado bastante en

<sup>990</sup> TAN, WENDY, "The Ultimate Killer of Productivity in Singapore", *Singapore Business Review*, (Singapur, 06.03.2013), en: < URL: <http://sbr.com.sg/hr-education/commentary/ultimate-killer-productivity-in-singapore> >, (accedido el 17.01.2015).

<sup>991</sup> Fuente: Elaboración propia en base al Anuario de Estadísticas sobre la Fuerza de Trabajo, Ministerio de Trabajo de Singapur, 2012. p. 6., tabla D1.

<sup>992</sup> Véase el epígrafe III.2.1, para una explicación detallada del concepto de "face" (las apariencias en Asia lo son todo).

<sup>993</sup> Op. cit., KING, RODNEY, 2008, p. 110.

<sup>994</sup> Ibid. TAN, WENDY, 06.03.2013.

2005, esta habría sido un 25,2% anual; y en 2010 un 24% (casi el 49% en la hostelería)<sup>995</sup> (véase Tabla 16). Con estas tasas de baja retención del talento (que contradicen los resultados publicitados por el IMD), es bastante probable que se reclute a las personas más adecuadas para cada puesto: los empleados dimiten, no maduran, no crecen en sus empleos (ni contribuyen a las curvas de aprendizaje), sobre todo en los servicios<sup>996</sup>, lo que tendría impactos en la productividad. Esto es posible dada la inusual situación de pleno empleo, y la abundancia de trabajos en el mercado singapurense en las dos últimas décadas (2.5% en 1990; 4.5% en 2004 y en torno al 2% en 2011<sup>997</sup>): el trabajador estaría evitando todo tipo de conflicto creativo con la dirección, en buena línea cultural asianista, cambiando de trabajo<sup>998</sup>.

De cualquier modo, si bien Singapur pueda ser a veces productivo y eficaz en la provisión de algunos servicios, otra cosa muy distinta es los estándares de calidad<sup>999</sup>. Los servicios al consumidor, cada vez más importantes en la economía singapurense, dejan bastante que desear. Existe una gran distancia entre los altos precios y las bajas calidades: hoteles de cuatro estrellas en congresos<sup>1000</sup> (mediocres, y los baratos, de mucha peor calidad), y restaurantes (abundan los experimentos gastronómicos costosísimos tanto para el bolsillo como para el estómago). Los taxis son baratos, pero se suelen ver estropeados o conducidos por septuagenarios y con sueldos bajos y jornadas de 12 horas: antiguamente nadie se bajaba del taxi para ayudar al viajero a meter sus maletas pesadas en el maletero en el aeropuerto<sup>1001</sup>, y acabar en distinto lugar de aquel al que se quiere ir no es extraño<sup>1002</sup>, con el móvil y la dirección en la mano. Todos estos son servicios esenciales en un centro turístico, financiero y comercial internacional como es Singapur. Las cifras del sector turístico en Singapur son impresionantes: en 2013 fueron más de 15 millones de visitantes; los ingresos rondaron 20795 millones de US\$ (quintuplicándose desde 1999, cuando ya suponían 5930 millones de dólares, el segundo mercado a escala regional después de Tailandia<sup>1003</sup>), pernoctando 52 millones de días; el precio medio por noche de hotel se situó en torno a los 201 US\$, y el rendimiento medio por habitación, de tamaños minúsculos, fueron unos 2237US\$ con una tasa de ocupación del 86%<sup>1004</sup>. Todos los indicadores han experimentado crecimientos impresionantes en la última década, pero la estancia media no supera los 3.48 días por turista: son viajes cortos, de paso. Singapur es carísimo, desde una pinta de cerveza a un menú del día. ¿Es Singapur el "Londres" del Sudeste Asiático? Si los precios son tan altos y los sueldos son bajos los beneficios son ¿lógicamente, enormes? No estamos seguros, dada la baja productividad del trabajo y los demás altos costes de producción. En suma, la mala gestión de los sectores complementarios al creciente turismo (hostelería y hoteles), caro y de calidad mediocre, pueda ser una oportunidad para empresas españolas.

---

<sup>995</sup> Fuente: Anuario de Estadísticas sobre la Fuerza de Trabajo, Ministerio de Trabajo de Singapur, 2012.

<sup>996</sup> Op. cit., KING, RODNEY, 2008, p. 111.

<sup>997</sup> Fuente: Departamento de Estadísticas de Singapur, 2012.

<sup>998</sup> Op. cit. KING, RODNEY, 2008, p. 112.

<sup>999</sup> Ibid., 2008, pp. 57-59.

<sup>1000</sup> Véase la página Web de "*Trypadvisor*" sobre hoteles de Singapur. En nuestra experiencia en la región, incluyendo a Hong Kong y Macao, la relación calidad precio de hoteles y restaurantes del segmento medio en Singapur es la peor de todo el Sudeste Asiático. Sólo leer las críticas (sección "*terrible*") de los huéspedes de hoteles singapurenses, en <URL: <http://www.tripadvisor.com.my/Hotels-g294265-Singapore-Hotels.html>>, (accedida el 27.12.2014).

<sup>1001</sup> Op. cit., KING, RODNEY, 2008, p. 58.

<sup>1002</sup> Ibid., 2008, p. 80.

<sup>1003</sup> Op. cit., OOI GIOK LING, 2011, p. 337.

<sup>1004</sup> Fuente: "Annual Report on Tourism Statistics 2013", anuario estadístico del Departamento de Turismo de Singapur (Singapur Tourism Board), 2014, 74 páginas. p. 1: Se trata sobre todo de viajes cortos de negocios, aunque se han fomentado los viajes en pareja y familiares.

La promoción de la imagen país y el Marketing empresarial son factores de éxito de la ciudad Estado. Estas son actividades en las que los chinos singapurenses destacan, complementando sus habilidades en la gestión del capital financiero o inmobiliario. Entendemos que esta es una promoción orientada a los países asiáticos (los de etnias chinas, fundamentalmente): en Occidente cuando la imagen que se ofrece de la situación económica y de la calidad y competitividad de país no se corresponde con las calidades y cualidades objetivas del mismo, probablemente estaríamos ante una mala "gestión de la reputación". La dimensión de la percepción de los bienes y servicios ofrecidos sería determinante a la hora de conformar la imagen económica de un país en modelos como el *Country Rep Trak*. Por otra parte, si en la oferta de servicios singapurenses no se alcanzan altos estándares de calidad, debe haber otras motivaciones que justifiquen la alta consideración que los ciudadanos asiáticos tienen por los bienes y servicios que consumen en Singapur a altos precios. Si en Occidente no se puede al ofrecer al consumidor bajas calidades por precios estratosféricos, en Singapur no parece ser la calidad el determinante fundamental en la conducta del consumidor. Ni Malasia ni Singapur son países donde la calidad de los servicios sea algo que parezca preocupar especialmente a los consumidores: entendemos que no son ni países de gourmets; ni de "connoisseurs", ni de ningún galicismo que indique sutileza, gusto o apreciación de la calidad (lo que también es una oportunidad para nuestras de productos españoles de lujo y delicatessen en las gamas de altas calidades por precios medios). En Singapur, a pie de calle no se respetan demasiados protocolos ni hay una tradición de cortesía o buenas formas como Tailandia o Japón (a no ser que se trate de ganar dinero, entonces aparece la alfombra roja). Aunque Malasia sea más protocolaria que Singapur, entendemos se trata de gentes bien formadas para ganarse la vida, pero mal preparadas para disfrutar de ella. Tampoco son países donde los clientes sean demasiado agradecidos: los chinos singapurenses, como los malasios en el Valle de Klang, son altamente pragmáticos y cada vez más nihilistas, y pueden llegar a ser bastante desagradables y poco amistosos con relación a camareros; empleados de hoteles o centros de ocio: Encontramos pues dos posibles explicaciones para la mala calidad de los servicios: Por una parte, los bajísimos sueldos del sector servicios (836 Euros en establecimientos comerciales en 2004, en la ciudad más cara del mundo) y las largas jornadas de trabajo, lógicamente no son atractivas<sup>1005</sup> y son determinantes de la mala calidad en los servicios. Por la otra, Singapur es un país de los menos igualitarios del planeta, donde la dignidad del hombre no está en servir sino en ser servido; el estatus social, el dinero y las apariencias lo son todo y la atención recibida por el cliente depende del nivel social percibido<sup>1006</sup>: la calidad no es el determinante de las compras, como en otros grandes centros financieros mundiales lo son las apariencias, pero de una forma específicamente oriental. No extraña pues que Singapur sea uno de los mejores mercados globales para la banca de "generales", la banca personal, o de personas afluentes. La ciudad tendría el aura de un enorme "muestrario", una pieza clave en el engranaje del comercio internacional pues de esta parte de Asia, donde se gana mucho dinero. Los demás factores de orden cultural, variantes explicativas de los problemas de productividad y calidad en los servicios en Malasia y Singapur, se exponen en el epígrafe III.3.

Con respecto a la distribución comercial al por menor: Los empleados no conocen los productos que venden, lo que causa miles de malentendidos; los niveles de inglés, como en Malasia, son muy bajos en este

---

<sup>1005</sup> ANÓNIMO, "When will service standards in Singapore improve?", Singapur, artículo en la página del Instituto de Administración de Empresas de Singapur (Singapore Institute of Management), 02.09.2014, en < URL: <http://www.smu.edu.sg/perspectives/2012/06/26/when-will-service-standards-singapore-improve#.VK0EcCuUdV>; >, (accedido el 03.11.2015).

<sup>1006</sup> Op. cit. KING, RODNEY, 2008, pp. 59-61.

sector, especialmente entre emigrantes, lo que apunta a problemas a nivel de formación. Como en Malasia, protestar es un ejercicio generalmente inútil: en buena línea asianista ante una metedura de pata del empleado se culpa al cliente por protestar; cuando no hay indiferencia ante el cliente y ante la ineficacia, como si no estuviera ahí (quejarse son "malas formas"), y la más mínima crítica se entiende como ataque a la persona (el empleado pierde la "face"). No extraña pues que en los cines se llegue a cortar las películas antes de acabar; en los libros publicados en Singapur en inglés hayamos encontrado, como King, múltiples errores gramaticales, y los electricistas o fontaneros serían tan ineficaces como los de Malasia, entre otros pequeños desastres cotidianos<sup>1007</sup>. El otro problema es la escasa fiabilidad de las estadísticas del Gobierno de Singapur: Para King y *Asia Sentinel*, la objetividad no sería un concepto demasiado importante en el mundo de los negocios de la Diáspora China<sup>1008</sup>, el dinero lo puede todo. El secretismo y opacidad singapurense se arbitraría a través de *La Ley de Secretos Oficiales*, impidiendo un control de la calidad de los datos. Si los datos oficiales no fueran fiables, los informes "triumfalistas" sobre el "milagro singapurense" que se basan en los mismos, como los del IMD y el WEF, se basarían en arenas movedizas: aunque la economía haya avanzado bastante, también nos podríamos encontrar exageraciones estadísticas para promover la marca país<sup>1009</sup>. En la Tabla 17, que incluye estadísticas de la productividad del trabajo de Singapur, se pueden observar variaciones bruscas, inexplicables: en 2010 la productividad habría subido un 24%, en las industrias productoras de bienes y un 11% en toda la economía (¿esteroides de última generación en dosis única?) compensando, casi exactamente, las grandes pérdidas productividad de los dos años anteriores: con ese año "excepcional" se habrían compensado las pérdidas de los anteriores. Las críticas al Departamento de Estadística son frecuentes. King titula el capítulo 20 de su libro "*Mentiras, malditas mentiras y estadísticas del Gobierno de Singapur*". La consultora *Asia Sentinel* apunta a las variaciones increíbles en las estadísticas la producción industrial singapurense por trimestres, que dieran la impresión de "*estar montados en una montaña rusa*"<sup>1010</sup>, en la Tabla 18. Las estadísticas serían liberadas de forma estratégica y coyuntural, manipuladas para responder a los intereses gubernamentales en cada momento. Habría dudas sobre del IPC: la inflación parece moverse entre el 2 y el 3%, según el Gobierno, pero cada vez que se vuelve a Singapur los precios son más altos y no parece cuadrar, más allá de la evolución del tipo de cambio; también las habría sobre el coste de la vivienda; alquileres; desigualdad y curva de Gini, y sobre las de la Balanza de Pagos. King también habla de posibles manipulaciones en las tasas de infectados de SIDA<sup>1011</sup> y de drogodependientes, que serían extraordinariamente bajas. La rentabilidad del floreciente sector financiero, dotado de un excelente sistema legal y judicial, e infraestructuras tecnológicas, también sería un grave problema. Existirían condicionamientos macroeconómicos: Para Rodan las enormes tasas de ahorro forzoso del CPF habrían distorsionado los precios del capital<sup>1012</sup>, por no hablar de los rendimientos bajísimos del fondo del orden del 2.1% en 2013, lo que despertaría críticas entre los pensionistas singapurense: Rodan apunta

---

<sup>1007</sup> Op. Cit., KING, RODNEY, 2008, pp. 58-62 y pp. 83-84.

<sup>1008</sup> Véase el epígrafe III.7.2, para una explicación detallada: "La ley de los hombres" prevalece frente al Imperio de la Ley.

<sup>1009</sup> Op. cit., KING, RODNEY, 2008, pp. 245- 258 y pp. 260-269.

<sup>1010</sup> ANÓNIMO, "Numbers Oddity in S'pore", Hong Kong, en el sitio web de la consultora Asia Sentinel, en < URL: <http://www.asiasentinel.com/econ-business/numbers-oddity-in-spore/> > (accedidos el 15.01.2015).

<sup>1011</sup> LUM, SELINA, "Court of Appeal rules that Section 377A that criminalises sex between men is constitutional", *Straits Times* (Singapur), 29.10.2014, en < URL: <http://www.straitstimes.com/news/singapore/courts-crime/story/court-appeal-rules-section-377a-criminalises-sex-between-men-const>>.

<sup>1012</sup> RODAN, GARY, "Singapore's Vaunted CPF under Fire", en el Blog Asia Sentinel Consulting, 08.09.2014, (accedido el día después de la fecha), en < URL: <http://www.asiasentinel.com/econ-business/singapore-central-provident-fund-under-fire/> > (accedidos el 22.11.2014).

a que muchos pensionistas no creen que lo ahorrado forzosamente en el CPF vaya a cubrir los gastos necesarios para sobrevivir la vejez (Tablas 9 y 10).

Tabla 17<sup>1013</sup>

Evolución de la tasa de crecimiento de la productividad del trabajo en Singapur 2003- 2012

Industria (SSIC 2010)	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	MED
TOTAL <sup>1014</sup>	5.9	7.4	2.9	1.9	0.3	<u>-7.3</u>	<u>-3.4</u>	<u>11.1</u>	1.3	-2.6	
<b>Total<sup>1015</sup></b> (Excluyendo la Construcción)	5.2	7.1	2.7	2.1	0.5	<u>-6.6</u>	<u>-2.9</u>	<u>11.6</u>	1.1	-2.2	
<b>Industrias de producción de bienes<sup>2</sup></b>	7.0	10.0	3.3	2.8	-3.4	<u>-12.4</u>	<u>-2.3</u>	<u>24.5</u>	6.0	-3.2	
Manufacturas	5.5	9.5	2.5	3.5	-3.5	-11.2	1.5	32.2	7.9	-1.4	
Construcción	1.5	-0.4	-0.1	-3.6	3.7	-1.2	4.2	0.5	3.3	-0.2	
<b>Industrias productoras de servicios<sup>2</sup></b>	5.6	6.3	3.2	1.7	1.8	-3.5	-4.1	<u>6.1</u>	-0.4	-2.4	
Comercio al por menor y al por mayor	12.5	15.1	6.0	4.6	2.2	-1.2	-5.6	11.0	-2.0	-3.5	
Transporte y logística	-1.8	11.0	3.2	1.1	7.0	-2.1	-10.1	5.2	0.2	-0.8	
Hoteles y restaurantes	-11.1	7.4	5.1	-1.0	-5.3	-8.8	-5.8	9.2	2.2	-1.0	
Tecnologías de la información	9.8	7.2	2.0	-4.1	-3.5	-1.4	-0.4	1.0	-6.7	-0.7	
Servicios financieros y aseguradoras	18.9	1.2	1.1	4.5	0.1	-7.2	-0.4	5.6	1.3	-3.7	
Servicios a los negocios	0.3	-1.2	0.9	0.3	2.4	-4.7	-1.6	2.1	-2.4	-1.0	
Otras industrias de servicios	-0.3	2.2	0.8	-1.9	-2.4	-4.4	-0.1	8.4	2.2	-3.3	

Fuente: Anuario de estadísticas de la fuerza de trabajo de Singapur, 2011, Tabla 1.1

Tabla 18

Variación trimestral de la producción industrial singapurense, 2010-2011

Enero-Marzo	2010 sube	<b>+ 170.5%</b>
Abril-junio	2010 sube	+ 79.2 %
Julio-septiembre	2010 baja	<b>- 48.5%</b>
Octubre-diciembre	2010 sube	+ 0.7%
Enero- marzo	2011 sube	+ 80.2%

Fuente: "Numbers Oddity in S'pore", Hong Kong, en el sitio web de la consultora Asia Sentinel, en < URL: <http://www.asiasentinel.com/econ-business/numbers-oddity-in-spore/> > (accedidos el 15.01.2015).

<sup>1013</sup> Fuente: Anuario de estadísticas de la fuerza de trabajo de Singapur, 2011, Tabla 1.1, Departamento de Estadísticas e Investigación sobre la Fuerza de Trabajo, Ministerio de Trabajo.

<sup>1014</sup> Nota: las tasas de crecimiento se basan en estadísticas de PIB a precios de mercado en 2005.

<sup>1015</sup> Véase la nota anterior.

Las altísimas tasas de ahorro se concretarían en rendimientos de los activos financieros corporativos (acciones, bonos en empresas) artificialmente más bajos que en los países desarrollados occidentales (aquí King<sup>1016</sup> coincide con Studwell<sup>1017</sup>, véanse otra vez las tablas 9 y 10 en el epígrafe I.2.6). En suma, utilizando como referencia la Tasa de Retorno de la Inversión (ROC)<sup>1018</sup> en empresas en el año 2000, las inversiones de Singapur (rentabilidad de menos del 4%) en el año 2000 habrían sido, como media, bastante menos rentables que las realizadas en EEUU (15.95%) y en Corea (12.2%), o en países de la misma Diáspora China como Taiwán (11.28%) y Hong Kong (11.59%). Utilizando la Tasa de Rentabilidad Financiera (ROE)<sup>1019</sup>, las firmas extranjeras en Singapur habrían alcanzado una rentabilidad del 17%, frente a las singapurenses, en torno al 11% en 1998, aunque lo más probable es que estas diferencias se hayan reducido desde entonces. Singapur habría remunerado su capital de forma bastante menos generosa que Hong Kong: mientras que en Hong Kong la tasa de rentabilidad en términos reales (descontada la inflación al tipo de interés o dividendo nominal en porcentaje por activo) habría alcanzado una media del 9.1% de 1999 a 2003, en Singapur no habría superado el 3.1%. Probablemente esto se pueda explicar en términos culturales, el trabajador singapurenses (o el malasio) probablemente trabaje con mucha menor libertad e independencia (pensar por sí mismos, generar ideas creativas e innovadoras), reciba órdenes sin cuestionarlas, y muestre menor motivación y optimismo que el cantonés (Hong Kong) en un entorno económico más maduro y/o con menos oportunidades, o que aquellos de Shanghái<sup>1020</sup> en la RP China. La propensión a la toma de riesgos y la innovación en el entorno económico propicio, liberal, del "laissez faire" de Hong Kong, frente al dirigismo en materia de política económica de Singapur y su impacto en las PYMEs pueda ser otra explicación. En Singapur, se da lo contrario: todas las esferas de la vida personal y empresarial parecen estar fuertemente reguladas y encorsetadas, y todos los riesgos controlados<sup>1021</sup>.

Singapur tiene toda la apariencia de un paraíso fiscal<sup>10221023</sup> en la esfera asiática, más allá de las protestas del Gobierno de Singapur al respecto. Según *The Economist*, este sería un país donde se hacen pocas preguntas de donde viene el dinero, cuya política fiscal suscita bastantes resquemores en la Unión Europea, aunque la misma Unión no le incluya en su lista negra de paraísos fiscales y la inclusión en las diferentes listas negras no parezca haber dañado significativamente a los paraísos<sup>1024</sup>. Sus altos niveles de renta per cápita se corresponden con los de paraísos como Mónaco; las Islas Jersey, Bermuda o Mónaco con niveles desde los 60 a

<sup>1016</sup> Op. cit., KING, RODNEY, 2008, pp. 56-57.

<sup>1017</sup> Op. cit., STUDWELL, JOE, 2007, pp. 109-112, pp.121-122 y p. 219 (tablas).

<sup>1018</sup> Nota: La ROC en balances sería = Beneficio Después de Impuestos / (Valor de la Inversión = (Pasivos + Fondos Propios (Capital y Reservas) - Dinero en Efectivo)).

<sup>1019</sup> Nota: La ROE en balances sería = Beneficio Después de Impuestos / Fondos Propios (Capital y Reservas).

<sup>1020</sup> Fuente: Experiencia personal del doctorando en varios viajes a Hong Kong, y estancia de un año en la provincia de Zhejiang y la ciudad de Shanghái en la R.P China, 2002-2003.

<sup>1021</sup> Op. cit. KING, RODNEY, 2008, pp. 40-41.

<sup>1022</sup> HINES, JAMES R JR., "Treasure Islands", Pittsburgh, Pensilvania, EEUU, *Journal of Economic Perspectives*, volumen 24, nº 4, otoño de 2010, en pp. 103-125. Disponible en la base de datos Proquest.

<sup>1023</sup> Nota: HESSE, MARTIN, "Dirty Money: Will Singapore Clean Up Its Act?", edición online de Die Spiegel, *Speigel Online International* (Hamburgo y Berlín), 01.11.2013; MURAD, ANDREA, "Resisting the tax haven siren", *BBC Capital* (Londres), 02.08.2013, en <URL: <http://www.bbc.com/capital/story/20130801-tax-haven-tango>>, y MURPHY RICHARD, "World's Best Tax Havens", revista *Forbes* (Nueva York), 07.06.2010, en <URL: <http://www.forbes.com/2010/07/06/tax-havens-delaware-bermuda-markets-singapore-belgium.html>>, y R.C., "Singapore: full disclosure", *The Economist* (Londres), 17.09.2012, en <URL: <http://www.economist.com/blogs/schumpeter/2012/10/singapore>>, (accedidos el 02.01.2015)

<sup>1024</sup> KUDRLE, ROBERT THOMAS, "Did blacklisting hurt the tax havens", Londres, Editorial Emerald, *Journal of Money Laundering Control*, tomo 12, nº 1, 2009, pp. 33-49. Disponible en la base de datos Proquest.



los 80 mil dólares en 2013<sup>1025</sup>. Esto trae consigo industrias complementarias. Por ejemplos: la construcción de apartamentos, así como el turismo de lujo o turismo médico (sector dañado por la crisis de 1997 a 2004, pero que hoy son un negocio enorme, con casi 700000 pacientes en 2010<sup>1026</sup>). Lógicamente, todos estos sectores, desde las tiendas de delicatessen a las agencias de viaje especializadas, dependen de las ventajas fiscales que Singapur otorga a grandes corporaciones y a la pléyade de millonarios, una gran parte ciudadanos de la RP China, que aparquen sus capitales en la Isla Estado para evadir impuestos en los países desarrollados. Los altos costes de producción también son un problema para el sector del turismo médico y de educación terciaria singapurenses, donde Malasia y Tailandia ya son potencias globales y competencia directa (que puedan ser oportunidades para grupos privados españoles de suministros, farmacéuticas o gestión de hospitales). Esta situación refuerza la percepción de artificialidad en el desarrollo económico singapurense por su excelente situación geográfica, y no por contar con una gran tecnología propia; a costa de los estados de bienestar de los países desarrollados, por los capitales que afloran al paraíso fiscal de Singapur no son tasados en occidente; por la seguridad jurídica; la política; la personal, y la militar por su situación estratégica en el comercio mundial. Está por ver que en China se respeten los derechos de propiedad de la naciente burguesía o que la economía se estabilice, y como en las vecinas Malasia e Indonesia, las comunidades chinas de la Diáspora han sufrido todo tipo de discriminaciones e incluso persecuciones. En suma, Singapur, aparte de paraíso fiscal, es "*isla refugio*" para la Diáspora China<sup>1027</sup>.

Lógicamente, el futuro de esas industrias "*de lujo*", está condicionado por esas situaciones si no artificiales, cuando menos especiales. Los ciclos de la economía mundial les afectan: la crisis mundial de 2008, habría atraído a grandes volúmenes de inversión extranjera en Singapur como "refugio" y paraíso fiscal, especialmente tras las medidas del Gobierno Obama para forzar la suspensión del secreto bancario en Suiza, y la política monetaria expansiva de bajos tipos de interés en Europa y EEUU. Esto se habría arbitrado a través de operaciones de "*carry trade*"<sup>1028</sup>, un negocio redondo, seguro y de muy bajo riesgo en Singapur. Utilizamos un ejemplo para explicarlo: un millonario se endeuda en euros en Alemania a tipos de interés por debajo del 1% y aparca sus capitales en bonos de empresas sólidas por el 3% en Singapur. Esta coyuntura, los incentivos fiscales y el tipo de operaciones propugnaron una subida meteórica tanto en la entrada de capitales en Singapur, así como de la inversión en propiedades inmobiliarias de lujo para millonarios (condominios). Los índices precios de las viviendas residenciales de 2006 habrían registrado una subida enorme y súbita: de 2006 (nivel 120 del índice) a 2008 (sube hasta rallar los 180), y una caída drástica hasta finales de 2009 (baja hasta los 135), para luego repuntar hasta 2014 (cuando alcanza los 210). Los índices de precios de la propiedad para usos industriales también habrían subido fuertemente de 2011 (nivel 144), hasta 2013 (nivel 194). En 2014 el

---

<sup>1026</sup> Op. cit., H.H. TAN, AGUSTINE, pp. 23 y 36-37. Véanse tb., KHOO, LESLIE, "Trends in Foreign Patient Admission in Singapore", nota informativa del Ministerio de Salud de Singapur, 2003, nº1, 5 páginas, disponible en la página Web del Ministerio de Salud de Singapur, en <URL: <http://www.moh.gov.sg>>, (accedida el 02.02.2015), y SU TYE CHUA y CHER YIN POH (analistas), "Singapore Healthcare Sector", Singapur, estudio de mercado del banco Credit Suisse sobre el sector hospitalario en Singapur, 08.01.2008, 44 páginas, p.2.

<sup>1027</sup> Véase el epígrafe I.4.1, para una definición exhaustiva de a qué nos referimos al hablar de Diáspora China.

<sup>1028</sup> KARUNUNGAN, LILIAN y THAKUR, POOJA, "Singapore Condo Drop Makes City Carry-Trade Source: Asean Credit", sitio web del canal de noticias financieras Bloomberg, Nueva York, 14.10.2014.

Gobierno de Singapur<sup>1029</sup> habría intentado enfriar la burbuja en el mercado de condominios y propiedades de lujo desde 2009 (vía impuestos, requerimientos burocráticos y otras medidas), cuyos precios estarían cayendo bastante rápido a niveles de 2006. A la hora de escribir estas líneas existen temores de que la burbuja inmobiliaria pinche, con impactos en la economía real (altos niveles de deuda privada; precios inmobiliarios inflados, como ocurrió en Japón en los años 1990)<sup>1030</sup>. La escasez de terreno en Singapur; la buena capitalización de los bancos singapurenses y situación macroeconómica pudieran disipar esta preocupación, pero estaría por ver.

La cultura de cautela y aversión al riesgo singapurense, un entorno de baja confianza (nadie toma riesgos, nadie se fía de nadie), sería para King una de las variantes que explicaría los bajos rendimientos relativos de las empresas singapurenses en el subsector de los fondos de inversión frente a las americanas y australianas antes de 2008<sup>1031</sup>. Esta cultura afecta a la productividad y la innovación, pudiendo estar relacionada con la fuerte intervención del Estado en la economía, el conservadurismo en las decisiones así como los errores en las inversiones realizadas por las EREs públicas. La aversión al riesgo sería propia de los "*Mandarines burócratas*", los funcionarios de alto nivel elegidos por el gobierno para dirigir las grandes empresas singapurenses<sup>1032</sup>. Además, los regímenes autoritarios del Este y Sudeste Asiático tendrían bastante simpatía por el sistema japonés de administración y desarrollo económico<sup>1033</sup>, donde la información sensible de las actividades del Gobierno es secreta, alejada del escrutinio público, y se manipula, supuestamente para el bien común, impidiendo que los ciudadanos se vean envueltos en disputas, supuestamente improductivas, sobre decisiones políticas o administrativas (esto beneficia a la corrupción a nivel gubernamental y administrativa en el caso de Japón). Para King, no solamente es que estos *Mandarines burócratas* no fueran a encajar en el perfil adecuado para puestos ejecutivos en el sector financiero, es que en la línea de la opacidad y filtrado de la información selectivo en las EREs y organismos públicos que explica Rodan<sup>1034</sup>, sería bastante difícil controlar sus actividades. De cualquier modo, el paternalismo jerárquico singapurense no parece el mejor caldo de cultivo para una cultura de toma de riesgos, creatividad o independencia en las decisiones de los nuevos empresarios. Sin embargo y contradiciendo a King y a Rodan, *Transparencia Internacional*, sitúa a España en posiciones mucho menos halagüeñas en sus ranking de países según el *Índice de Percepción de la Corrupción en 2014*<sup>1035</sup> que Singapur (España ocupa la posición 37, mientras que Singapur es la 7ª), pero Singapur estaría en una posición bastante peor que España en el *Índice de Corrupción y Transparencia en el ámbito de la Defensa en 2013*<sup>1036</sup>. La sobre estima y exageración de los singapurenses, bien publicitada para sus propias conquistas,

---

<sup>1029</sup> HOLLIDAY, KATHY, "Is Singapore set for an Icelandic-style crash?" sitio web de canal de noticias financieras CNBC, Nueva York, 15.01.2014, en <URL: <http://www.cnbc.com/id/101337008>>; THAKUR, POOJA, "Billionaire Enclave Prices Drop on Singapore Property Curbs", 06.10.2014, en <URL: <http://www.bloomberg.com/news/2014-11-05/billionaire-enclave-prices-plunge-on-singapore-property-curbs.html>>, y SEAH CHIANG NEE, "Insight Down South", *The Star* (Kuala Lumpur), 22.02.2014, en <URL: <http://www.thestar.com.my/Opinion/Columnists/Insight-Down-South/Profile/Articles/2014/02/22/Singapores-housing-boom-may-be-declining/>>, (accedidos el 19.12.2014).

<sup>1030</sup> KERR, ALEX, *Dogs and Demons, The Fall of Modern Japan*, 1ª edición, Penguin Books, Londres, Reino Unido, 2001, capítulos 3 y 5.

<sup>1031</sup> Op. cit. KING, RODNEY, pp. 56-57 y p. 95.

<sup>1032</sup> Véase el epígrafe III.7.2 sobre distancia cultural.

<sup>1033</sup> Ibid., KERR, ALEX, 2001, pp. 130-135.

<sup>1034</sup> Op. cit. RODAN, GARY, 2005, pp. 173-187.

<sup>1035</sup> Fuente: Corruption Perception Index 2014, Transparencia Internacional, en <URL: <http://www.transparency.org/cpi2014/results>>.

<sup>1036</sup> Fuente: Government Defence and Anti Corruption Index 2013, Transparencia Internacional, en <URL: <http://transparencyschool.org/wp-content/uploads/GI-main-report.pdf>>, (accedidos el 19.06.2015).

pueda tener que ver con que Singapur sobresalga en bastantes índices de marca país y la de España no trascienda.

King<sup>1037</sup> (2008) contrastó la productividad de las dos EREs más grandes de Singapur, los fondos soberanos, *Temasek* y *GIC* controlados por el Ministerio de Finanzas (8º y 10º a nivel mundial por volumen de activos, es decir que cuentan con 320.000 y 177.000 millones de dólares respectivamente<sup>1038</sup>). Dada la baja rentabilidad de estos fondos, de interés prioritario para España, entre las más bajas entre los fondos soberanos de su categoría a nivel mundial, no extrañaría la opacidad sobre sus actividades: rendimientos del 1% al 3.5%, frente al 9.1% en Hong Kong, de 1999 a 2003, el 1.75 en 2004<sup>1039</sup>. Según King, para no perder la "face" asianista, el Gobierno no estaría interesado en dar detalles sobre su gestión (lo delicado, lo difícil de admitir en público, en esta parte de Asia, simplemente se "*suprime*"). Para probar la percepción de opacidad sobre las decisiones económicas gubernamentales, King ofrece una lista de operaciones poco afortunadas de gran tamaño realizadas por EREs públicas: La compra de *Micrópolis* por la ERE *Singapore Technologies* en 1998; las pérdidas en la compra del *Thai Banu Bank* en Tailandia en 1998 por el banco DBS vinculado a *Temasek*; el intento fallido de adquisición de las Líneas Aéreas de Nueva Zelanda (*New Zealand Airlines*), que habría sido rescatada por el Gobierno; la supuesta ineptitud en la compra del 45% de la aerolínea *Virgin Atlantic* por Singapore Airlines; la compra de *GIC* de participaciones en la australiana *McQuarie Corporate Telecom* (telecomunicaciones), se supone a precios inflados por encima de su valor en libros; los intentos frustrados de adquirir participaciones por *Singapore Telecom* (Telefónica de Singapur), controlada por *Temasek* y otros tratos mal calibrados, se supone con resultados desastrosos en el sector de las telecomunicaciones, en los que se habrían perdido 30 mil millones de US\$ de mediados de los 90 a 2005, en empresas como *Cable & Wireless*; *Hong Kong Telecommunications* y la malasia *Time Engineering* (al ser superados en tácticas de adquisición por "padrinos" como *Richard Li*, del clan de *Li Ka-shing* en Hong Kong). Entre los tratos fallidos de Singapore Telecom, King lista la adquisición de la empresa *Optus* en 2001, operadora de telecomunicaciones, donde se habrían perdido varios miles de millones de dólares; la compra de *Philippine Globe Telecom* (telecomunicaciones de Filipinas); la compra de *Lycos Asia* por 50 millones de dólares y su venta posterior por 1 dólar, entre otros muchos casos de errores de gestión.

Recientemente (2012) *Asia Sentinel*<sup>1040</sup>, apunta al rescate de la empresa de trading *Olam Commodities*, el segundo trader de arroz a escala mundial, garantizando una emisión de bonos de 750 millones para reflotarla: se supone que para "salvar la reputación" de los directores que *Temasek* que, en buena línea asianista, habrían "dado la cara" por lo que suponían era una empresa prometedora (todo esto teniendo en cuenta que el arroz tradicionalmente ha sido un producto sujeto a licencia de importación, según Dent por razones de Seguridad Nacional)<sup>1041</sup>. Todo esto tras el ataque de la empresa de finanzas *Muddy Waters Research*, que habría especulado

---

<sup>1037</sup> Op. cit., KING, RODNEY, 2008, pp. 45-47.

<sup>1038</sup> Fuente: Ranking del Sovereign Wealth Funds Institute, 2014.

<sup>1039</sup> TRIPATHI, SALIL, "Temasek: The Perils Of Being Singaporean", Hong Kong, Far Eastern Economic Review, mayo de 2006, pg. 48.

<sup>1040</sup> ANÓNIMO, "Singapore Bails Out Another Loser", Hong Kong, en el sitio web de la consultora Asia Sentinel, en < URL: <http://www.asiasentinel.com/econ-business/singapores-temasek-bails-out-another-loser/>>, (accedido el 15.01.2015).

<sup>1041</sup> Op. cit., DENT, CHRISTOPHER M., 2002, p. 89.

contundentemente contra las finanzas de *Olam Commodities* con operaciones de venta corta, tirando la cotización de sus acciones, poniendo en entredicho la solidez financiera de la misma. *Muddy Waters Research*, habría ganado su reputación, especulando contra empresas, exponiendo contabilidades dudosas (maquillaje de cuentas) y otros fallos en la gestión empresarial. *Olam* habría sido la compañía estrella en el firmamento financiero singapurense de 2012, y ya habría cierta "tradición" entre los directores de los fondos soberanos singapurenses, de primero respaldar a empresas "estrella" y luego tener que rescatarlas (poniendo por ejemplo el apoyo prestado por la *GIC* en el caso del banco *UBS* y el prestado por *Temasek* al Banco *Bank of America*, con pérdidas en ambos casos para los dos fondos soberanos). *Asia Sentinel* también señala el crecimiento de los activos de *Temasek* por inyecciones de capital del Ministerio de Finanzas (Tesoro) en el ejercicio 2008; opacidad a la hora de publicar los procedimientos de valoración de inversiones, y en las inversiones en empresas no cotizadas en bolsa (el 52% de las inversiones); aumento de beneficios en 2008 por ganancia de capital en la venta de empresas en Singapur en 2008, como la energética *Tuas Power*, pero no por la mejor gestión de activos empresariales, así como dudas sobre la veracidad de las cuentas de *Temasek*: en 2009 el valor de los activos del Fondo habrían subido un extraordinario 32% y el año anterior un 16%. En suma, *Reuters* también indica que en 2012, *Temasek* tendría el 80% de sus inversiones en acciones (en lugar de bonos o otros instrumentos seguros de renta fija con menos fluctuación), lo que la pondría a merced de los cambios súbitos de los mercados debidos a coyunturas o crisis (un auténtico "casino" en la actualidad), lo que estaría detrás de la revalorización de los activos de *Temasek* un 4% de año a año, de 2010 a 2012. *Asia Sentinel* también habla de errores en las valoraciones en la política de inversiones de su directora, *Ho Ching*, como demostraría la oferta fallida de compra de acciones de la aerolínea *China Eastern Airlines*: *Temasek* habría llegado a ofrecer 3.80 dólares por acción en el momento de la oferta, acciones que en 2008 sólo valdrían 1.80, menos de la mitad. Además de lo dudoso de sus inversiones en el sector inmobiliario: la inyección de 300 millones de dólares australianos en su subsidiaria en Australia, *Capital Land* para mantenerla a flote, o la caída del valor de los intereses de *Temasek* en la inmobiliaria *Country Garden*, la segunda Oferta Pública de Acciones por tamaño en la Historia de Hong Kong, cuyas acciones valdrían la mitad en 2008 que cuando fueron compradas. Entre una variedad de errores, *Asia Sentinel* también habla de adquisiciones de empresas energéticas australianas, la *Singapore Power*, que pertenece a *Temasek* al comprar la australiana *Alinta*, el precio de cuyas acciones habría caído después de comprarlas. Finalmente, se mentan las inversiones de *Temasek* en la empresa del sector de la electrónica de semiconductores *Chartered Semiconductor Industries*, cuyas acciones habrían caído un 40% en 2008, relacionándolo con la debilidad tecnológica frente a los competidores de Corea o Taiwán.

Según la misma consultora *Asia Sentinel*<sup>10421043</sup> también existen dudas sobre la calidad de la gestión de *Ho Ching*, la mujer del primer ministro *Lee Hsien Long*, al frente de fondo soberano *Temasek*: de 2006/2007, pues habrían caído los beneficios del fondo soberano un 26% en un momento extraordinario en la coyuntura económica mundial, previo a la crisis de 2008. Las pérdidas en las inversiones en la telefónica *Shin Corp* de Tailandia (véase más adelante) habrían sido considerables en 2006/2007, y su política de inversiones en EEUU, con especial atención a sus inyecciones de capital para rescatar bancos occidentales con problemas como *Merrill*

---

<sup>1042</sup> ANÓNIMO, "Singapore's Temasek Courts Disaster", Hong Kong, en el Blog de la consultora *Asia Sentinel*, 18.08.2008, en <URL: <http://www.asiasentinel.com/econ-business/singapores-temasek-courts-disaster/>>

<sup>1043</sup> ANÓNIMO, "Après Ho Ching, le Déluge?", Hong Kong, en el Blog de la consultora *Asia Sentinel*, 18.08.2008, en <URL: <http://www.asiasentinel.com/econ-business/apres-ho-ching-le-deluge/>>

*Lynch*, fueron altamente criticadas: sus acciones valdrían en 2008 el 50% de cuando fueron compradas por Temasek, la mitad. *Temasek* habría inyectado 1000 millones de dólares en el banco *Barclays* (que tendría problemas de disponibilidad de reservas), y aumentado su participación en el banco *Standard Chartered*. Las acciones de *Barclays* estarían muy por debajo en precio del momento en el que fueron compradas. Su sobre exposición al sector financiero (EEUU y RP China), previa a la crisis financiera de EEUU y el Reino Unido en 2008, habría tenido que ver con los problemas del fondo soberano, y este sector, el financiero llegó a significar un 40% de las inversiones de Temasek. *Asia Sentinel* arguye que en 2008, en Singapur no se habría aprendido nada de la crisis financiera del Sudeste Asiático en 1997, a juzgar por las pérdidas de 5 mil millones de dólares en inversiones en bancos occidentales de las que informa Reuters: se habría despedido al Manager de origen anglosajón que se suponía iba a sustituir a Ho Ching tras el desastre y a ciertos responsables de inversiones de la casa tras la debacle, pero Ho Qing no fue destituida y sigue al frente de Temasek<sup>1044</sup>.

Según Bowring<sup>1045</sup>, si bien *Temasek* tradicionalmente se habría centrado en sectores y en inversiones conservadoras, bajo *Ho Ching* las inversiones habrían sido progresivamente más aventureras, de mayor riesgo, y con un énfasis cada vez mayor en el mercado internacional y menor en el doméstico (bajando hasta el 38% de sus activos domésticos en 2007, frente al 62% en inversiones en el extranjero, con unas participaciones agregadas enormes del orden de 65000 millones de dólares en 2007). Bowring reflexiona sobre lo adecuado de concentrar estas enormes cantidades de dinero, producto del ahorro forzoso de los singapurenses en el CPF, poniéndolas en manos de pocos individuos en el entorno del PAP, en el triángulo ministerios-universidades-sindicatos, en lugar de devolvérselas a los ciudadanos para que administren su propio dinero. *Ho Ching* habría favorecido una mayor cantidad de inversiones de riesgo influida por las actitudes confiadas de banqueros especializados en banca de negocios, como consultores o vendedores de participaciones en fondos de capital privado<sup>1046</sup> (en inversiones "inteligentes" de alto riesgo), durante la coyuntura alcista previa a la crisis financiera de 2008 en EEUU y el Reino Unido. Temasek habría sido un inversor desde largo en empresas especializadas en adquirir participaciones en empresas y en operaciones de *Leverage Buy Out*<sup>1047</sup>, para lo cual habría puesto en marcha una *Special Purpose Vehicle* (entidad financiera con propósito específico), con el propósito de invertir en fondos de capital privado, *Astrea*, que habría comprado decenas de estos fondos: las consecuencias de una coyuntura bajista, no se habrían dejado esperar: pérdidas. Invertir en el sector financiero en coyunturas alcistas (2002-2008) no habría sido lo más inteligente para Bowring: lógicamente el neto patrimonial de los fondos se mueve con el signo alcista de las coyunturas, y es lógico que todo lo que sube, lógicamente, baje. Sin embargo, la rentabilidad de las inversiones en activos con rentabilidades variables, suele ser mayor a largo plazo que las de

---

<sup>1044</sup> AZHAR, SAEED y FLAHERTY, MICHAEL, "Singapore's Temasek: evolution not revolution", Singapur, agencia de noticias Reuters, 27.03.2012, en <URL: <http://www.reuters.com/article/2012/03/27/us-temasek-idUSBRE82Q03E20120327>>.

<sup>1045</sup> BOWRING, PHILIP, "Singapore's Temasek Hits Hard Going", Hong Kong en el sitio web de la consultora, Asia Sentinel, 03.08.2007, en < URL: <http://www.asiasentinel.com/econ-business/singapores-temasek-hits-hard-going/>>. Bowring fue el editor del prestigioso *Far Eastern Economic Review*, ya desaparecido, (accedidos el 14.01.2015).

<sup>1046</sup> Nota: Los fondos de capital privado no sólo se hacen con el control efectivo de las empresas, si no que aportan asesoría estratégica; financiera; operativa y legal en las operaciones de toma de control se centrarían en racionalizar aquellas empresas cuyos activos estuvieran mal gestionados. Los detractores acusan a estos fondos "buitre" de moverse por motivaciones corto placistas especulativas, trastocando el funcionamiento a largo plazo de las empresas. También se centran en el desarrollo de productos, servicios o soluciones desconocidas con alto potencial.

<sup>1047</sup> Nota: Se trata de operaciones estructuradas para hacerse con el control de la dirección de las empresas, a través de una variedad de activos financieros como los "bonos basura", que desembocan en la re estructuración, desmenuce y venta de los activos "troceados" de la empresa (eepetidas veces inducen despidos masivos).

activos conservadores, con rendimientos fijos, especialmente si se si diversifican las inversiones de altos volúmenes de capital, inteligentemente, para compensar "manzanas podridas" con "saludables" (aunque las fuentes sugieren un grado de acierto mediocre a la hora de diferenciar las "saludables" en los fondos singapurenses). También fuera probable que se estuviera asistiendo a una "sobre diversificación", la propensión a invertir en negocios de alto riesgo sin demasiados conocimientos sobre los mismos, en mercados lejanos y extraños.

Según King (2004) y Bowring (2007)<sup>1048</sup>, Temasek controlaría en Singapur: el 44% de las empresas del índice del *New Straits Times* (el IBEX singapurense) en 2004, la mayor parte de ellas rentables en 2009: *Singapore Airlines* (55% del capital en 2007) y *Singapore Telecom* (55%); *Chartered Semiconductors* (electrónica, 60%); *SembCorp Industries* (50%) (empresas de agua tipo *AGBAR*; plantas de energía; reciclado de residuos; plantas petrolíferas marinas; astilleros en varios países); *Keppel Corp* (infraestructuras; construcción y reparación de plataformas petrolíferas marinas; astilleros y barcos especializados para plataformas; infraestructuras; construcción de refinerías, inversiones varias, 31%); la *Autoridad del Puerto de Singapur* (que invierte en puertos privatizados por todo el mundo); *Singapore Power* (la eléctrica local); la *MAS* (empresa de transportes públicos de Singapur) y *Neptune Orient Lines* (ferry y naviera). Además su estrategia sería tomar el control directo de grandes empresas. Temasek tendría el 38% de sus inversiones en el sector financiero; el 23% en el sector de las comunicaciones; el 12% en el sector del transporte; el 9% en inmobiliario; el 6% en energía y recursos naturales; el 6% en infraestructuras, y el resto en varios sectores<sup>1049</sup>. En 2007, el 60% de las inversiones de Temasek estarían centradas en el sector financiero y las comunicaciones (infraestructuras), y serían prueba del deseo del Gobierno de reforzar el rol de Singapur como centro financiero internacional.

El *GIC* (la Corporación de Inversiones del Gobierno de Singapur) estaría al cargo de gestionar las enormes reservas de divisas singapurenses, y mantendría grandes inversiones en el exterior (48% de sus activos). Sus activos se dispersaban por más 30 países, tradicionalmente en inversiones de bajo riesgo: el 40% en inversiones en miles de empresas en todo el mundo; el otro 40% en bonos, y el resto se mantendrían en efectivo. El control del *GIC* que otrora estuviera en manos del primer Primer Ministro *Harry Lee Kuan Yew*, pasa a estar bajo el control del hijo de Harry, el actual Primer Ministro de Singapur, *Lee Hsien Loong*<sup>1050</sup>. Por tanto, cualesquiera estrategias para atraer inversiones de Singapur en España de parte de los fondos soberanos, tendrían que considerar el más alto nivel, incluyendo interacciones políticas con miembros de la familia Lee. Dent explica que el *GIC* es un elemento clave en la política financiera internacional de Singapur: de forma "pasiva", como gestor de fondos a escala internacional de los haberes del Estado de Singapur, y de forma "clandestina", ya que en la misma línea de falta de transparencia institucional pública en Singapur que resalta Rodan no estaría sujeto al escrutinio público de sus actividades e inversiones<sup>1051</sup>. *Temasek* tomó recientemente una participación

---

<sup>1048</sup> Ibid., BOWRING, PHILIP, 03.08.2007 y, op. cit., KING, RODNEY, 2008, pp. 47-49.

<sup>1049</sup> DEVLIN, WILL y BURMMITT, BILL (analistas del Grupo de Macroeconomía del Departamento del Tesoro de Australia), "A few sovereigns more: the rise of sovereign wealth funds", Canberra, Departamento del Tesoro de Australia, Economic Round-up (revista del Tesoro), primavera de 2007, pp. 119-136 ( en pp. 123-125), en <URL: <http://search.informit.com.au/browseJournalTitle=res=IELBUS;issn=1031-8968> >, y la base de datos JSTOR.

<sup>1050</sup> AZHAR, SAEED y ARMSTRONG, RACHEL, "Going direct: GIC gives private equity firms run for their money", Singapur, Agencia de Noticias Reuters, 03.09.2014, en <URL: <http://www.reuters.com/article/2014/09/03/gic-privateequity-idUSL3NoQV1JX20140903> >, (accedidos el 15.01. 2015).

<sup>1051</sup> Op. cit., DENT, CHRISTOPHER M, 2002, p. 94.

estratégica del 5%, en la petrolera española Repsol (2014), para complementar las operaciones del clúster singapurense de empresas de producción, refino y exportación de hidrocarburos singapurenses a escala global (véase en la Tabla 12 la partida 27 en cod. HS, los hidrocarburos son la primera partida de exportación), y recientemente esta participación se habría reducido<sup>1052</sup>. Tanto *Temasek* como *GIC* están el radar del Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX)<sup>1053</sup>, luego entendemos que en una estrategia bien definida y arbitrada de parte de la diplomacia económica española, uno de los primeros objetivos sería promover las inversiones de los grandes fondos soberanos singapurenses en sectores tecnológicos y de bienes de consumo con diseño y valor añadido en España. Este objetivo pueda contribuir a disipar estereotipos sobre España, considerado un "*país bueno para vivir y visitar, pero malo para trabajar e invertir*", dado el escaso conocimiento que entendemos hay en Malasia y Singapur de las soluciones de tecnologías altas y medias altas que puede ofrecer España: tiene más sentido esto<sup>10541055</sup> que promover las inversiones en el inmobiliario, el sector petroquímico y otros sectores menos intensivos en tecnología tradicionales. Sin embargo, tras las dificultades que el sector inmobiliario atraviesa tras la debacle de la "*economía del ladrillo*" posterior a la crisis financiera de 2008<sup>1056</sup>, España pueda beneficiarse de las propensión tradicional de los fondos soberanos en este sector: sabemos de PYMEs españolas como *Barcelona Capital*, que quieren sacar partido del creciente interés de inversores singapurenses en edificios singulares, comerciales o de oficinas en España. En el *Informe sobre Fondos Soberanos de KPG y ESADE* co autores con *ICEX Invest in Spain*<sup>1057</sup>, se indica el rol que juega *Temasek* en la promoción de las startups tecnológicas: Si bien se sabe de la preferencia de los fondos soberanos por inversiones financieras o inmobiliarias (en las que también es muy activa la *GIC* singapurense), habría que saber hasta qué punto la compra de centros comerciales o edificios singulares por estos fondos beneficia a los intereses de España: con la caída de precios de la crisis desde 2008, las ganancias podrían haber sido espectaculares<sup>1058</sup>. Las altas inversiones de estos fondos tienen implicaciones políticas: existen voces que se alzan en contra de su creciente influencia en materia de política económica nacional en los países occidentales. En suma, se impondría la prudencia a la hora de acercarse a estas grandes corporaciones financieras.

---

<sup>1052</sup> ANÓNIMO, "Temasek reduce su participación del 5% en Repsol tras cobrar el dividendo en efectivo", *El Economista* (Madrid, 21.01.2016).

<sup>1053</sup> Fuente: Anuario del Instituto Español de Comercio Exterior, ICEX, 2013, p. 174.

<sup>1054</sup> Véase el epígrafe IV.1.2, sobre la consideración de España en el modelo de imagen país *Country Rep Trak (Pulse)*.

<sup>1055</sup> Véase nota anterior, p. 165 y OREGUI, PIEDAD, "Los fondos soberanos apuntan a España. Los entes de inversión de países con excedente de capital compran empresas, deuda y oficinas", sección de Economía, *El País* (Madrid, 14.12.2014), en < URL: [http://economia.elpais.com/economia/2014/12/12/actualidad/1418381309\\_103160.html](http://economia.elpais.com/economia/2014/12/12/actualidad/1418381309_103160.html)>, (accedido el 16.08.2015).

<sup>1056</sup> ANÓNIMO, "Sovereign Wealth Funds Go After Western Property", noticia del sitio web de la Consultora Asia Sentinel, 17.05.2013, en < URL: <http://www.asiasentinel.com/econ-business/sovereign-wealth-funds-go-after-western-property/>>, (accedido el 08.01.2015).

<sup>1057</sup> AAVV, "Fondos Soberanos 2014", Madrid, ICEX-ESADE Business School y KPMG, al cuidado de Javier Capapé (ESADE) y Tomás Guerrero (Universidad Carlos III), candidatos a doctores y miembros del centro ESADEgeo, Center for *Global Economy and Geopolitics*, 2014, 110 páginas.

<sup>1058</sup> Véase la fuente de la nota anterior, en p. 16.

## 4. La Diáspora China en el Sudeste Asiático y la RP China

### 4.1 ¿A qué llamamos Diáspora China en el ámbito empresarial del Sudeste Asiático?

Las Diásporas chinas se encuentran entre las minorías "*no indígenas*", de los estados multiétnicos del Sudeste Asiático, frente a los "*indígenas*". Históricamente, las comunidades "*indígenas*" han tenido más derechos que las "*no indígenas*" en el espacio geográfico de la ASEAN. En Malasia, Indonesia o en Myanmar, la Diáspora no es exactamente considerada como ciudadanos de pleno derecho por la mayoría indígena bumiputra malasia, pribumi javanesa o birmana: aunque el *jus soli*, el haber nacido en el país sea criterio para su ciudadanía en pasaporte, múltiples discriminaciones perviven. Por ejemplos: en Malasia<sup>1059</sup><sup>1060</sup> existe un "*trato*" tácito que garantiza a la mayoría indígena malaya (musulmana) el control de las AAPP y el Gobierno, y deja a las Diásporas chinas e india mantener cierto control sobre el mundo de los negocios; en Tailandia sólo los chinos de tercera generación son considerados ciudadanos tailandeses de pleno derecho, y en Indonesia hasta el año 2000, los hijos de la Diáspora China no podían ni utilizar sus nombres chinos, ni utilizar signos en los comercios y empresas que los identificaran como tales<sup>1061</sup>. Coincidimos con Suryadinata en que, históricamente, los ciudadanos de la Diáspora China en la mayoría de los casos serían considerados como "*ciudadanos de segunda clase*" del Sudeste Asiático pero con gran poder económico<sup>1062</sup>.

En todo el Sudeste Asiático, los más de 20 millones de chinos de la Diáspora ya en 1991, están en mejores condiciones económicas que los miembros de las etnias nativas, y esta es una posición que se habría ganado a pulso, desde lo más bajo de la escala social. De ser "*culis*" (*coolies*), emigrantes no cualificados, atraídos por las necesidades de trabajo de las potencias europeas desde la segunda mitad del siglo XIX, y expulsados por el colapso y la inestabilidad de la China Qing, pasan a ser "*capitanes*" compradores<sup>1063</sup>: las "*familias*" chinas llegan al final del colonialismo europeo en Indochina hasta lo más alto, como grandes comerciantes; financieros e incluso industriales. Es en este marco donde prosperan los negocios de la Diáspora China en el Sudeste Asiático: la exclusión de actividades reservadas a los "*nativos*", como la política; la alta administración, la policía o las fuerzas armadas<sup>1064</sup>, que llevaría a la Diáspora a ocupaciones comerciales y financieras de mayor rentabilidad<sup>1065</sup>. Para Hamilton, ya en 1989 la Diáspora China de Hong Kong, Taiwán y Singapur estaría produciendo el 6 por ciento del Comercio Mundial, con sólo el 1 por ciento de la población mundial, es decir aquellos lugares en las que la Diáspora domina demográfica y políticamente, y no está sujeta a

---

<sup>1059</sup> Op. cit., STUDWELL, JOE, 2007, p. 7 y pp. 26-27.

<sup>1060</sup> MAUZY, DIANE K. y MILNE R. S., *Malaysian Politics Under Mahatir*, 1ª edición al cargo de Michael Leifer, Routledge, Londres, 1999, 225 páginas, pp. 18-19 y p. 35.

<sup>1061</sup> JHONSTON, TIM, "Chinese Diaspora: Indonesia", noticia de la *BBC News* (03.03.2005), en < URL: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/asia-pacific/4312805.stm> >, (accedido el 11.03.2015).

<sup>1062</sup> SURYADINATA, LEO, "Ethnic Chinese in South East Asia: Overseas Chinese, Chinese overseas or South East Asians?", en AAVV, *The Chinese Overseas*, colección "Routledge Library of Modern China", volumen III, 1ª edición al cuidado de HONG LIU, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, 2006, 422 páginas, pp. 88-106, en pp. 92-95.

<sup>1063</sup> Op. cit. SAW, SWEE-HOCK, 2007, pp. 12-14; 18-19; 24-27 y 32-33.

<sup>1064</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 1999, pp. 1-4.

<sup>1065</sup> MACKIE, J.A.C "Overseas Chinese Entrepreneurship", AAVV, *The Chinese Overseas*, colección "Routledge Library of Modern China", volumen II, 1ª edición al cuidado de Hong Liu, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, 2006, 450 páginas, pp. 185-218, en pp. 185-186.



situaciones de discriminación frente a las etnias "nativas" como en el Sudeste Asiático<sup>1066</sup>. Sin embargo, las zonas circundantes tanto en Malasia, Indonesia como en Tailandia, están llenas de fábricas, apoyo de las actividades de estas Diásporas no discriminadas, a través de vínculos étnicos con las comunidades chinas (RP China) o de la Diáspora de la ASEAN, donde si hay discriminaciones para con los chinos. Históricamente, se trataría de un capitalismo familiar muy flexible y no elitista que parte de emigrantes, de los cabezas de familia: son campesinos; mineros, artesanos y ocasionalmente intelectuales que montan empresas sin la mediación del Estado. Un capitalismo pragmático que se basa en la familia, en las PYMES y en las relaciones de parentesco y afinidad cultural, trascendiendo las fronteras de los estados modernos de la ASEAN, Taiwán y Hong Kong: por ejemplo, un primo chino de la familia en Singapur de lengua china hokkien que comercia con su familiar en Penang (Malasia), y un familiar distante en Hawái (EEUU), pero que también tiene vínculos con empresas productoras en Taiwán o en la China continental en base a la misma lengua china (el hokkien y las demás mutuamente inteligibles de familia de lenguas chinas Min Nan, en la Provincia de Fujian), parentesco y cultura comunes (la confianza, labrada en el largo plazo con aquellos más próximos, con origen en la misma ciudad en China)<sup>1067</sup>. Para Hamilton, las relaciones de parentesco se basan en vínculos patrilineales, donde todos los hijos reciben una parte igual (*fenjia*) de la herencia del padre. La pauta familiar se reforzaría con un sistema institucionalizado de redes de empresas y relaciones económicas (la *guanxi*) como base para crear economías de escala (a diferencia de los japoneses que crearían grandes economías de escala a través una gran empresa del estilo de los grandes gigantes de la electrónica como *Sony* o *Panasonic*), muy flexibles, basadas en el parentesco y las relaciones recíprocas de obligaciones a largo plazo en base al "*know who*" y no al "*know how*" ("a *quién conoces*" y no "*qué sabes hacer*"). Lógicamente, en estas redes de PYMES ni habría una tendencia a la especialización en negocios relativos a la industria pesada, ni en productos con marcas conocidas a escala global (a diferencia de los japoneses).

La *guanxi*, o red de relaciones chinas, serviría para asegurarse la financiación para la inversión, y el trabajo para garantizar la producción, así como la distribución de la misma. Este sería por tanto un capitalismo predominantemente mercantil y financiero, que aprovecha históricamente las redes internacionales del capitalismo occidental colonial para expandirse a escala global, e incluso monopolizar algunos sectores de la economía de servicios desde el siglo XIX: desde la Malaya colonial o las Indias Orientales Holandesas, hasta California durante la Fiebre del Oro, siempre buscando oportunidades para ganar dinero. Este es un capitalismo históricamente apolítico y emigrante, de hombres de negocios hechos a sí mismos que parten de lo más bajo de la escala social, a la búsqueda de la oportunidad donde quiera que esta se presente, trascendiendo las fronteras políticas de los Estados modernos en el marco del Sudeste Asiático y el Este de Asia. Los políticos "*nativos*" de los diferentes Estados de la ASEAN, habrían intentado constreñirlo y canalizar sus energías para amoldarlo a sus objetivos políticos y nacionales, sin demasiado éxito: miembros de la Diáspora de Taiwán se encontrarían entre los principales inversores en la RP China, y los de la Diáspora de Singapur, entre los del Sudeste Asiático (el

---

<sup>1066</sup> HAMILTON, GARY C., "Overseas Chinese Capitalism", en AAVV, *The Chinese Overseas*, colección "Routledge Library of Modern China", volumen II, 1ª edición al cuidado de Hong Liu, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, 2006, 450 páginas, pp. 235-253, en pp. 235-245.

<sup>1067</sup> HOOKER, VIRGINIA MATHESON, *A Short History of Malaysia: Linking East and West*, 1ª edición, Crows Nest, Nueva Gales del Sur, Australia, Allen & Unwin, 2003, 345 páginas, pp. 26. 27. Las relaciones entre los clanes chinos se realizaban en Malasia o Singapur a través de los "kongsis" o sociedades de beneficencia de aquellos de la misma etnia.

"familiar" chino en *Kuala Lumpur* o en *Yakarta*)<sup>1068</sup>. En Malasia y Singapur, es evidente la orientación tradicional de las familias urbanas de la Diáspora por sectores lo es al comercio, la distribución y las finanzas<sup>1069</sup>, y las empresas industriales chinas dependen estrechamente de la tecnología<sup>1070</sup> de las empresas multinacionales extranjeras: Singapur sería "intermediario" entre estas empresas y el Sudeste Asiático<sup>1071</sup>, y hay pocas empresas chinas o indias en Malasia en sectores de alta tecnología<sup>10721073</sup>.

El capitalismo colonial occidental habría favorecido a la Diáspora, ante la ausencia de orden y de instituciones capitalistas modernas desde el periodo de desintegración de la China *Qing* hasta la caída de *Mao Tse Tung*, empezando por el respeto a los derechos de propiedad. También se suele argüir que este es un capitalismo poco dinámico y productivo<sup>1074</sup>, dependiente de la búsqueda de rentas por connivencias políticas, Sin embargo, para Hamilton<sup>1075</sup>, a diferencia de los vínculos entre el Estado, la gran empresa y la banca en el capitalismo japonés, o las relaciones que se establecen entre estos grupos en las economías occidentales, este capitalismo generalmente se desarrolla en el espacio internacional sin el apoyo del Estado. Esto es así aunque en los altos niveles se llegue a nutrir de las *anomalías estructurales*<sup>1076</sup> en los enclaves de la Diáspora, en el seno del Estado: Las relaciones a largo plazo y con las élites políticas y administrativas nativas con la Diáspora para obtener beneficios o concesiones del Estado (aquí nos estaríamos refiriendo a los grandes "*padrinos*", y no a la plétora de redes de PYMEs chinas), son una pauta en todo el Sudeste Asiático, desde Filipinas o Tailandia a Indonesia, Malasia o Singapur<sup>107710781079</sup>. Sin embargo, los modos de relación e influencia de la Diáspora variarían según países: aquí los "*nativos*" acabarían manteniendo una relación de parasitismo o simbiosis para con la Diáspora, recurrente y reforzada por las pautas de sociabilidad de tercer nivel (véase más adelante), las relaciones familiares a largo plazo<sup>1080</sup>. Por tanto, el desarrollo de los negocios de la Diáspora sería autónomo al de cada uno de los Estados del Sudeste Asiático y trascendiendo las fronteras de los mismos, y las AAPP de cada país solo serían un negocio más para la Diáspora.

Una ventaja clave de la Diáspora habría sido la dimensión internacional de sus redes, facilitando el acceso a los recursos económicos y financieros con rapidez, necesarios para la puesta en marcha de proyectos de inversión en el espacio económico controlado en los procesos de industrialización rápida. Especialmente desde los años 80, en aquellas economías que posiblemente o bien estén controladas o bien fuertemente condicionadas por las actividades de la Diáspora China: la captación de recursos trasciende las fronteras nacionales y

---

<sup>1068</sup> Op. cit., MACKIE, J.A.C., p.190.

<sup>1069</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 1999, pp. 12-13.

<sup>1070</sup> Op. cit., KING, RODNEY, 2008, pp. 29-31.

<sup>1071</sup> Op. cit., DENT, CHRISTOPHER M., 2002, p. 124.

<sup>1072</sup> HILL, HAL, "Malaysian economic development: looking backward and forward" (pp. 29-31 y 37-38), y GOMEZ, EDMUND TERRENCE, "The politics and policies of corporate development: race, rents and redistribution in Malaysia", (en pp. 63-82) en AAVV, *Malaysia's Development Challenges: Graduating from the middle*, 1ª edición al cuidado de Hal Hill et al., Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, 2012, 348 páginas.

<sup>1073</sup> Op. cit., BARR, MICHAEL D, 2009, en pp. 146-147.

<sup>1074</sup> Op. cit. STUDWELL, 2007, pp. 17 y 22-23.

<sup>1075</sup> Op. cit., HAMILTON, GARY C, 2006, pp. 254-253.

<sup>1076</sup> Op. cit., STUDWELL, JOE, 2007, pp. xix-xxiv; pp. 65-67; p.69, p. 72 y pp. 75-78.

<sup>1077</sup> Op. cit., FOLK, BRIAN, y JOMO, K. S., pp. 6-7.

<sup>1078</sup> Op. cit., MACKIE, J.A.C., 2006, p. 199. En Tailandia 12 grupos empresariales con fuerte participación de la Diáspora controlarían el grueso de las actividades económicas modernas, favorecerían matrimonios entre la élite política y la Diáspora, y en la Indonesia de Suharto, los vínculos con el mismo primer ministro habrían sido la variable explicativa del enriquecimiento de determinadas familias chinas.

<sup>1079</sup> Op. cit., STUDWELL, JOE, 2007, pp. 17 y 22-23.

<sup>1080</sup> Op. cit., MACKIE, J.A.C., 2006, pp. 188-190 y p. 206.

paralelamente, la *guanxi* de la Diáspora también puede garantizar mercados internacionales para la exportación de productos trascendiendo las estrecheces del mercado nacional.

En todo caso la Diáspora China juega un rol estratégico para los intereses de España. Si bien Malasia e Indonesia cuentan con un componente "*nativo*" (fundamentalmente malayo (musulmán)) mayoritario en sus demografías, dominando el marco político y con fuerte presencia en la empresa pública protegida por el Estado, en la empresa privada, desde las cadenas de hoteles a la producción de papel, la presencia china es abrumadora<sup>1081</sup>. Además, difícilmente sería posible comercializar un producto en las primeras fases de la internacionalización del mundo sin contar con las redes de distribución chinas, puesto que lo acaparan casi todo<sup>1082</sup>.

Este sería un capitalismo netamente "*familiar*". Es decir, se supone que un grupo empresarial concreto pertenece a una "*familia*". Sin embargo, mientras que en Occidente "*familia*" se entiende generalmente como los miembros de un núcleo familiar reducido, aquí se trata de familia más extensa. Esta es una red de relaciones basada en la sangre y las relaciones a largo plazo: hermanos; primos primeros y segundos. Existiría un segundo nivel de vínculos relacionales con las gentes del mismo clan y/o originarios de la misma ciudad de la RP China o región; el mismo dialecto o lengua; la religión, sincrética o no, las celebraciones y la cocina regional (importantísimo). Finalmente, existiría un tercer nivel: la "*familia*" es algo flexible, que puede incluir a miembros que no estén necesariamente relacionados por los vínculos de consanguinidad, como sean estudiar en la misma escuela o universidad (amigos del colegio, políticos "*nativos*" con cuyos hijos se ha mandado a estudiar a los propios y otras formas de relación), ser miembros del mismo clan o cámara de comercio. Aunque el control de los intereses esenciales de los grupos empresariales esté en manos de miembros de la "*familia*", se permite establecer relaciones económicas con otras "*familias*" en el entorno inmediato o internacional para producir, obtener recursos para inversión o distribuir los productos. La sociabilidad es pues, otro activo principal empresarial de estas "*familias*", en un entorno auto regulado, que escapa al control del Estado. Aquí lo importante es la confianza, continuidad y predictibilidad en un marco en el que el apoyo del Estado suele estar ausente. Todo esto teniendo en cuenta que prosperó en países en desarrollo, donde la capacidad administrativa de los Estados y las instituciones capitalistas estaban menos desarrolladas que en Occidente (la capacidad administrativa; judicial, policial, en el caso de la resolución e incumplimiento de contratos, por no hablar de la corrupción y otros indicadores de subdesarrollo).

Tradicionalmente, las relaciones entre empresarios o profesionales lo son más personales, de favores recíprocos a devolver ("tú me ayudas luego tengo un compromiso futuro contigo"), que impersonales por la pura competencia; la habilidad; la tecnología o la capacidad gerencial. Mackie<sup>1083</sup>, incide en las explicaciones tradicionales sobre el éxito de la Diáspora centrándose en los valores, como la gran industrioidad o las altas tasas de ahorro; la autosuficiencia y austeridad en el estilo de vida en las familias chinas hasta que se enriquecen;

---

<sup>1081</sup> Op. cit., FOLK, BRIAN, y JOMO, K.S., 2003, p. 4.

<sup>1082</sup> Nota: Se demuestra echando un vistazo a los listados de agentes, importadores e importadores de productos españoles de la Oficinas Comercial de España en Malasia y Singapur, que casi todos son chinos. Véanse tb. los estudios de mercado en la página de estudios por países en la página del Instituto Español de Comercio Exterior en <URL: [www.icex.es](http://www.icex.es)>, (accedida el 15.01.2016).

<sup>1083</sup> Op. cit., MACKIE, J.A.C., 2006, p. 186.

el respeto y el gasto en la educación de los hijos y los conocimientos comerciales acumulados durante generaciones; el pragmatismo; el materialismo, la asociación del nivel de riqueza al status social, así como la socialización de los hijos infundiendo en ellos actitudes positivas para con el trabajo duro, los negocios y los hombres de negocios<sup>1084</sup>. La toma de riesgos también pueda ser una característica general del empresariado de la Diáspora, que cada vez puede ser más difusa en el caso especial de Singapur<sup>1085</sup>, donde el rol del Estado y las grandes empresas puedan haber inducido una cultura de aversión al riesgo y conformidad (véase más adelante)<sup>1086</sup>, aunque también percibimos una actitud parecida entre las familias de rentistas chinos de alto nivel en Kuala Lumpur: las generaciones más jóvenes, lógicamente parecen tener menos predisposición para tomar riesgos que los abuelos.

Las fuerzas impersonales del mercado están constreñidas por ese sub "*mercado intra familias*", de corte tradicional, étnico y cultural para dotarse del recurso humano, el capital, la información sobre el mercado o los clientes, y otras formas netamente personales de interacción. Los "*contactos*" a largo plazo, lo son todo, excluyendo tanto a miembros o empresas de otras etnias, como a las no relacionadas de la propia, por no mantener estos vínculos personales basados en la confianza a largo plazo y en los favores recíprocos (lo que les ata, si se debe un favor se contrae una deuda de honor). Estos grupos chinos aborrecen las relaciones impersonales, meramente racionales con relación al Marketing Mix, como base para los negocios<sup>1087</sup>, aspecto clave este para la PYME y la Diplomacia Económica española, que debe de crear su propia *guanxi* a largo plazo, si quiere ser exitosa en el Sudeste Asiático. Estamos hablando de la contratación o promoción preferencial beneficiosa para miembros del clan; el paternalismo jerárquico en las relaciones entre subordinados y superiores a nivel de la gestión de los negocios, y la tendencia a mantener el capital de la empresa bajo el control de la familia e intentar no subdividirlo. Sin embargo, las relaciones entre familiares en los clanes o familias, más o menos extensas, son frágiles y están sujetas a bastante conflictividad. Existirían problemas en la sucesión inter generacional en las familias chinas: es bastante frecuente encontrarse con la situación del hijo que quiere introducir nuevos métodos de gestión, con la oposición del padre a perder el control de la empresa (estas son sociedades altamente conservadoras y jerárquicas); también es normal que los hermanos menores generalmente dispuestos a mostrar deferencia a los mayores, se vean impelidos a crear sus propios negocios en el ámbito de la familia en los que ellos mismos sean los directores, sin tener que estar sujetos a las jerarquías intra clanes. Existirían fisuras entre primos, y lo normal es que los miembros de la segunda generación de una familia (*jia*), tiendan a romper sus vínculos y relaciones de participaciones cruzadas y decidan montar sus propios negocios a parte del núcleo familiar. Todo esto sin perder la familia como centro de las actividades económicas y personales, a diferencia del individualismo moderno occidental (la autoridad de los padres, la escuela y/o la comunidad étnica es importantísima en la configuración de la personalidad de los chinos de la Diáspora). No es de extrañar que, con tan poco tiempo para cultivarse intelectualmente y orientados al dinero, que estos chinos tradicionalmente hayan tenido preferencia por el juego<sup>1088</sup>, la nigromancia y la numerología (enorme

---

<sup>1084</sup> Ibid. 2006, p. 196.

<sup>1085</sup> Op. cit., KING, RODNEY, 2008, pp.1-4.

<sup>1086</sup> Op. cit., MACKIE, J.A.C, 2006, p. 200.

<sup>1087</sup> Ibid., 2006, p. 202.

<sup>1088</sup> Nota: en Malasia, Macao, Hong Kong, el casino de Genting Highlands (la ciudad del juego malasia) y Singapur, la propensión al juego y las apuestas es inaudita. Experiencia personal del autor de 2008 a 2015.

oportunidad para España, la venta de equipamiento para casinos<sup>1089</sup> a escala de los países de la Diáspora China, desde Macao a Singapur).

Se trata<sup>1090</sup> de redes de hombres de negocios reservados: Los secretos se guardan bajo cuatro llaves dentro de las familias, luego aquellos fuera de ellas poca o ninguna información reciben sobre la lógica y funcionamiento de sus negocios. Las estrategias de negocio, se basarían en precios bajos y bajos márgenes unitarios a corto, pero altos volúmenes de ventas para obtener altas cuotas de mercado e ingreso, lo que facilita en el largo plazo las alianzas entre familias para controlar los mercados<sup>1091</sup>. De ahí las críticas repetidas a la Diáspora sobre la fijación de precios, condiciones y productos en los mercados para maximizar los beneficios colectivos de los clanes, eliminando la libre competencia. Estos empresarios le dan una importancia enorme a los conocimientos comerciales, la contabilidad y las finanzas, su maestría en las mismas contribuye a la seguridad en los pagos y la disponibilidad de financiación que reforzarían las pautas de confianza a largo plazo en las relaciones intra y extra familiares. Históricamente, en estos entornos con mercados financieros o de bienes subdesarrollados, institucional y técnicamente, y dada la hostilidad y sospecha que muestran las élites políticas nativas a la Diáspora<sup>1092</sup>, las redes financieras y comerciales de la Diáspora permitieron compartir un acervo de conocimientos expresados en una lengua común china en la ASEAN con origen en la RP China, y con usos comerciales y cultura parecidos, que trascienden las fronteras internacionales del mosaico étnico de Indochina. En suma, redes que permitieron canalizar el crédito y apoyar a la empresa china, contribuyendo al desarrollo económico rápido en entornos de países subdesarrollados. Estas redes informales permitirían recabar información sobre la reputación y la solidez financiera de los socios comerciales dentro de las familias o redes extensas, fomentando la confianza y reduciendo los riesgos financieros o comerciales (desde impagos a calidad de productos suministrados)<sup>1093</sup>. En estas redes la reputación lo es todo, la voz corre rápidamente cuando un empresario no tiene unas finanzas sólidas, luego se le cierran las fuentes de crédito o acceso a mercados dentro de los mismos clanes (aquí todo es "*personal*", el empresario no participa en la destrucción creativa de un capitalismo societario impersonal de corte occidental). Además, en las familias chinas de Malasia y Singapur, existe un estigma de tipo moral y personal por el hecho de haber contraído deudas y no pagarlas.

La pretensión de preeminencia de la Diáspora China en los ámbitos empresariales frente a las diferentes comunidades "*nativas*" del Sudeste Asiático, explicada por los valores y la cultura "*china*", es altamente cuestionada en la actualidad. Por ejemplo, si bien antes de la crisis financiera de 1997 en el Sudeste Asiático, la propensión a la toma de riesgos, el emprendimiento y los contactos a alto nivel, en entornos de alto crecimiento económico, tradicionalmente asociados a la Diáspora China, habrían sido considerados como positivos, tras la crisis de 1997, en entornos de menor crecimiento, estas pautas puedan haber llevado al sobre endeudamiento y la sobre inversión empresariales, con escasa atención al componente de riesgo en las mismas (lo que se

---

<sup>1089</sup> Fuente: Informe de la Feria Total Gaming en Londres, Instituto Español de Comercio Exterior, 2016, 20 páginas, pp. 7-14 (descripción de las empresas españolas punteras en el sector).

<sup>1090</sup> Op. cit., MACKIE, J.A.C., 2006, pp. 195-197.

<sup>1091</sup> Ibid., 2006, p. 205.

<sup>1092</sup> FOLK, BRIAN, y JOMO, K.S., "*Introduction*", en AAVV, *Ethnic Business: Chinese Capitalism in South East Asia*, colección "Routledge Curzon Studies in Growth Economies of Asia", 1ª edición al cuidado de Jomo K. S. y Brian Folk, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, 2003, 264 páginas, pp. 73-91, p. 4.

<sup>1093</sup> Op. cit., MACKIE, J.A.C., 2006, p. 207.

corresponde con la propensión al juego en estas comunidades). Folk y Jomo<sup>1094</sup> indican que estas prácticas podrían haber llevado a excesos de capacidad en los sectores industriales e inmobiliarios antes de 2003. Lo que se corresponde con la crisis de 2008, cuando por toda Kuala Lumpur (Malasia) y Bangkok<sup>1095</sup> (Tailandia), proliferaban los apartamentos, centros comerciales y polígonos industriales chinos vacíos y los carteles de "Se Vende"<sup>1096</sup>. De 2008 a 2012, mientras que en el ciclo de recuperación de los alquileres y especulación inmobiliarios las relaciones entre rendimientos (alquileres) y precios unitarios de apartamentos resultaba bastante poco favorable<sup>1097</sup>, los pequeños rentistas chinos malasio, preferirían invertir sus haberes en inmuebles, contribuyendo a que un tercio de la renta familiar se hubiera dedicado a la vivienda en forma de principales e intereses a pagar<sup>10981099</sup>.

Para Folk y Jomo<sup>1100</sup>, el desarrollo institucional que acompaña al económico en las economías industriales fortísimamente internacionalizadas y orientadas a la exportación del Sudeste Asiático (contratos, ya que nadie realizaría operaciones al día de hoy sin los mismos; capacidad administrativa; tecnología, difusión de conocimientos financieros y mercantiles), estaría erosionando las ventajas tradicionales de las redes de la Diáspora en lo mercantil y financiero. A estas presiones habría que añadir los procesos de liberalización de la Inversión Extranjera Directa en los mercados de servicios<sup>1101</sup>, que intensifican la competencia, aunque en Malasia, la reciente relajación de las cuotas étnicas *Bumiputera* a favor de los "nativos" en términos de Inversión Directa del Gobierno de *Najib tun Razak* en ciertos sectores, también abra oportunidades para la Diáspora China. Estas dinámicas propugnan un alejamiento de las relaciones tradicionales patrón-cliente, personales e intrafamiliares, impeliendo a las "familias" a modalidades de contratación abierta de factores y productos, fuera de la *guanxi*, más de acuerdo con las prácticas competitivas e internacionales, en mercados crecientes e interrelacionados en los que se entra en contacto o se compite con empresas multinacionales: la obtención del capital; el recurso humano, la tecnología y la gestión, así como la subcontratación dentro de las familias chinas resultaría puntualmente poco competitiva. Esto se puede ver en la modernización del sector financiero en Malasia y Singapur<sup>11021103</sup>. Paralelamente, la percepción de poca relevancia y roles subordinados de las redes de la Diáspora China, en la subcontratación en las cadenas de valor de las empresas japonesas y coreanas en el Sudeste Asiático es también acicate para el cambio: como la Diáspora y la industria pesada, la gran empresa y tecnología, no suelen ir de la mano, esta situación también pueda estar induciendo cambios en la forma de

---

<sup>1094</sup> Op. cit., FOLK, BRIAN, y JOMO, K. S., 2003, p. 2.

<sup>1095</sup> Fuente: "House Prices Worldwide, Thailand", en el portal Web *Global Property Guide*, en < URL: <http://www.globalpropertyguide.com/real-estate-house-prices/T>>

<sup>1096</sup> Fuente: "House Prices Worldwide, Malaysia", en el portal Web *Global Property Guide*, en < URL: <http://www.globalpropertyguide.com/real-estate-house-prices/M#malaysia>>, (accedida el 02.01. 2016)

<sup>1097</sup> Notas: Alquileres de 1400 RM (300 Euros) mensuales en Malasia por activos valorados en 500000 en 2009 en barrios residenciales de clase media en la ciudad de Subang, Estado de Selangor.

<sup>1098</sup> Fuente: National Property Information Centre Malaysia (Centro Nacional de Información sobre el Inmobiliario de Malasia), 2015, Estadísticas sobre superficie construida en Kuala Lumpur, 1985-2014. Se pasa de 1,794,589 de m<sup>2</sup> en 1985 a 8,097,642 m<sup>2</sup> de oficinas en 2014. Los mismos resultados se para la construcción de centros comerciales: de 1,214,386 m<sup>2</sup> en 1992 a 12,997,333 en 2014. Estadísticas oficiales en <URL: <http://napic.jpoh.gov.my/portal>>, (accedidos el 14.09.2015).

<sup>1099</sup> THEAN LEE CHENG, "The ever-rising house prices", Kuala Lumpur, *The Star* (19.01.2013), en < URL: <http://www.thestar.com.my/story/?file=%2F2013%2F1%2F19%2Fbusiness%2F12598007>>, (accedido el 31.03.2015).

<sup>1100</sup> Op. cit., FOLK, BRIAN, y JOMO, K. S., 2003, pp. 2-4.

<sup>1101</sup> Op. cit., THAM SIEW YEAN y LOKE WAI HENG, 2012, en pp. 180-186, y ANÓNIMO, "Malasia 2013, Informe Económico y Comercial", Oficina Comercial de España en Malasia, octubre de 2013, 39 páginas, p.19.

<sup>1102</sup> Op cit., HALL, HIL, pp. 13-35, y op. cit. GÓMEZ, EDMUND TERENCE, 2012, pp. 66-67.

<sup>1103</sup> Op. cit., DENT, CHRISTOPHER, 2002, p. 124.

organizar los negocios chinos<sup>1104</sup> para crear grupos de empresas competitivos a escala internacional. Sólo en las nuevas generaciones se percibe una percepción más científica y competitiva del funcionamiento de la empresa moderna, del contraste con la empresa occidental o extremo oriental. En suma, los procesos de transición de PYMEs a grandes conglomerados de empresas, así como la progresiva profesionalización de las grandes empresas chinas, afectan a estos valores culturales y prácticas de corte tradicional, acercándoles a las imperantes en las grandes empresas internacionales occidentales.

## 4.2 La Guerra Fría: La China "agresiva" y el problema de la doble minoría.

Según Stuart Fox<sup>1105</sup>, la China de *Mao Tse Tung*, prácticamente aislada del sistema capitalista internacional, intentó promover revueltas y partidos revolucionarios y "anti imperialistas" en la región. China es marginada progresivamente por las grandes potencias, aunque el miedo a la revolución se extiende de Kuala Lumpur a Yakarta. Ni la URSS ni los EEUU habrían facilitado una mayor influencia de la RP China en la región, además, las revueltas comunistas promovidas por los chinos en el campo capitalista fueron o bien sofocadas o bien controladas con relativa facilidad (Malaya, Filipinas, Birmania o Indonesia). Una China agresiva y desacreditada<sup>1106</sup>, empobrecida desde el desastre económico del "*Gran Paso Adelante*". ¿A qué responde esta política de poder duro? En todo momento, China (desde la era Qing) tiene muy en cuenta las discriminaciones experimentadas por los chinos de la Diáspora en todo el Sudeste Asiático, erigiéndose como valedora de los chinos ante las élites políticas indígenas durante la Guerra Fría tanto en Malasia, como en Indonesia, Tailandia<sup>1107</sup>, Birmania<sup>1108</sup> y Vietnam. El trato propinado por los comunistas vietnamitas de *Ho Chi Minh* a la minoría china en Vietnam en los 70, resentido por Pekín, y en la Malasia Peninsular, el apoyo al Partido Comunista de Malaya (MCP) de *Chin Peng*, habría respondido a la condición miserable de los chinos más pobres (aunque el apoyo de la RP China fuera limitado).

El conflicto entre Malasia y Singapur<sup>1109</sup> le habría servido a Sukarno para aunar fuerzas con posturas encontradas, el Partido Comunista de Indonesia (PKI) y el Ejército, frente a un supuesto enemigo exterior común y así consolidar un sistema político autoritario de "*democracia guiada*", que suprimió la actividad parlamentaria concentrando el poder en su persona. Su cuestionamiento del proyecto de Federación Malasia, recibió inmediatamente la bendición de Pekín. Entre otras razones porque al estar concentrados en una guerra exterior con Malasia y Singapur, el problema del resentimiento de los malayos indonesios para con la poderosa minoría china<sup>1110</sup> habría pasado a segundo plano. La *Konfrontasi*<sup>1111</sup> habría consolidado un eje Pekín-Yakarta,

---

<sup>1104</sup> Op. cit., FOLK, BRIAN, y JOMO, K.S., 2003, pp. 73-91 y p. 8.

<sup>1105</sup> STUART-FOX, MARTIN, *A Short History of China and South East Asia, Tribute, Trade and Influence*, Crow's Nest, Allen & Unwin, 2003, 278 páginas, pp. 184-186, 188 y 200.

<sup>1106</sup> GELBER, HARRY G., *The Dragon and the Foreign Devils, China and the World. 1100 BC to the Present*, edición de bolsillo de la 1ª edición de 2007, Londres, Reino Unido, Bloomsbury Publishing, 2008, 494 págs., p. 377.

<sup>1107</sup> AAVV, *The Emergence of Modern South East Asia, A New History*, 1ª edición al cargo de Norman G. Owen, Singapur, Singapore University Press, 2005, 547 páginas, pp. 448-449. Norman G. Owen es profesor de Historia del Sudeste Asiático (ha trabajado en demografía filipina), en la Universidad de Hong Kong.

<sup>1108</sup> Op. cit., THANT MYINT-U, 2011, pp. 88-91.

<sup>1109</sup> Op. cit., STUART-FOX, MARTIN, 2003, pp. 178-179.

<sup>1110</sup> Op. cit., STUART-FOX, MARTIN, 2003, p. 238.

<sup>1111</sup> CHINYONG LIOW, JOSEPH, *The Politics of Indonesia-Malaysia Relations: One Kin, Two Nations*, colección "Routledge Curzon Contemporary South East Asia", Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, 2008 (1ª edición de 2005), pp.

Indonesia sale de las NNUU y se vuelve dependiente de la ayuda de la RP China. Una vez reducida y eliminada, respectivamente, la ayuda soviética y norteamericana, Indonesia sería campeona de los derechos de los "pueblos oprimidos", cabeza de lanza para la exportación de la revolución de los "comunistas de mantequilla" de Pekín. Esta situación pone a Yakarta en una posición muy delicada: el acercamiento de Sukarno al PKI y por tanto a la RP China, y el aislamiento de las fuerzas políticas conservadoras de corte musulmán en la acción de gobierno, suscitó temores entre los mahometanos, el de una subversión de los comunistas, en su mayoría chinos. El genocidio de 1965 auspiciado por el golpe de Estado de 1965, aún a sectores musulmanes con el Ejército y sigue al abyecto desastre económico de la era *Sukharno* (pobreza extrema para la mayor parte de la población): cientos de miles de simpatizantes o personas asociadas al PKI murieron en pocas semanas (por "comunistas"), abrumadoramente chinos de la Diáspora, en su gran mayoría asesinados por malayos (musulmanes).

Paralelamente, el premier *Harold Wilson* ya habría avisado al *Tunku (príncipe) Abdul Rahman* de Malasia, de las consecuencias que habrían tenido represalias contra el PAP singapurense durante la expulsión de Singapur de Malasia (1965): una reevaluación de la política británica para con Malasia, y especialmente en lo tocante a sus relaciones con Indonesia<sup>1112</sup>, lo que trajo la movilización de una fuerza naval disuasoria que contribuyó a atemperar el peligro de una invasión indonesia. El conflicto era inevitable<sup>1113</sup>: el carácter del nacionalismo malayo malasio propugna a una transición a la independencia liderada por una élite conservadora que habría pretendido mantener su estatus y "privilegios especiales" malayos feudales (suave sin costes económicos apreciables<sup>1114</sup>), que sólo podía chocar frontalmente con los socialistas pan malayos o los reformistas islámicos indonesios (cuya revolución tuvo unos costes económicos enormes, con gran sufrimiento para su población). Los lazos de lengua, culturales e históricos de Malasia en el espacio indonesio, son bastante mayores con Sumatra (sultanato de Aceh), donde perviven rasgos de las sociedades malayas feudales propios de Malasia, que con Java (Batavia, Yakarta), lo que habría anticipado la competencia de centros políticos de Malasia y Singapur con la capital de Indonesia en tiempos de Mahatir<sup>1115</sup>.

Existen fricciones regularmente entre Yakarta y Kuala Lumpur en materia de emigración, como prueban las repatriaciones de emigrantes ilegales indonesios tras la crisis de 1997. La emigración indonesia es un componente fundamental de la economía malasia, que permite mantener los costes laborales a niveles ínfimos<sup>1116</sup>. Aunque la afinidad cultural islámica y la lengua común es algo que se tiene en cuenta a la hora de favorecer la emigración histórica indonesia a Malasia, para promover los intereses malayos (musulmanes), cuando el Gobierno de Malasia expulsa a cientos de miles de personas de marzo de julio de 2002<sup>1117</sup>, no parece

---

160-172. El profesor Chinyong Liow, imparte en la Escuela de Estudios Estratégicos S. Rajaratnam de Singapur, es una de las autoridades de referencia sobre el Islam en el contexto del Sudeste Asiático.

<sup>1112</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 2002, p. 23, y TILL, GEOFFREY, "A Little Ray of Sunshine: Britain and the Origins of the FPDA - A Restrospective on Objectives, Problems and Solutions", en AAVV, *Five Power Agreements at Forty*, 1ª edición al cuidado de Ian Storey et al., Singapur, Institute of South East Asian Studies (ISEAS), 2011, 129 páginas, pp 3-4.

<sup>1113</sup> Op. cit., CHINYONG LIOW, JOSEPH, 2008, p. 161.

<sup>1114</sup> Ibid., 2008, p. 165.

<sup>1115</sup> Ibid., 2008, p. 168.

<sup>1116</sup> Fuente: Portal Glassdoor, Sueldos en McDonalds en Malasia, en

< URL: [http://www.glassdoor.com/Salary/McDonald-s-Malaysia-Salaries-EI\\_IE432,0,10\\_IL,11,19\\_IN170.htm](http://www.glassdoor.com/Salary/McDonald-s-Malaysia-Salaries-EI_IE432,0,10_IL,11,19_IN170.htm)>, (accedido el 21.03.2015). El coste de la vida no se aleja mucho del de España y los sueldos van de 1.25 Euros a 2 euros la hora, en los restaurantes de comida rápida a 03.01.2010.

<sup>1117</sup> LIOW, JOSEH, "Malaysia's illegal Indonesian migrant labour problem: In search of solutions", Singapur, *Contemporary Southeast Asia*, 2003, tomo 25, n°1, pp. 44-64.



haber mayores problemas que los mismos Derechos Humanos de los inmigrantes: culpar al extranjero, toda una tradición en Malasia, de males reales o inventados. Históricamente, el gobierno malayo (musulmán) de Malasia habría favorecido la emigración indonesia malaya para garantizar la superioridad numérica de los malayos frente a los chinos e indios (1957-1990). Cuando el ciclo económico o político lo ha precisado, se le ha abierto las puertas a los indonesios. Con las crisis de 1998 y de 2008, se les cerró la puerta; tras la de 98 con un auténtico portazo. La proximidad, la riqueza relativa de Malasia y el balance demográfico indonesio expelen cientos de miles de emigrantes a territorio malasio, el grueso de lo que suponía en 2003 era más de un millón de indocumentados. Finalmente, parece preciso indicar los malos tratos recibidos por los cientos de miles de empleadas del hogar indonesias en hogares malasios (jornadas del 18 horas, plagadas de vejaciones), donde la clase media disfruta de una existencia muy holgada<sup>1118</sup><sup>1119</sup>. La situación en Singapur es parecida<sup>1120</sup>, y en ambos países los suicidios de empleadas del hogar indonesias son más que frecuentes.

Desde un principio, Malasia habría jugado un rol muy importante en la ASEAN<sup>1121</sup> y sus instituciones para la resolución pacífica de conflictos en el Sudeste Asiático, a través de la cooperación (consultas y consensos), y la no injerencia recíproca en los asuntos internos de sus miembros: la filosofía de la ASEAN, lo que probablemente acarree excesiva ambivalencia. Estos principios se concretaron en dos documentos: la Declaración de Concordia de la ASEAN (DAC) y el Tratado de Amistad y Cooperación de la ASEAN (TAC)), influidos por la postura neutralista de la ZOPFAN (*Zona de Paz, Libertad y Neutralidad* constituida en tiempos por los países anti comunistas del "*Telón de Bambú*"). El ARF (Asean Regional Fórum), incluye a todos los stakeholders en los asuntos de Seguridad de la ASEAN, desde India y China a la UE, Australia y los EEUU: un foro multilateral privilegiado para la discusión de asuntos de Seguridad Internacional y Defensa en la zona, incluyendo a los potenciales adversarios (de la ASEAN y entre países de la ASEAN) en lugar de crear coaliciones contra los mismos. Para Mauzy y Milne, desde un principio en el ARF se tendría en cuenta la percepción de declive relativo de los EEUU en materia securitaria y el ascenso regional de la RP China. El ARF, que llega a jugar el rol de facilitador del diálogo entre los EEUU y China, se constituiría como foro multilateral alternativo (y complementario) a los acuerdos bilaterales entre EEUU o China y cada uno de los países de la ASEAN. La extrema violencia y las consecuencias terribles de la revolución en Indonesia, habrían dejado una impronta en las élites malasio-singapurenses que perduraría hasta la actualidad. Todo esto más allá, por una parte, del encuadramiento de Malasia y Singapur en el "*Acuerdo de los Cinco Poderes*"<sup>1122</sup> de la Commonwealth Británica, en la órbita de los EEUU dada la importancia estratégica del Estrecho de Malaca en el comercio internacional del mundo capitalista moderno occidental; así como, por la otra, de la configuración de identidades culturales diferenciadas: la identidad cultural de Malasia y Singapur ya es muy distinta a la de Indonesia. Aunque muy crítico con la Commonwealth y el Reino Unido, en su política de "*Mirar al Este*". Mahatir no

---

<sup>1118</sup> ANÓNIMO, "Malaysia: Migrant Workers Fall Prey to Abuse. Mass Expulsions Ensnare Refugees; Migrant Women Lack Legal Protections", Nueva York, en el sitio web de Human Rights Watch, 19.05.2005, en <URL: <http://www.hrw.org/news/2005/05/16/malaysia-migrant-workers-fall-prey-abuse>>, (accedido el 21.03.2015).

<sup>1119</sup> AGENCIA FRANCE PRESSE, "Protest as Malaysian vacuum cleaner advert says: 'Fire Indonesian maids'", *The Guardian* (Londres, 02.02.2015), en < URL: <http://www.theguardian.com/world/2015/feb/05/protest-as-malaysian-vacuum-cleaner-advert-says-fire-your-indonesian-maids> >, (accedida el 10.02.2015).

<sup>1120</sup> ANÓNIMO, "Maid to Order Ending Abuses Against Migrant Domestic Workers in Singapore", Nueva York, Informe de Human Rights Watch, diciembre de 2005, volumen 17, no 10 (C), en (accedido el 21.03.2015) <URL: <https://www.hrw.org/reports/2005/singapore1205/>>.

<sup>1121</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 1999, pp. 123-128.

<sup>1122</sup> Op. cit., TILL, GEOFFREY, 2011, p. 10.

rescinde sus acuerdos de defensa con las mismas: el Acuerdo de los Cinco Poderes significa la coordinación militar y maniobras conjuntas, con base en *Butterworth*, Malasia, e incluye al Reino Unido; Australia; Singapur y Malasia, y nace como contrapeso a la agresividad de la Indonesia de Sukharno y al comunismo<sup>1123</sup>, e inaugura un discurso populista asianista (jugando a dos barajas) en Malasia. Por una parte, Mahatir es pro islámico; pro países no alineados y pro países en desarrollo, lo que caracteriza a la política exterior malasia moderna. Prueba de esto sería el rol de Malasia en sus propuesta de Reforma del Consejo de Seguridad de NNUU, para que este no fuera dominado por países occidentales capitalistas así como las instituciones económicas del tipo del FMI y el Banco Mundial (abriendo la puerta a aquellos orientales, nada democráticos, en buena línea asianista, y proponiendo entre otras medidas, la eliminación del *Derecho de Veto* de las grandes potencias victoriosas en la Segunda Guerra Mundial). Sin embargo, en todo momento la postura de Malasia con Mahatir (hasta 2003) fue anti comunista, e incluso pro occidental. Prueba de esto es su posición con relación a la *Primera Guerra del Golfo* (1991): campeón de los derechos de los países "pobres" del Sur frente a los ricos del Norte, censurando a los EEUU pero tolerando los excesos de Arabia Saudita, Mahatir apoyó a los norteamericanos bajo el presidente Bush Sénior en NNUU, contra el Iraq de Saddam Hussein. Esta postura encontró un fuerte rechazo en Malasia entre los malayos (musulmanes), pues suponía autorizar la fuerza militar contra mahometanos, de parte de una potencia "infidel". La realidad económica malasia y del ASEAN y la fuerte presencia de la empresa occidental en Malasia, se impusieron a consideraciones populistas: Si bien la política exterior nominal de Malasia pareciera la de un país islámico del Golfo como pueda ser Kuwait, sin conexión alguna aparente con los intereses de las grandes minorías étnicas china e india al timón de la economía del país, sus intereses políticos y económicos se promueven de manera bastante distinta en la praxis<sup>1124</sup>. Prueba de ello fue la cooperación de Mahatir con los EEUU, para neutralizar a terroristas islámicos antes y después del atentado de las Torres Gemelas de 2001 en Nueva York, un puntal firme en la lucha anti terrorista norteamericana y en el control de la piratería de los Estrechos.

Según Sodhy<sup>1125</sup>, tras los atentados del 11.09.2001 los EEUU ampliaron los créditos para el acceso malasio a armamento y formación militar norteamericanos de última generación (aviones F18 y buques de desembarco de tanques, entre otros). El acceso de barcos y aviones americanos a puertos y aeropuertos malasios (existen ejercicios navales conjuntos bilaterales anuales), jugó un rol bastante importante en la *Operación Enduring Freedom* contra Afganistán. Si bien Mahatir se opuso repetidamente a la intervención militar occidental en Iraq en 2003, su sucesor, Abdullah Badawi (2003-2009), en su tono amable y de bajo perfil, propugnó una aproximación a EEUU. Badawi eliminaría el tono agresivo y populista de Mahatir, erigiendo a Malasia como líder entre los países musulmanes moderados en desarrollo, en un momento en el que Washington precisaba de ese apoyo concreto en el Sudeste Asiático, jugando un rol de intermediario entre estos y los EEUU (como en el caso de la proliferación nuclear en Irán). Malasia simbolizaría desde entonces el ejemplo de país próspero, musulmán y moderado a la vez ("*con quién se puede hablar*") en EEUU. Con Badawi se cimentaría la colaboración con EEUU en la Iniciativa de *Seguridad de Contenedores de la Aduana Norteamericana* (CSI) (los servicios de aduanas portuarias de los EEUU colaborarían estrechamente con los malasios en materia de

---

<sup>1123</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 1999, p. 145.

<sup>1124</sup> Ibid., 1999, p. 135.

<sup>1125</sup> SODHY, PAMELA, *Malaysia United States relations 2000-2011*, 1ª edición, Kuala Lumpur, Malasia, Institute of Strategic and International Studies (ISIS), 126 páginas, en< URL: [http://www.isis.org.my/attachments/e-books/Pamela\\_Sodhy\\_Malaysia-US\\_Relations\\_Oct2012.pdf](http://www.isis.org.my/attachments/e-books/Pamela_Sodhy_Malaysia-US_Relations_Oct2012.pdf)>, (accedido el 10.03.2015), pp. 12-18; 25-35.

narcóticos, y para escanear contenedores en búsqueda de armas de destrucción masiva, bacteriológicas y químicas y con destino a los EEUU); además de la Iniciativa de Seguridad de Proliferación (PSI), para limitar la proliferación de armas de destrucción masiva o misiles relacionados y su transporte marítimo, estos dos últimos roles reforzados con el ascenso del Premier Najib Tun Razak en 2009. Además, EEUU habría aportado financiación para la construcción de radares en Sabah en la Malasia Peninsular (12 millones de dólares), y ayuda para la formación y equipamiento militar (8 millones de dólares de 2003 a 2008). Malasia también firmaría con EEUU la *Iniciativa de Asistencia Mutua Legal*, en la cooperación estrecha en la aprehensión y procesamiento de terroristas en ambos países.

Sin embargo, en un pasado Mahatir apoyó decididamente a los musulmanes bosnios durante la guerra conducente a la descomposición de la antigua Yugoslavia, llegando a cuestionar las sanciones impuestas por NNUU a Malasia por venderles armas, y se quejó repetidamente del trato a los presos islámicos en la prisión de *Guantánamo* (hasta 2003). El Premier *Badawi* hizo lo propio con relación a los presos de *Abu Ghraib* en Iraq, poco después, así como el Premier Najib tun Razak (desde 2009), con relación a al abordaje israelita del navío turco con ayuda humanitaria en dirección a la Franja de Gaza (2010)<sup>1126</sup>. Malasia destacó un contingente importante de tropas bajo bandera de NNUU malasio en Bosnia, y en 2013 había una fuerza de interposición malasia en el Líbano<sup>1127</sup>. En 2006, Malasia se opuso frontalmente a la invasión del Líbano por las fuerzas armadas de Israel, y sus ataques frecuentes a la Franja de Gaza, antes y después de 2013<sup>1128</sup>. Aquí, probablemente se asista a un idealismo de conveniencia que denote la distancia geográfica, política y cultural de los conflictos de gran calado de corte islámico en Oriente Medio. El coste de oportunidad político de oponerse a las intervenciones / política de los EEUU o Israel con relación a los países musulmanes en Oriente Medio en la distancia es cero<sup>1129113011311132</sup>, lo que contrastaría, marcadamente, con los cientos de *McDonald's*, *Starbucks* o *KFCs* e inversiones norteamericanas que inundan las ciudades malasias y singapurenses, y la ayuda logística que habría sido prestada a EEUU en sus ataques a determinados países musulmanes en las dos últimas décadas.

---

<sup>1126</sup> Op. cit., SODHY, PAMELA, 2012, p. 66.

<sup>1127</sup> ANÓNIMO, "Unifil, Interim UN Forces in Lebanon", en el sitio web de NNUU, disponible en < URL: <http://www.un.org/en/peacekeeping/missions/unifil/facts.shtml> >, (accedida el 15.02.2015).

<sup>1128</sup> Op. cit., SODHY, PAMELA, 2012, pp. 34-36.

<sup>1129</sup> AZAM AHMAD, ZHURIN, "Malaysia against bid to strike Syria", *The Star* (Kuala Lumpur, 05.09.13), disponible en < URL: <http://www.thestar.com.my/News/Nation/2013/09/05/Malaysia-against-bid-to-strike-Syria/> >, (accedido el 27.07.14).

<sup>1130</sup> ANÓNIMO, "Syria: a hasty intervention could be deadly", *The Observer* (Londres, editorial del 02.06.12), disponible en < URL: <http://www.theguardian.com/commentisfree/2012/jun/02/syria-intervention-observer> >, y DABASHI, HAMID, "Palestinians as a diverse society are neither reducible to Hamas nor can they be denied the right to resist occupation", en el sitio web de la cadena de TV Al Jazeera (17.07.14), disponible en < URL: <http://www.aljazeera.com/indepth/opinion/2014/07/hamas-provoke-israel-attack-201471512246535512.html> >.

Ambos artículos se incluyeron en el blog de IBRAHIM, ANWAR, líder del KeAdilan, partido de la oposición en 2014, en < URL: <http://anwaribrahimblog.com/2012/06/03/syria-a-hasty-intervention-could-be-deadly/> >, y en < URL: <http://anwaribrahimblog.com/2014/07/19/does-hamas-provoke-israel-to-attack-gaza/> >, (todos accedidos el 27.07.14).

<sup>1131</sup> ANÓNIMO, "Malaysians should be thankful they can celebrate Aidilfitri in peace", *New Straits Times*, Kuala Lumpur (27.12.14), disponible en < URL: <http://www.nst.com.my/node/18040> >, Existe una sección especial en la red de 11 páginas sobre Gaza en el *New Straits Times*, la voz del UMNO malayo (musulmán), con el título "Pray for Gaza" (Reza por Gaza), en < URL: <http://www.nst.com.my/prayforgaza> > (accedidos el 27.07.14).

<sup>1132</sup> Op. cit., SODHY, PAMELA, 2012, pp. 65-66.

La llegada al poder de Najib Tun Razak en 2009, refuerza el rol del *Asociación Estratégica de Malasia con los EEUU*, sobre todo para con el mundo musulmán, en el marco de la firma del *Tratado de Amistad y Cooperación entre la ASEAN y los EEUU*. Acercamiento demostrado por la presencia malasia en Afganistán en 2010: Obama elimina la línea dura de la administración de George Bush para con todo lo islámico ("*América y el Islam no son exclusivos, y no tienen que estar en competición*"), lo que es visto con buenos ojos por Najib y su Gobierno, en un entorno de crecientes relaciones económicas con EEUU y fuerte desarrollo malasio. Najib tiene como objetivo vender a Malasia en EEUU, con vistas a reforzar la fuerte inversión e importaciones norteamericanas, para lo cual pone en marcha una intensa actividad diplomática en EEUU: Malasia ya es el cliente número 18 de los EEUU en 2010, con un comercio cruzado de 34.000 millones de dólares<sup>1133</sup>. En 2011, Malasia participó en ejercicios conjuntos junto con la marina tailandesa y la de los EEUU, y aparecen acuerdos para la fabricación de armamento americano en Malasia para las fuerzas malasias (carabinas colt M4 de 56 mm), y con licencia para exportación en el área ASEAN, en un entorno de creciente interés malasio por la transferencia de tecnología militar norteamericana. Sin embargo, con *Najib* la postura del Gobierno Obama entra en una contradicción insalvable: ¿Cómo se puede ensalzar a un Gobierno de orientación islámica, el de Malasia, con el que supone "*que se puede hablar*", que lo único que hace es "taparle la boca" a los que proponen el respeto de los Derechos Humanos<sup>1134</sup>? Todo esto es aún más insostenible, dadas las alegaciones de corrupción y quiebra de Derechos Humanos en torno a la persona del mismo Primer Ministro Najib (el caso *Escorpene* y el asesinato de *Altantuya*).

En materia comercial, en los 80 aparece la política económica de "*Mirar al Este*" ("*Look East*"), en coherencia con las ideas asianistas del mismo Premier Mahatir (1981) y el malayismo de su NEP<sup>1135</sup>. Mirar a Japón y Corea, la primera generación de países industrializados en Asia: Malasia debería de emular sus prácticas políticas, de gobernanza económica y empresarial para alcanzar sus niveles de vida a la altura de 2020, lo que recuerda a las connivencias entre malayos y japoneses que se dieron durante la ocupación nipona de Malaya durante la II Guerra Mundial. En el marco de "*Mirar al Este*", Mahatir no nombraría nunca ni a Singapur; ni a *Hong Kong*, ni a *Taiwán* como países del "*Este*" de Asia. La competencia etnopopulista y "*multi-racista*" de Malasia, parece estar detrás de esta omisión conveniente de las áreas económicas de segunda generación de la Diáspora China, donde se alcanzaron los niveles de vida que gozan Japón y Corea: los primos hermanos del 25% de la población de Malasia, los chinos de la Diáspora en el Este de Asia. Esta omisión es más cuestionable en cuanto los chinos malasios fueron duramente castigados por los japoneses durante la ocupación. Mahatir, en su anti colonialismo occidental contra la "*conspiración judía*" mira al "*Oriente*", como alternativa anti "*Occidente*", pero obviando a más del 25% de la población de Malasia: chinos de la Diáspora, algo aún más contradictorio cuando son las relaciones económicas entre las etnias chinas y entre estas y la RP China, las que explican la mayor parte de su dinamismo económico reciente de Malasia. De cualquier modo, Mahatir intentó "*japonizar*" a Malasia encontrándose con la oposición sindical, reacia a que sus actividades se circunscribieran a la empresa, al estilo japonés. ¿Transformar al malayo en japonés? Es difícil imaginarse a los malasios trabajando tan intensivamente como los japoneses dadas las diferencias evidentes: culturales; de dotación de recursos; de desarrollo económico y educativo relativos y de especialización productiva. Mahatir aspiró a una Malasia

---

<sup>1133</sup> Op. cit., SODHY, PAMELA, 2012, pp. 52-65.

<sup>1134</sup> Ibid., 2012, pp. 37-40, p. 62 y p. 65.

<sup>1135</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 1999, pp. 55-56.

corporativista, al estilo de los grandes conglomerados industriales japoneses de otrora. Una "*Malasia SA*" parecida a la "*Singapur SA*", modelo de cooperación estrecha entre empresarios y trabajadores que ya estaba dando síntomas de agotamiento en ese momento en el mismo Japón, antes de la crisis financiera japonesa de 1991. No es extraño que la sociedad tradicional asiática tradicional asiática, jerárquica, corporativa y organizada de Japón, le pareciera a Mahatir más deseable que el caos organizado y vital de los chinos, su ley de la jungla a la "*Sólo ante el peligro*". Tampoco encontró demasiado apoyo entre los japoneses, interesados en un comercio desigual con Malasia, de importación de sus materias primas a cambio de exportaciones japonesas de bienes industriales y de alta tecnología; reticentes a transferir tecnología a Malasia y comprar productos industriales malasios, preocupados por el bajo respeto por la propiedad intelectual e industrial en este país. La respuesta de Mahatir no se dejó esperar, acusó a los japoneses de "*mantener una relación colonial*" con Malasia.

Paradójicamente, Mahatir (1981-2003) sí que habría mostrado su apoyo al sistema político autoritario chino para mantener la unidad territorial (seguir la transición soviética habría llevado a la fragmentación), e identificó el rol determinante que China iba a tener en la economía mundial y favoreció su ascenso: Mahatir anticipó que Malasia como Singapur sacarían enorme partido del crecimiento económico del Imperio Medio<sup>1136</sup>, a medida que China mejorara la organización de sus recursos humanos. En Singapur y el Estado de Penang, la mayor parte de los chinos lo son de habla "*hokkien*", como en Taiwán, y en Kuala Lumpur lo serían de habla "*cantonesa*", como en Hong Kong. Lógicamente, los flujos de exportación de Malasia se iban a dirigir o a Taiwán, o a la Zona Económica Especial de Hong Kong y las provincias de la RP China colindantes (*Guandong*, de donde sale el chino cantonés, y *Fujian*, de donde sale el hokkien). El ascenso de los "*dragones*" asiáticos chinos de segunda generación, y la apertura posterior, ascenso e interrelaciones con la RP China, determinó un aumento espectacular de los flujos comerciales, de IDE y financieros, de los chinos malasio-singaporenses en este ámbito regional de la Diáspora China desde los años 80. En 2012, la RP China llega a ser el primer socio comercial de Malasia, si se suman las exportaciones a la RP China y a Hong Kong (China): las exportaciones a China pasan de algo menos de 4 mil millones de dólares en 2001, a algo más 26 mil millones en 2015. A China le seguiría Singapur, de donde se re exportan /importan una gran parte de las mercancías destino/originarias a /de China.

Mahatir comprendió bien el ascenso chino pacífico, sin fricciones territoriales mayores con las potencias vecinas, desde la muerte de Mao Tse Tung hasta la crisis de 2008. Sin embargo, aunque no anticipó la revitalización de los conflictos en el Mar de China con origen en los años 90 tras la crisis económica de 2008, sí preconizó que, para contener el ascenso militar chino como contrapartida de su intenso desarrollo económico, sería necesario la cooperación y refuerzo entre todas las potencias capitalistas del Sur, Este y Sudeste de Asia en la órbita norteamericana y occidental (ahora Vietnam e India). Hasta 1996, Mahatir criticó repetidamente la presencia militar de los EEUU, aunque desde 1996 se intensificara la presencia militar americana en la zona, lo que sigue a la cooperación de Malasia con los EEUU en la Guerra del Golfo.

---

<sup>1136</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 1999, pp.132-133.

Tabla 19  
Exportaciones de Malasia 2008-2012 por países, en miles de dólares

	2001	2005	2010	2015
Mundo	88004487	141624046	198790691	200210872
Singapur	14913010	22078783	26552830	27842989
China	3821010	9284400	25057169	26062954
Japón	11711290	13340230	20611236	18947306
EE.UU	17816010	27815727	18981095	18928949
Tailandia	3359963	7592167	10628483	11403388
Hong Kong, China	4025970	8245964	10117899	9459537
India	1577051	3997780	6516311	8128612
Indonesia	1563104	3312085	5628912	7469624
Australia	2052045	4790396	7467064	7208756
Corea del Sur	2935718	4840808	7522740	6476229
Taiwán	3188719	3976060	6275233	6097315
Países Bajos	4060342	4730958	6286028	6005469
Alemania	2043727	2950389	5393103	5041258
Vietnam	473841	1159582	3546394	4465664
Filipinas	1287491	1985287	3109385	3383873
UAE	833467	1847642	3791790	3038580
Reino Unido	2310297	2495706	2237842	2391910
Fuente: Trademap, base de datos de Comercio Exterior de NNUU, 2015				

Desde un principio y siguiendo el ejemplo de la Unión Europea<sup>1137</sup>, se intentó favorecer la cooperación económica, comercio e inversiones entre los miembros de la ASEAN. El AFTA, la Zona de Libre Cambio de la ASEAN, es su principal creación, lo que significa la eliminación de barreras arancelarias entre sus miembros. Mahatir entiende que el comercio internacional e interrelación económica con las naciones vecinas, como lo hizo la Unión Europea en su ámbito regional, es el mejor camino para eliminar posibles conflictos en Asia, atrayendo a China lo más posible para evitar pulsiones agresivas (a través del acuerdo ANSA-China entre los países de la ASEAN y la RP China). Dos consideraciones clave en la política de *Mahatir*, en lo tocante a su promoción de la ASEAN, fueron la aparición del NAFTA norteamericano (Tratado de Libre Comercio entre Méjico, EEUU y Canadá), así como la intensificación del proceso de integración económica y comercial al calor de la UE desde el Tratado de Maastricht. Dos movimientos que habrían anticipado presiones competitivas /o proteccionistas para con los productos e intereses de la ASEAN.

<sup>1137</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 1999, pp. 128-133.

La política crítica para con Occidente (pero con Occidente) desde Mahatir también se concretaría en lo económico, plasmándose por las reticencias de Malasia ante la institucionalización del APEC. El APEC (Foro de Cooperación Económica Asia Pacífico), que incluye a la ASEAN y todas las potencias a ambos lados del Pacífico incluidos los países occidentales, tiene un objetivo más concreto: la liberalización de flujos comerciales e inversiones en toda el área geográfica del Pacífico. Ambos objetivos estarían en vía de consecución, y se habría avanzado algo en temas de cooperación tecnológica y transferencia de tecnología. En el seno del APEC, aparece el Acuerdo Estratégico Trans Pacífico de Asociación Económica (TPP), el proyecto de zona de libre comercio en el Pacífico, al que ya pertenecen: Brunei; Australia; Singapur; Nueva Zelanda, y que estarían negociando en 2015: EEUU; Australia; Perú; Vietnam; Malasia; Méjico; Canadá; Japón, Taiwán y Corea del Sur. Como consecuencia del APEC, a principios del siglo XXI aparece el ASEM, el foro ASEAN-Unión Europea: La UE habría llegado a considerar al APEC, como una máquina de guerra bajo liderazgo norteamericano, cuyo objetivo fuera excluir a Europa de los crecientes intercambios con los países asiáticos desde los años 90. En el APEC, EEUU estaría ejerciendo presión en materia de inversiones y comercial sobre sus socios asiáticos, de ahí la necesidad del contrapeso del ASEM para promover los intereses de la Unión. En opinión de Mahatir, la APEC habría beneficiado a los EEUU frente a las potencias asiáticas. Esta situación se habría concretado en la propuesta de un foro alternativo para temas de comercio internacional (el EAEC), que excluyera a EEUU y la UE de las mesas de negociación asiáticas. El proyecto del bloque comercial del EAEC, que favorece el comercio entre los países asiáticos del Este y Sudeste Asiático, habría nacido con el fin de contrarrestar la aparición de la zona de libre comercio de Australia y Nueva Zelanda (NAFTA austral), y la Unión Europea: Mahatir habría favorecido la EAEC en pos de su política "Look East" (Política de Mirar al Este) frente al APEC y el ASEM. Las diferencias de niveles económicos y desarrollo habrían sido uno de los escollos detrás del fracaso de este proyecto de bloque comercial (un poner las existentes entre Japón y Vietnam). Además, la postura de Mahatir habría asustado a una variedad de socios comerciales asiáticos dentro y fuera de la ASEAN. Nos referimos a Indonesia y Japón, entre otros, aparte de que sea posible hubiera rivalidades con Japón y Corea, dados sus vínculos económico comerciales con países occidentales. La EAEC se encuentra paralizada en el momento de escribir estas líneas: Al incluir inicialmente a China, Japón y la ASEAN, se volvería a ganar ímpetu en el proyecto de la EAEC, el proyecto de bloque comercial sólo entre países del Este y Sudeste Asiáticos. Sin embargo, este contenido ha sido desvirtuado progresivamente ante la inclusión de Australia y Nueva Zelanda (a estos dos Malasia los intentó excluir), así como todos los países ribereños del Asia del Sur. Queda el ASEAN+3 que incluye a Japón, China y Corea, el foro de cooperación entre estos países para coordinar el creciente comercio e inversiones regionales con enorme importancia en la coordinación en materia monetaria y cambiaría en la crisis de 1997 (lo que acrecentó el prestigio de la RP China). Finalmente, el ASEAN + 3 es el foro desde el que China quiere proyectar su influencia regional en su competencia con los EEUU<sup>1138</sup>.

En el debate sobre Derechos Humanos, y ante la crítica de las potencias occidentales sobre la situación de los mismos en Malasia y Singapur<sup>1139</sup>, desde Mahatir (como desde *Lee Kuan Yew* en Singapur), se tomó la

---

<sup>1138</sup> YU-SHEK CHENG, JOSEPH, "Sino ASEAN relations in the early Twenty-First Century", en AAVV, *The Chinese in South East Asia*, volumen VI, colección Routledge Library on South East Asia, 1ª edición al cuidado de Geoff Wade, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, 2009, 348 páginas, pp. 243-270, en p. 265.

<sup>1139</sup> Op. cit., DENT, CHRISTOPHER M, 2002, p. 89. Singapur habría mantenido una postura excéptica, tanto en materia laboral como medioambiental: lo que suscita la impresión tanto de promoción del dumping social como el medioambiental.

vía asianista: lo importante serían los derechos económicos más que los políticos<sup>1140</sup>, así se evitaría el cuestionamiento de las élites políticas autoritarias locales, propugnando la estabilidad económica (la inversión extranjera y el crecimiento económico) y su acercamiento a las élites políticas autoritarias del Partido Comunista de la RP China. En el orden del comercio de la ASEAN con Occidente, en base a bajos costes laborales y laxitud en la regulación medioambiental, Mahatir ya tuvo diferencias con los países de la OCDE en materia de Normas Internacionales del Trabajo (condiciones laborales, sueldos, derechos sindicales) promovidas por ILO (la Organización Internacional del Trabajo) como pre condición para la liberalización comercial en el seno de las negociaciones de la Organización Mundial del Comercio: el tratamiento autoritario de sindicatos y partidos políticos en los países de la ASEAN, alineada con la RP China en este aspecto<sup>1141</sup>, están en la mente del regulador occidental en las negociaciones multilaterales. Para Mahatir estos estándares fueron una política "colonialista", proteccionismo occidental con el fin de privar de competitividad a la ASEAN: un escollo a su política desarrollista basada en el modelo de inversión extranjera y exportaciones típico de los tigres asiáticos.

#### 4.3 La China de perfil bajo y el poder blando chino, 1989-2008.

Para Stuart Fox, China estaría intentado recuperar su hegemonía histórica en el Sudeste Asiático<sup>1142</sup>. Tras el eclipse de la influencia europea en esta parte de Asia<sup>1143</sup>, EEUU sería el único poder occidental con capacidad militar y de negociación a escala asiática, en alianzas variables con las potencias asiáticas dentro o fuera del marco de la Commonwealth Británica. La visita de Nixon a Pekín en 1972, y especialmente la caída del Muro de Berlín en 1989, propugnan un acercamiento progresivo entre las potencias de la ASEAN y la RP China, y Malasia fue uno de los primeros países de la ASEAN en reconocer a la RP China. La caída del Muro de Berlín trae consigo el reconocimiento de la RP China por Singapur e Indonesia, hasta 1990 los únicos países reticentes. Este reconocimiento significó reconocer la unidad de China, luego por tanto suspender relaciones diplomáticas (aunque nunca las crecientes relaciones comerciales) con la Republica de China (Taiwán): la RP China significa desde entonces una parte sustancial tanto del comercio de Taiwán, como de sus inversiones y las entradas de emigrantes, lo que dificulta políticas de corte social por competencia en costes de producción para Taipéi. La actitud agresiva en lo militar y en el apoyo de revueltas o revoluciones con la impronta maoísta en toda la región de 1948 a 1979, se transforman en una política de perfil bajo desde un nivel de poder duro, una estrategia centrada en el crecimiento y desarrollo económico regional, coordinado, de China y el Sudeste Asiático. Desde entonces, China acrecenta su poder e influencia a escala regional, con mecanismos de cooperación y poder blando, como podrían haber sido las ventas de petróleo a las Islas Filipinas durante las crisis energéticas de los años 70 y 80 a "*precios de amigos*". La salida de los EEUU del Sudeste Asiático y la retirada de sus tropas de Vietnam, habrían propiciado un acercamiento inmediato de Tailandia a la RP China, prueba del pragmatismo a nivel de alianzas de los tailandeses desde tiempos de los británicos: como los juncos, "*dejándose llevar por el viento más fuerte*"<sup>1144</sup>. La relación que establece entre ambas potencias rezumaría del lenguaje tradicional de los reinos vasallos de China (reinos tributarios) en el Sudeste Asiático hasta la Era Míng:

---

<sup>1140</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 1999, pp. 136-138

<sup>1141</sup> Op. cit., GELLBER, HARRY, 2007, p. 417.

<sup>1142</sup> Op. cit., STUART-FOX, 2003, pp. 191-196.

<sup>1143</sup> Op. cit., GELBER, HARRY G., 2007, pp. 377-393.

<sup>1144</sup> Op. cit., STUART-FOX, MARTIN, 2003, p. 188.



tras la salida de los occidentales se establece una relación de *"hermano grande con su hermano pequeño"*, prueba de la visión jerárquica que impregna ambas culturas hermanas, altamente resentida por los *"hermanos pequeños"* del Sudeste Asiático. Por ejemplo, la ayuda militar y económica prestada por la RP China al Viet Minh de Ho Chi Minh, en pos de la expulsión de los franceses de Vietnam, se entendería en China, como muestra de la *"superioridad moral"* del *"hermano mayor"*, la RP China.

Una vez alineadas las principales potencias de la ASEAN a la RP China a primeros de los 70, el esfuerzo del premier Deng Xiao Ping se centra en contener a su único adversario a escala regional: Vietnam. La expansión vietnamita en Laos y Camboya, ante el vacío de poder de la retirada de las tropas norteamericanas, que es aprovechado por Moscú para aumentar su influencia regional, se tropieza con el intento de la RP China de *"disciplinar al hermano pequeño"*(en el lenguaje de la era Ming), en este caso, Vietnam. Esta rivalidad coincide con el acercamiento de la China de Deng a las potencias occidentales con el objetivo de modernizar la economía china: atraer la inversión extranjera; la tecnología y el turismo, para obtener las divisas necesarias: *"Gato negro o gato blanco, no importa mientras cace ratones"*, es el lema de la liberalización parcial exitosísima de la era Deng<sup>1145</sup> detrás de la modernización militar. Según Gelber, en los 80 *"EEUU era más importante para China que China para los EEUU"* tanto en lo económico como en lo militar<sup>1146</sup>. China habría pasado de ser adversario de los EEUU en los años 60 a ser su aliado para neutralizar a la Unión Soviética tanto en Asia Oriental (Vietnam), como Central (Afganistán) en los 80, así como para combatir el fundamentalismo islámico en Irán y Afganistán, más próximo a la provincia china de Xinjiang mayoritariamente musulmana, y su impacto en la seguridad energética global: la seguridad de sus propias fronteras habría determinado el cambio de política, radical, para con los EEUU, llegando a recibir China tecnología militar norteamericana<sup>1147</sup>. El intento fallido de la China de Deng de *"disciplinar"* al *"hermano pequeño"* de Vietnam en Camboya en 1979 (la derrota de la PLA a manos vietnamitas), habría puesto de manifiesto las debilidades del Ejército Popular de Liberación (PLA), llevando a una nueva estrategia, en este caso de poder blando, para conseguirlo. Sentado esto, se precipitó la primera carrera armamentística regional tras la Guerra Fría: los países de la ASEAN habrían incrementado notablemente sus presupuestos de defensa y adquirido armamento de última generación. La proyección de una estrategia de poder blando y el supuesto pacifismo de la RP China desde el fin del maoísmo hasta las postrimerías del siglo XXI, se correspondió con un fuerte crecimiento del presupuesto militar de la RP China en los 80 y los primeros 90 para equipar y formar a sus fuerzas armadas, puestas en evidencia al ser derrotadas por Vietnam en Camboya. Gelber indica que el retraso de la PLA en materia armamentística y militar a primeros de los 90, especialmente en lo tocante a las tecnologías de la información; telecomunicaciones y lo aeroespacial, no sólo se puso de manifiesto en Vietnam en 1979, si no en la primera Guerra del Golfo, cuando los EEUU se gradúan como híper potencia, aplicando estas tecnologías en su doctrina de la Revolución en Asuntos Militares (la RMA). Paradójicamente, a partir de los 90 la caída de la URSS significaría un ahorro notable de recursos militares para la RP China (ya no tiene que mantener un gran ejército estacionado para proteger sus fronteras con el ex gigante soviético), y serían Rusia e incluso Israel con quienes China mejora notablemente sus relaciones, y estarían suministrando a China armamento de alta tecnología (submarinos;

---

<sup>1145</sup> Op. cit., STUART-FOX, MARTIN, 2003, pp. 202-208

<sup>1146</sup> Op. cit., GELBER, HARRY G., 2007, pp. 377-393.

<sup>1147</sup> Op. cit. STUART-FOX, MARTIN, 2003, pp. 185-186, y op. cit. GELBER, HARRY G, 2007, p. 379.

aviones de combate), aunque según Gelber no del alto nivel del armamento norteamericano<sup>1148</sup>: escenario preocupante en un país que ha pasado de las locomotoras de vapor a los trenes de alta velocidad, una red de la que carece EEUU, en menos de 20 años.

La fortaleza militar china se entiende como garante de la integridad territorial tailandesa ante la expansión vietnamita a Camboya para parar a los khmers rojos (1980), de ahí los "*precios de amigo*" por el equipamiento militar chino vendidos al ejército tailandés, que parecerían sellar las relaciones de vasallaje para con el Imperio Medio. La debilidad soviética, principal valido de Vietnam y suministrador de ayuda económica y militar, así como la presión sino norteamericana sobre Vietnam en las postrimerías de la caída del Muro de Berlín, marcarían un punto de inflexión en la influencia china a escala regional. Según Gelber<sup>1149</sup>, EEUU y China, llegarían a reconocer el régimen político bárbaro y genocida de *Pol Pot* en Camboya que exterminó a dos millones de camboyanos, apoyado decididamente por Pekín<sup>1150</sup>. Además, los flujos tecnológicos y comerciales sinoamericanos se intensificaron y EEUU canceló el Tratado de Ayuda Militar a Taiwán. En correspondencia, la RP China apoyaría a las fuerzas anti comunistas en Angola para neutralizar los intereses de Moscú. Por tanto, el ingreso de Vietnam en la ASEAN (1992) se entiende como contrapeso regional a la influencia de Pekín: Vietnam se integra así económicamente en el Sudeste Asiático y marca las distancias políticas con la RP China. La política de liberalización de la economía vietnamita hacia formas capitalistas, precipita la cooperación con sus vecinos en el marco de la ASEAN: Malasia; Singapur y Tailandia, son inversores principales en la modernización de la estructura productiva con la política del "*Doi Moi*" de Vietnam desde los 90.

Durante los 80 y 90, el crecimiento económico de China alcanza tasas próximas al 10% del PIB anuales<sup>1151</sup>, llegando a doblar e incluso a triplicar el de los "*hermanos pequeños*" del Este y Sudeste Asiático<sup>1152</sup>: De 1990 a 2001, China crece al 10%, mientras que los demás países crecen bastante menos: Corea del Sur (5.7%); Taiwán (5.7%); Hong Kong (3.8%); Indonesia (3.8%); Malasia (6.5%); Filipinas (3.3%), Singapur (7.4%) y Tailandia (3.85). China llega a ser la 6ª economía mundial en 2000 (el 40% del PIB en el sector servicios), y la 2ª en 2012<sup>1153</sup>. En 2003, mientras China alcanza el 9.3%, Singapur no llegó al 1%. La estrategia de poder blando de la RP China ante la crisis del Sudeste Asiático de 1997 a 1999 fue bastante exitosa, reforzando su prestigio: China no es percibida en el periodo como potencia ofensiva en lo económico, ya que renuncia a devaluar su moneda, el Yuan Renmbinbi, frente a las monedas de los países del ASEAN, lo que le da un respiro a los "*hermanos pequeños*", para re estructurar sus economías en la peor de las crisis experimentadas desde la de 1929<sup>1154</sup><sup>1155</sup>. El comercio e inversiones internacionales, así como los flujos de ayuda bilateral y multilateral, afloraron a China con su política de liberalización selectiva de la cuenta corriente y de capital y

---

<sup>1148</sup> Op. cit., GELBER, HARRY G., 2007, pp. 397-398.

<sup>1149</sup> Ibid. 2007, pp. 380-381.

<sup>1150</sup> KURLANTZICK, JOSHUA, "China's Charm Offensive in Southeast Asia", Filadelfia, EEUU, Current History Inc., revista Current History, tomo 105, nº 692, 2006, pp. 270-276, en Proquest (id. 200717179), p. 1.

<sup>1151</sup> WONG, JOHN, "China-ASEAN relations", en AAVV, *The Chinese in South East Asia*, volumen VI, colección Routledge Library on South East Asia, 1ª edición al cuidado de Geoff Wade, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, 2009, 348 páginas, pp. 321-336, p. 322.

<sup>1152</sup> Op. cit., STUART-FOX, MARTIN, 2003, pp. 209-213, y op. cit., WONG, JOHN, p. 323.

<sup>1153</sup> Op. cit., GELBER, HARRY G., 2007, p. 401 y ANÓNIMO, "China, Overview", en la página del Banco Mundial, en < URL: <http://www.worldbank.org/en/country/china/overview> >, (accedido el 23.03.2015).

<sup>1154</sup> Op. cit., GELBER, HARRY G., 2007, p. 390.

<sup>1155</sup> Ibid., KURLANTZICK, JOSHUA, 2006, pp. 270-276.

zonas costeras especiales libres de impuestos, la "*Política de Puertas Abiertas*". Lógicamente, la oportunidad para la Diáspora China en Hong Kong, Taiwán y el Sudeste Asiático fue única: en 1989, los flujos comerciales entre Hong Kong y la RP China ya suponían el doble de los intercambios con Japón, su segundo cliente comercial (en 2000 las importaciones de la RP China de Japón significaban el 36% del total<sup>1156</sup>).

El crecimiento espectacular de los flujos comerciales entre China y el Sudeste Asiático, habría sido el evento de mayor trascendencia para la RP China en los años 90: Las ventajas en virtud de la lengua y cultura comunes de las comunidades chinas de ultramar son el catalizador natural tras la apertura china. Taiwán y Hong Kong (como centro intermediario del capital inversor en China de origen global), aportan no sólo recursos y oportunidades de negocio; know how en lo financiero y mercantil, si no su cultura y espíritu empresarial chinos y competencia en la gestión de empresas, bastante más internacionales y modernos en los 80<sup>1157</sup>. Los intercambios con Taiwán, llegan a ser enormes en los 90, aunque difíciles de cuantificar por el comercio e inversiones cruzados vía Hong Kong y Singapur con Taiwán y otros países de la Diáspora China. Además, el comercio con el minúsculo Singapur ya era bastante considerable (sexto cliente por volumen de negocio de China en 1990). La RP China, como en la era Qing o con el nacionalista *Chiang Kai Shek*, fomentó deliberadamente, la entrada del capital chino de la Diáspora y el comercio con los países del ASEAN con las comunidades chinas. Ya en 1997, el monto de la Inversión Directa Extranjera (IDE) en la RP China de los países de la Diáspora China del Sudeste Asiático significaba algo menos del 8% del total. Esta crece fuertemente tras la caída coyuntural de la inversión americana y japonesa posterior a los incidentes de *Tian An Men* (1989). Aunque probablemente fuera bastante más grande, dado el papel de intermediario que juega Hong Kong entre las comunidades de la Diáspora y China. Paralelamente, 2 tercios de la IDE en el Sudeste Asiático a finales de los 90, o bien provenían o se realizaban de/desde Singapur.

Gelber<sup>1158</sup> indica que el crecimiento económico chino inicialmente habría beneficiado a Japón, que habría cartelizado en grandes grupos sus industrias de exportación de productos manufacturados y tecnológicos de alto coste, para intercambiarlos por alimentos y materias primas importadas de la RP China. Japón y Corea habrían orientado su economía a la concentración de trabajo y capital en grandes grupos empresariales que iban a crecer en base a exportaciones. La consecuencia sería una fuerte imbricación entre las economías japonesa, coreana y china, que contrasta con sus delicadas relaciones diplomáticas desde los 90: Pekín recela de la creciente influencia regional de Japón y de sus fuerzas armadas (su cooperación con las norte americanas en materias de alta tecnología militar), pequeñas pero muy eficaces y de creciente tamaño como respuesta al ascenso y rearme chinos. Este proceso de internacionalización e integración beneficiaría ulteriormente a los países del Sudeste Asiático, también orientados al crecimiento económico en base a exportaciones, esta vez en base a bajos costes y salarios, a medida que mejoraba su tecnología y organización. Por imitación de productos japoneses, especialización y deslocalización<sup>1159</sup> en las cadenas de valor de las empresas japonesas y coreanas en Malasia; Singapur y otros países ASEAN (como son los productos eléctricos y de electrónica, de mayor valor añadido y contenido tecnológico en Singapur que en Malasia), que se iban a beneficiar del crecimiento de sus

---

<sup>1156</sup> Op. cit., YU-SHEK CHENG, JOSEPH, 2009, p. 266.

<sup>1157</sup> Op. cit., GELBER, HARRY, G., 2007, p. 386.

<sup>1158</sup> Ibid., 2007, pp. 388- 390, p. 401 y p. 417.

<sup>1159</sup> Op. cit., WONG, JOHN, 2009, p. 324.

exportaciones a la RP China, o por la simple sustitución por los productos de la ASEAN, más baratos que los japoneses.

No sólo el comercio, la apertura de la RP China a la inversión exterior tuvo consecuencias para la ASEAN. La competencia por los recursos de inversión de los países desarrollados de la OCDE, es un aspecto bastante delicado en las relaciones económicas ASEAN-RP China, atraídos por los menores costes relativos de la RP China y la expectativa de grandes economías de escala. A principios de los 90, la IDE en el Sudeste Asiático doblaba a la IDE en China, mientras que a finales de la década ocurría exactamente lo contrario. Partiendo de cero, las inversiones extranjeras en la RP China en 2004 ya importan 40 mil millones anuales (US\$) y más de 80 mil en 2012<sup>1160</sup>. Para aminorar la animadversión a la RP China, Pekín decide en 2002 poner en marcha un acuerdo de libre comercio con la ASEAN, lo que lógicamente precipita una presión creciente en Japón y Corea para intensificar sus relaciones económicas con los países de la ASEAN bajo el paraguas del acuerdo de cooperación ASEAN + 3 (China, Japón y Corea)<sup>1161</sup>. El efecto fue que las crecientes relaciones comerciales de estas comunidades con la RP China, fundamento de la creciente influencia china en la región, contribuyeron aún más al enriquecimiento de la Diáspora China de Hong Kong y Singapur, y la de los países de la ASEAN, dónde la Diáspora es minoría como Malasia, complicando aún más el papel delicado que estas minorías juegan en los países del ASEAN, resentido por las mayorías indígenas (malaya; tai; viet; birmana, camboyana), según el nivel de criollización de la minoría china (amplios segmentos de la Diáspora China tailandesa o indonesia, por ejemplos, ya no habla las lenguas de la RP China, a diferencia de las de Malasia y Singapur, educadas en chino mandarín). Antes de la apertura del comercio con la RP China, los chinos de la Diáspora ya habrían acumulado patrimonios muy por encima de su peso demográfico en cada uno de los países de la ASEAN.

Para Stuart-Fox<sup>1162</sup> aunque siga siendo importantísima, la participación de las empresas occidentales en los activos financieros de la región se redujo relativamente, y la de los grupos empresariales de los chinos de la Diáspora creció enormemente hasta 2003. Esto ocurrió incluso en países con discriminación positiva, como el caso de Malasia, donde los malayos fueron favorecidos pero las comunidades chinas aumentaron su participación en los activos empresariales. En un pasado las relaciones económicas con la RP China, existió el escollo de las reticencias de las potencias coloniales, ya que los chinos de la Diáspora China en diferentes países del ASEAN, como los de Malasia y Singapur, fueron ciudadanos con pasaporte de la China monárquica o nacionalista<sup>1163</sup>. Tras la descolonización, estos ciudadanos chinos pasan a serlo de los países de la ASEAN. Desaparecido el problema de la nacionalidad y con la liberalización en China, las relaciones económicas no podrían más que incrementarse.

Por otra parte, las relaciones de China con Myanmar (Birmania), se intensifican ante la toma violenta del poder por la Junta Militar en 1988, a la que sigue la supresión sangrienta de las protestas estudiantiles en Pekín en la Plaza de *Tian An Men*. Ambos episodios fueron condenados enérgicamente por la comunidad

---

<sup>1160</sup> Fuente: Ministerio de Comercio de la RP China (MOFCOM), 2012.

<sup>1161</sup> Op. cit., WONG, JOHN, 2009, p. 321.

<sup>1162</sup> Op. cit., STUART-FOX, MARTIN, 2003, pp. 209-213.

<sup>1163</sup> Op. cit. SURYADINATA, LEO, 2006, pp. 88-89.

internacional (a instancias, entre muchos otros, de la Premio Nobel birmana *Aung San Suu Yii*), lo que sólo sirvió para acercar a ambas potencias (las sanciones de los países occidentales contribuyeron al suministro de armas de la RP China a Myanmar desde primeros de los 90). La vieja guardia del Partido Comunista de China habría percibido las demandas de liberalización política de *Tian An Men* y las birmanas como otra nueva "*Revolución Cultural*" maoísta, que habrían puesto en peligro la unidad y la estabilidad<sup>1164</sup> que tanto trabajo costó conseguir durante la plétora de guerras desde la abdicación de Pu Ji en 1910. Alejado el peligro fronterizo del *Partido Comunista de Birmania*, que en un pasado habría recibido el apoyo de Pekín, se abren las puertas al comercio sino birmano: los bienes industriales y de consumo chinos inundan los mercados de Myanmar, un flujo comercial contrarrestado por las exportaciones de materias primas (maderas de todo tipo, con un intenso impacto en el deterioro medio ambiental; piedras preciosas, drogas prohibidas). El comercio bilateral ya alcanzaba los 1000 millones de dólares a finales de los 90. China exporta su modelo de desarrollo, con escasa consideración tanto por el dumping social y ecológico a Myanmar, ya que la prioridad es el crecimiento económico a toda costa, partiendo de niveles ínfimos de desarrollo: los ingenieros chinos construyen puertos; carreteras y plantas de transformación que integran a la economía de Myanmar con la de la provincia china de Yunnan, y facilitan el tránsito de mercancías chinas al Océano Índico a través del puerto birmano ribereño de *Bhamo* en río el *Irrawady*. Sin embargo, este corredor logístico no sólo ofrece acceso a mercancías chinas, si no que facilita el alcance estratégico de la RP China para darle apoyo a su propia presencia militar naval. La creciente imbricación económica con Myanmar se corresponde con una creciente cooperación en el plano estratégico, lo que lógicamente suscita las reticencias tanto de India como de las potencias occidentales: China facilitó su asistencia para la construcción de bases aéreas y navales en Myanmar en el Golfo de Bengala<sup>1165</sup>. A todo esto le acompaña una enorme emigración de ciudadanos chinos a Myanmar, más de dos millones, que constituyen grupos sociales coherentes y poco integrados con el mosaico étnico de la población birmana, diferenciados de las comunidades tradicionales de la Diáspora China en Birmania. Si bien los hombres de negocios de los principales países de la ASEAN continental (Malasia, Singapur y Vietnam), especialmente los chinos, ven con buenos ojos esta creciente imbricación e influencia china en Birmania, cuyas oportunidades de inversión les han beneficiado enormemente, son los políticos de la ASEAN, que no suelen ser de etnia china, los que ven con preocupación la creciente influencia china a escala regional (en paralelo a la sinofobia tradicional de etnias "indígenas"). Todo esto contrasta con una creciente preocupación en India sobre el alcance estratégico chino, aunado al contencioso fronterizo sobre la región de Arunachal Pradesh<sup>1166</sup>. Esta situación probablemente hubiera propiciado el acceso de Myanmar (Birmania) a la ASEAN, como contrapeso a la influencia de la RP China, a pesar de las quiebras birmanas frecuentes de los Derechos Humanos. En 1999, la ASEAN alcanza pues su configuración actual: Vietnam; Myanmar; Singapur; Malasia; Laos; Camboya; Indonesia, Brunei y Filipinas.

---

<sup>1164</sup> Op. cit., GELBER, HARRY, p. 391-393.

<sup>1165</sup> Op. cit., STUART-FOX. MARTIN, 2003, pp. 213-215.

<sup>1166</sup> PANDA, ANIK, "Indian Prime Minister Visits Arunachal Pradesh, Drawing Chinese Criticism", en el portal The Diplomat (en línea), 21.02.2015, en <URL: <http://thediplomat.com/2015/02/indian-prime-minister-visits-arunachal-pradesh-drawing-chinese-criticism/>>, (accedido el 12.03.2015).

#### 4.4 El marco de la política comercial y exterior de Singapur

La escasez de tierra, recursos naturales y trabajadores poco cualificados y la naturaleza de la economía de Singapur, determinarían un patrón de especialización en procesos productivos relativamente más intensivos en capital y tecnología en el largo plazo que los de Malasia e Indonesia. No sería el ascenso de las potencias vecinas, si no el ascenso de la RP China y sus menores costes de producción lo que condicionaría la política exterior en lo económico de Singapur: en 2008, China ya estaría significando el mayor aporte al crecimiento económico global en Paridad del Poder Adquisitivo (PPP) de la Isla Estado. Según Dent, la economía del conocimiento y atraer el capital humano extranjero a este sector sería una prioridad: en ausencia de recursos naturales y siendo un puerto franco orientado a la exportación, Singapur depende del acceso a los mercados exteriores, primera prioridad en el campo de la política económica exterior de Singapur para garantizar la prosperidad doméstica. Garantizados los mercados, el segundo objetivo sería la autosuficiencia en términos de acceso al crédito orientado a propósitos productivos: Singapur amasaría enormes cantidades de reservas de divisas para como medida de seguridad económica, algo relacionado directamente con su voluntad de convertirse en un centro financiero del tamaño de Londres o Tokio y jugar un rol de intermediación cada vez más activo; finalmente, aunque existiera una visión "liberal" en la política económica exterior de Singapur, esta estaría condicionada por el fuerte intervencionismo público de la tecnocracia singapurense a todos los niveles para alcanzar objetivos económicos a largo plazo<sup>1167</sup>: la Inversión Directa Extranjera está altamente liberalizada, sin embargo, el Gobierno habría sido progresivamente más selectivo, favoreciendo aquellas inversiones con mayor contenido del ramo o la tecnología deseada por el mismo con el objetivo de promover la industria de alto contenido tecnológico (sea la economía del conocimiento o la biotecnología, Singapur tiene unas prioridades claras al respecto).

La diplomacia económica de Singapur habría sido intensiva creando múltiples vínculos internacionales en lo económico, comercial y financiero, así como en su promoción de las asociaciones comerciales regionales e internacionales en pos de la liberalización internacional del comercio, la variable estratégica para garantizar la prosperidad de esta minúscula isla Estado. Singapur tendría preferencia por los acuerdos bilaterales, habiendo promovido múltiples acuerdos de este tipo en materia de comercio internacional. Sin embargo, su rol habría sido clave en foros de cooperación como el ASEM, entre Asia y la Unión Europea; la AFTA, la zona de libre comercio de la ASEAN y la APEC, la del Pacífico bajo la hegira estadounidense. Además, Singapur mantiene su apoyo decidido a la Organización Mundial del Comercio (OMC). Baste pues resaltar el rol clave de Singapur en las negociaciones multilaterales de los tratados que se estaban negociando a la hora de escribir estas líneas, el *Trans Pacific Partnership* (TTP), para el área comercial del Asia Pacífico liderada por los EEUU<sup>1168</sup>. En términos de acuerdos bilaterales recientes, la Oficina Comercial de España en Singapur, lista<sup>1169</sup>, por ejemplos: el USSFTA, acuerdo de libre comercio con los EEUU (2005), que incluye provisiones para el respeto de la Propiedad Intelectual e Industrial norteamericana, de lo más inusual y positivo a escala regional, y cimenta las

---

<sup>1167</sup> Op. cit., DENT, CHRISTOPHER M, 2002, pp. 98-99 y pp. 125-126.

<sup>1168</sup> ANÓNIMO, "Outlines of TTP", en el sitio del Departamento de Comercio de los EEUU, 12.10.2011, en < URL: <https://ustr.gov/tpp/outlines-of-TTP>>, (accedida el 27.08.2015).

<sup>1169</sup> ANÓNIMO, *Singapur, Guía Comercial y de Negocios*, Singapur, Oficina Comercial de España, 2013, en pp. 7-10.

intensas relaciones económicas entre ambos países; así como el CECA, que facilita las inversiones de los fondos soberanos singapurenses en participaciones en empresas en India, y obliga a las partes a reducir aranceles para el 75% de categorías de productos singapurenses (2005). Todo esto sin tener en cuenta el Acuerdo de Libre Comercio entre Singapur y la Unión Europea (EUSFTA)<sup>1170</sup>, negociado en 2014, que pueda tener consecuencias positivas para los servicios europeos, pero que desde luego beneficia al clúster de la electrónica singapurense.

Sin embargo, aunque la apertura comercial y proximidad singapurense para con las economías avanzadas occidentales de la OCDE es bastante grande, existiría cierta posición relativamente "*defensiva*", para con Malasia e Indonesia, aunque también se den altos intercambios comerciales en su área de libre comercio del acuerdo del AFTA en la ASEAN: estos son mercados considerados como altamente politizados e impredecibles. Esta situación contrasta con la postura "*ofensiva*" que tanto Malasia como Indonesia habrían mantenido tradicionalmente para con las potencias occidentales en materia comercial, especialmente Indonesia, más proteccionistas y con menores niveles de desarrollo económico que Singapur (Malasia también cuenta con una política de promoción de exportaciones bastante agresiva). La primera consecuencia del AFTA para los intereses europeos<sup>1171</sup>, bien conocida por la Diplomacia Económica española, son las implicaciones del tratado de libre comercio: Con el AFTA, el comercio entre países fundadores del ASEAN, el antiguo "*Telón de Bambú*" durante la Guerra Fría en el Sudeste Asiático (Indonesia, Malasia, Filipinas, Singapur y Tailandia), es libre para una variedad de productos: el objetivo de 2010 fue la liberalización del comercio del 99% de los productos recogidos en el AFTA entre los fundadores (un arancel del 0 al 5%); y el de 2016, el 88% de los bienes en Laos; Camboya, Myanmar y Vietnam. Naturalmente, esto abrió oportunidades para el comercio español con Malasia e Indonesia vía Singapur. Malasia y Singapur, mantienen diferentes aranceles para terceros países como España (y toda la Unión Europea), luego como Singapur impone aranceles muy bajos para una batería de productos, a veces resulta más barato que los productos se importen a la ASEAN vía Singapur, y desde allí estos sean re exportados a Malasia<sup>1172</sup> y otros países de la ASEAN, con la rapidez, profesionalidad y ventajas logísticas del puerto de Singapur con alcance al Este de Asia. Esto es tb. así porque Malasia y Tailandia están comunicados con Singapur con modernas autopistas. Existen pues contradicciones entre el régimen comercial de Singapur, uno de los más liberales del planeta<sup>1173</sup>, frente al de Indonesia y Malasia, bastante más restrictivo, lo que es fuente de fricciones internacionales.

---

<sup>1170</sup> Fuente: "EU-Singapore, Trade and Investment, 2015 Edition", Bruselas, Comisión Europea, 2015, 35 páginas. Informe anual de las relaciones entre la UE y Singapur, 31 páginas, pp. 20-32.

<sup>1171</sup> ANÓNIMO, *Singapur, Guía Comercial y de Negocios*, Singapur, Oficina Comercial de España, 2013, p 11.

<sup>1172</sup> SECRETARIADO DE LA OMC, "Trade Policy Review", Organización Mundial del Comercio (OMC), informe de evaluación periódica de la Política Comercial de Malasia, 27 enero de 2014, documento ref. WT/TPR/S/292, 141 páginas. La política comercial en el ámbito de las importaciones (incluyendo la política arancelaria) se analiza en las pp. 37-54.

<sup>1173</sup> SECRETARIADO DE LA OMC, "Trade Policy Review", Organización Mundial del Comercio (OMC), informe de evaluación periódica de la Política Comercial de Singapur, 5 junio de 2012, documento referencia WT/TPR/S/267, 5 de junio 2012, 104 páginas. En el sumario de la p. vii se resalta la inusual apertura del comercio singapurense. La política comercial en el ámbito de las importaciones se analiza en las pp. 22-39. El contraste genérico entre la política comercial malasia, bastante más proteccionista, y la singapurense, se puede constatar comparando las partes II y III de este informe (pp. 11-19 y 22-54), y el de Malasia en la referencia anterior (pp. 26-35 y 37-54). Todo esto desentona con la apertura en el comercio intra ASEAN gracias al AFTA. La política liberal de Singapur choca con la de Malasia e Indonesia, más restrictivas. Esto también se puede demostrar con una comparación del promedio de los aranceles medios aplicados por Malasia y Singapur en 2014: El promedio de aranceles para todos los productos para países con estatus de Nación Más Favorecida (NFM) y el de aquellos no preferenciales, serían el 0.02% y el 0.03%, respectivamente. En el caso de Malasia serían el 4.71% al 4.45%, respectivamente.

Las razones del "salto" inicial para depender de países distantes y desarrollados de la OCDE y ahora de China, en lugar de profundizar la dependencia de los vecinos regionales, tiene razones tanto políticas (el "sentimiento de vulnerabilidad" ante las comunidades musulmanas circundantes<sup>1174</sup><sup>1175</sup> ante el problema de la "doble minoría") como tecnológicas (el atraso del Sudeste Asiático). Para Leifer<sup>1176</sup>, a las puertas del siglo XXI (2001) Singapur sería un país sin hinterland para proyectar su influencia en lo económico (en Malasia o Indonesia) que, con gran éxito, habría conseguido convertir a la economía global en su propio hinterland: esta situación tiene visos de cambiar en el largo plazo, a medida que el crecimiento orgánico de la economía singapurense (no hay espacio físico en la minúscula isla Estado), presione aún más a deslocalizaciones productivas en su hinterland inmediato en Malasia, Indonesia o Vietnam (2015). El sistema de gobierno de Singapur sería respetado internacionalmente por su eficacia y honestidad y, por razones geopolíticas lógicas, Singapur habría mantenido una política estable y sólida desde la descolonización, modernizando su posición privilegiada como puerto franco en el cruce de caminos de los Estrechos. Leifer pone por ejemplo la compra de submarinos suecos en 1997 en lo peor de la crisis económica asiática, cuando los demás países se estaban apretando el cinturón, en un momento de alta tensión y escasez, como muestra de la continuidad en la visión estratégica de Singapur: la isla Estado se ha armado notablemente (no es extraño que bastantes singapurenses se auto perciban como una especie de "Israel de los Estrechos").

Tabla 20  
Exportaciones de Singapur 2010-2015 por países, en miles de dólares

<i>País/Año</i>	2010	2011	2012	2013	2014
Mundo	351.867.167	409.503.631	408.393.020	410.249.671	409.914.078
China	36.350.531	42.681.965	43.912.055	48.369.901	51.486.798
Malasia	41.969.301	49.988.265	50.311.320	49.912.357	49.055.455
Hong Kong	41.210.063	45.168.691	44.734.499	45.829.104	45.102.236
Indonesia	33.055.506	42.782.082	43.318.658	40.546.908	38.384.766
EEUU	22.951.028	22.359.453	22.625.939	23.945.959	24.255.863
Japón	16.410.345	18.393.561	18.092.603	17.623.459	16.747.687
Corea	14.364.230	15.480.416	16.575.854	16.620.370	16.701.587
Taiwán	12.963.928	15.034.805	14.451.128	15.296.436	16.145.238
Australia	12.573.453	16.026.934	17.061.044	15.748.247	15.507.977
Tailandia	12.700.651	14.037.625	15.604.778	15.172.367	15.053.129
Vietnam	7.393.212	10.210.836	10.358.615	10.869.924	12.909.412
India	13.301.448	14.044.668	10.877.712	11.218.019	11.131.988
Panamá	7.507.200	11.406.829	12.257.098	11.313.075	9.224.494

Fuente: Trademap, base de datos de comercio exterior de NNUU, 2015.

<sup>1174</sup> Op. cit., MAUZY, DIANE K. y MILNE R. S, 2002, p. 99

<sup>1175</sup> Op. cit., BAILY, CHRISTOPHER y HARPER, TIM, 2008, pp. 10-12.

<sup>1176</sup> LEIFER, MICHAEL, *Singapore's Foreign Policy, Coping with Vulnerability*, 1ª edición, Londres, Routledge, 2001, 177 páginas, pp. 157-158.



Históricamente, Singapur es la isla refugio del capital chino de la Diáspora de todo el Sudeste Asiático, una isla mayoritariamente china, rodeada de sultanatos (Malasia) o ex sultanatos (Indonesia) islámicos malayos. Lógicamente, las tensiones para con el mundo malayo tienen su origen en la *Konfrontasi*<sup>1177</sup> del Gobierno de Sukharno, y vuelven a tomar relevancia tras los "*Disturbios Raciales*" de 1969 en Kuala Lumpur: Indonesia se habría opuesto al proyecto de la Federación Malasia frontalmente<sup>1178</sup>. Por otra parte, hasta el final de la Guerra Fría tanto los gobiernos malayos (musulmanes) desde *Tun Razak* a *Mahatir* (de 1957 a 2003), así como el de *Suharto* (de 1965 hasta 1997), habrían albergado sospechas sobre los chinos de la Diáspora (el 25% de la población de Malasia y el 70% de la de Singapur) y sus relaciones con Pekín: Suharto habría llegado a mirar con simpatía el avance de las tropas vietnamitas en Camboya en 1979, resentido por los chinos. Aunque para Singapur la dictadura de Suharto supuso enormes oportunidades económico comerciales (Singapur es el refugio tradicional de los capitales de la Diáspora China en Indonesia), la creciente popularidad del islamismo radical en el Sudeste Asiático desde la llegada de los ayatolas al poder en Irán, tiene su reflejo en el creciente conservadurismo de corte Islámico en las sociedades malayas (Indonesia y Malasia<sup>1179</sup>). Todo esto amplificó el sentimiento chino de vulnerabilidad de Singapur frente a los "*pribumi*" indonesios o los "*bumiputra*" (los "*príncipes de la tierra*"), mayoritariamente malayos (musulmanes). Baste mentar los comentarios del premier singapurense, *Lee Hsien Long*, expresando las dudas del Gobierno sobre la lealtad de la minoría malaya (musulmana) en Singapur (1987), y el intento deliberado malasio de excluir a Singapur de la ASEAN en las negociaciones de su constitución<sup>1180</sup>.

Sin embargo, las relaciones de Indonesia desde tiempos de Suharto con Singapur han sido generalmente buenas<sup>1181182</sup>. Además, las relaciones con Malasia parecen haber mejorado bastante tras la caída de Mohamed Mahatir en 2003 y su populismo anti Singapur. En concordancia con Leifer<sup>1183</sup>, desde tiempos de Suharto ni Yakarta ni Kuala Lumpur habrían puesto en marcha ofensivas militares contra Singapur, y esto es así por dos razones: primero, por su debilidad relativa frente a la potencia militar singapurense (2001); segundo, por su propio interés: posiblemente porque significaría romper lazos comerciales y limitar las oportunidades económicas que Singapur ofrece, entre otras por la condición de centro financiero internacional de la Isla Estado. Finalmente, la inestabilidad regional induciría la injerencia de potencias extranjeras y, sin la capacidad económica-militar de la Isla Estado, sería difícil garantizar la frágil Seguridad de los Estrechos. Sin embargo, estos cálculos racionales que Leifer daba por sentado realizan los vecinos inmediatos de Singapur (Malasia, Indonesia y Vietnam), no se habrían dado por sentados en el Gobierno de Singapur, que se cura en salud: más allá de la comprensión de que la "*mentalidad de asedio*" y el "*sentimiento de vulnerabilidad*" que los Lee y su *PAP* (People's Action Party, en el poder desde la independencia) sienten frente al mundo malayo (de naturaleza racional o irracional), y que estos apoyaran unas leyes autoritarias que impidieran el cuestionamiento del rol

<sup>1177</sup> Op. cit., CHINYONG LIOW, JOSEPH, 2008, p. 169.

<sup>1178</sup> Op. cit. MACCARTHY, STEPHEN, 2006, p. 68.

<sup>1179</sup> ANÓNIMO, "Rise of strict Islam exposes tensions in Malaysia", Kuala Lumpur, *BBC News*, disponible en < URL: <http://www.bbc.com/news/world-radio-and-tv-14649841> >, (accedido el 02.05.2014).

<sup>1180</sup> Op. cit., CHINYONG LIOW, JOSEPH, 2008, p. 170.

<sup>1181</sup> Op. cit., DENT, CHRISTOPHER M, 2002, p. 102.

<sup>1182</sup> GUO, YVONNE, "Singapore and Indonesia: An Uneasy Coexistence? It is time for the two neighbours to move beyond historical grievances", Tokio, en el portal *The Diplomat* (15.02.2014), en < URL: <http://thediplomat.com/2014/02/singapore-and-indonesia-an-uneasy-coexistence/> >, (accedido el 25.03.2015).

<sup>1183</sup> Op. cit., LEIFER, MICHAEL, 2001, pp. 158-159 y 161-162.

central del mismo PAP en la vida política singapurense, está claro que estas mismas leyes contribuyen a sus propios objetivos políticos en pos de una "*sociedad robusta*". Es decir, favorecen una economía bastante fuerte que sirve de soporte al alto gasto militar que garantiza la seguridad de la isla Estado. En la línea neorrealista<sup>1184</sup> a la Lee Kwan Yew del Gobierno de Singapur, la política malasia e indonesia no son predecibles, luego bajar la guardia no les habría parecido la estrategia más adecuada ante posturas políticas posiblemente ambivalentes y cambiantes de las elites políticas de los países vecinos: malasios malayos e indonesios javaneses. Por tanto, el liderazgo en lo tecnológico; lo industrial, la superioridad del capital humano y el desempeño económico frente a las potencias regionales circundantes es una prioridad estratégica nacional en Singapur. La filosofía de la "*supervivencia de los más fuertes*"<sup>1185</sup> tb. transpiraría en las altas esferas malasias, a la primera oportunidad sería para presionar sobre Singapur para promover los intereses malayistas: las envidias y odios de largo recorrido son más que palpables.

El relato de *Dent*<sup>1186</sup>, coincide con la percepción del "*espacio multidimensional*" de *George Yeo*, Ministro de Comercio e Industria de Singapur, el creado gracias a la diplomacia; las alianzas económicas, las inversiones en el exterior y las redes de contactos internacionales. Singapur se habría alzado, primero, como nodo básico de la economía global (asegurando su supervivencia sin depender de su hinterland inmediato, ni de Malasia ni de Indonesia); habiéndose constituido, en una segunda fase, como nodo regional privilegiado para las empresas multinacionales en el Sudeste Asiático, a nivel del comercio de mercancías y finanzas, el Marketing y la I+D+I. La política de inversiones exteriores en su hinterland, juega pues un rol clave en la estrategia regional singapurense. Por ejemplos: las inversiones en Indonesia (el *Parque Industrial de Batan* en las *Islas Riau* [306 millones de US\$ en 1991]; o el de *Bintan* [88 millones en 1992], y que en 2013 se propuso incluir a este territorio indonesio, en el tratamiento preferencial para componentes del acuerdo de libre comercio entre EEUU y Singapur<sup>1187</sup>); en Malasia (11000 millones de Ringgits Malasios en la *Zona Económica Especial de Iskandar* el Estado malasio de Johor en 2014<sup>1188</sup>), y en Vietnam (p. ej., *Parque Industrial de Ho Chi Minh* [312 millones en 1997])<sup>1190</sup>. Otra vez entendemos, más allá del dumping social y ecológico y las limitaciones espaciales de Singapur, que tanto Bintan como Batán o Iskandar son zonas de interés preferencial para el establecimiento de industrias españolas, por el acceso al mercado singapurense y global con bajos costes de producción y sus redes empresariales, así como por la presencia de clústeres suministradores de los gigantes japoneses y americanos de la electrónica; las TI y las telecomunicaciones (tecnología; nuevas ideas y productos, sistemas de producción y organización). Phelps habla de "*extra territorialización*" del Estado de Singapur en territorios contiguos, donde

---

<sup>1184</sup> Op. cit., DENT, CHRISTOPHER M., 2002, p. 72.

<sup>1185</sup> Fuente: Experiencia del doctorando como socio de una pequeña consultora de formación, estudios de mercado, traducción e interpretación en Malasia, *Crawley and Canovas Sdn Bhd* (2008-2015).

<sup>1186</sup> Op. cit., DENT, CHRISTOPHER M., 2002, pp. 75-76.

<sup>1187</sup> BORSUK, RICHARD, "Indonesia's Batam and Bintan Have Manufacturing Climate", *The Wall Street Journal*, (Nueva York, 20.10.2013), en <URL: <http://www.wsj.com/articles/SB104810186296152300> >, (accedido el 12.01.2014).

<sup>1188</sup> AAVV, "Capitalizing on Iskandar Malaysia's growth as a pro-business destination for companies 2014", Singapur, informe de la consultora Ernst & Young Corporate Finance Pte Ltd, sobre las oportunidades que ofrece la zona económica especial de Iskandar de Malasia, febrero de 2014, 28 páginas, en pp. 6-9.

<sup>1189</sup> ANÓNIMO, "Singapore still top foreign investor in Iskandar Malaysia with RM11 bln committed investments", Kuala Lumpur, agencia de nacional de noticias de Malasia (Bernama), en el sitio web del canal de noticias Astro (12.06.2014).

<sup>1190</sup> Op. cit., DENT, CHRISTOPHER M., 2002, pp. 68-69.

el Estado de Indonesia y Malasia sólo actuarían como agentes, suministrando los terrenos nacionales por contigüidad geográfica para expandir la industria de Singapur<sup>1191</sup>.

Las buenas relaciones económicas con las potencias vecinas son esenciales para la supervivencia de Singapur, y por tanto la diplomacia económica tiene un rol central en la política exterior: Singapur es consciente de la gran vulnerabilidad ante un conflicto armado con/entre sus vecinos o un ataque terrorista, que signifique una interrupción de los flujos de importaciones de mercancías y capitales de los Estrechos a corto plazo (además de las subidas de los tipos de interés del capital internacional a corto, exógenas o por prima de riesgo) en su rol de intermediario en el Sudeste Asiático; así como a la inflación importada (a añadir al altísimo coste de la vida), por su dependencia de las empresas multinacionales, su apertura al comercio y a la inversión extranjera. Mantener buenas relaciones con los vecinos y esta "sociedad robusta" tienen un coste altísimo: los gastos institucionales aparejados a la Seguridad Económica Internacional (poder blando), como los militares (poder duro), recaerían siempre sobre el sufrido ciudadano chino de Singapur, quién pueda sentir esté indirectamente "adquiriendo" la Seguridad Nacional, conteniendo a los estados circundantes malayos (musulmanes): el coste de la vida en el minúsculo<sup>1192</sup> Singapur es una variable política y empresarial importantísima, ya que es una de las grandes ciudades más caras<sup>1193</sup> y desiguales<sup>1194</sup> del planeta. Todo esto teniendo en cuenta la dependencia casi completa de este mini Estado altamente industrializado, que no cuenta con recursos naturales, de los suministros exteriores necesarios para alimentar su potente economía. La energía y el agua son los dos suministros claves, y la dependencia de Singapur para con los suministros malayos, hasta hace muy poco, evidente: Si Malasia hubiera cortado en un pasado el suministro de agua (el 50% de las necesidades en 2002), la economía de Singapur habría colapsado: en las negociaciones con Malasia tras la crisis financiera de 1997 se pusieron sobre el tablero los acuerdos sobre suministro de agua, condicionando la ayuda financiera a Malasia al aseguramiento de los suministros. Desde entonces, la política de Singapur se centra en garantizar la autosuficiencia<sup>1195</sup>, en la que se baraja el uso de más plantas de desalinización y mayores depósitos subterráneos enormes en caso de contingencias. Aquí la interdependencia es algo evidente: por ejemplo, si Malasia hubiera cortado el suministro de agua a Singapur, las primeras víctimas serían las industrias malayas en el estado contiguo malayo de Johor Barú, de ahí, como en otros aspectos comerciales, económicos y financieros, la necesidad de llegar a acuerdos mutuamente beneficiosos. Con respecto a la seguridad energética, Singapur mantiene acuerdos con Indonesia en materia de suministro de gas natural, país del que depende fuertemente en este respecto, y Malasia, Singapur e

---

<sup>1191</sup> PHELPS, NICHOLAS A, "Gaining from Globalization? State Extraterritoriality and Domestic Economic Impacts-The Case of Singapore", Oxford, Reino Unido, Blackwell Publishing Ltd., Economic Geography, tomo 83, número 4, pp. 371-393, octubre 2007, en Proquest (id. 235560755), en pp. 389-390.

<sup>1192</sup> Nota: Singapur cuenta con 701 km<sup>2</sup> de extensión frente a los 4 millones y medio de km<sup>2</sup> del Sudeste Asiático, los 1.904.569 km<sup>2</sup> de Indonesia o los 329.750 de Malasia (casi cuatro Españas y media sólo entre las dos últimas).

<sup>1193</sup> CALVO, CÁRMEN, "Sobrevivir en la ciudad más cara del mundo", Singapur, ABC en línea (Madrid, 13.08.2014) <URL: <http://www.abc.es//20140813/abci-sobrevivir-ciudad-cara-mundo-201408051300.html>>, (accedido el 01.09.2013).

<sup>1194</sup> Op. cit., KING, RODNEY, 2008, pp. 340-342. King ha visto lo mismo que el doctorando: octogenarios limpiando los aseos y vendiendo hamburguesas en los museos y restaurantes de comida rápida singapurenses. No es lógico que un país tan rico experimente estos contrastes.

<sup>1195</sup> MUSFIRAH, HETTY y KHAMID, ABDUL, "World Water Day: Water self-sufficiency part of Lee Kuan Yew's legacy, says DPM Teo, Grace Fu", y ANÓNIMO, "Singapore's 3rd desalination plant will be built at Tuas: MEWR Singapur", en la página Web del Canal Internacional de la TV pública de Singapur, Channel NewsAsia, 21.03.2015 y 11.03.2015 (respectivamente), en <URL: <http://www.channelnewsasia.com/news/singapore/world-water-day-water/1730678.html>> y <URL: <http://www.channelnewsasia.com/news/singapore/singapore-s-3rd/1708758.html>> (accedidos el 24.04.2015): Los singapurenses ya estarían preparándose para el próximo corte de suministro de agua de Malasia.

Indonesia firmaron acuerdos sobre navegación y seguridad marítima en los Estrechos, además de esfuerzos conjuntos en el marco de la ASEAN (*Federation of Asean Shipping*) para limitar la piratería en los Estrechos. Finalmente, la política de inversiones exteriores de Singapur habría tenido otro objetivo, obtener economías en el hinterland regional y en la propia RP China: sólo en el periodo 1993-1995, se quintuplicaron de 444 millones de dólares a 2400 millones las inversiones singapurenses en la RP China. Estas economías de escala y costes de producción, habrían tenido el objetivo de que las empresas singapurenses no fueran desplazadas en los mercados por las potentes empresas multinacionales, sobre cuyos recursos financieros y humanos se basa el milagro singapurenses<sup>1196</sup>.

A parte de agua; energía, recursos naturales, Singapur pone en marcha todo tipo de políticas para asegurarse el talento necesario para su economía del conocimiento: Singapur atrae a aquellos chinos de la Diáspora y miembros de otros grupos étnicos, tanto trabajadores de menor cualificación para la construcción o los servicios, como los mejor preparados y capaces en su entorno inmediato y a nivel internacional. Esto lógicamente provoca susceptibilidades, especialmente en la vecina Malasia, por el problema endémico de la fuga de cerebros chinos e indios, expulsados por la política de discriminación positiva en favor de los malayos (musulmanes)<sup>1197</sup>, y atraídos por los empleos altamente remunerados en sectores punteros en Singapur: hay casi un millón de emigrantes malayos en Singapur. Además, Singapur cuenta con una variedad de becas para estudiar grados y posgrados (sobre todo en ciencias) e investigar<sup>1198</sup>, entre las más interesantes para los estudiantes españoles son: las de la Universidad Nacional de Singapur; las becas SINGA pre doctorales para investigación en ciencias; las becas CSI para investigación en cáncer; las becas A\*STAR postdoctorales para investigación en ciencias; la beca post doctoral Lee Kwan Yew; la NTU para profesores de universidad de élite; la beca A\*STAR para estudios médicos, y las NFR para investigadores: hay mucho dinero para proyectos e investigación en I+D+I del que se deberían beneficiar estudiantes e investigadores españoles. Por otra parte, a través de los esquemas de la agencia gubernamental "*Contact Singapore*", se atrae a extranjeros cualificados a empleos de alto nivel. Dent habla de la percepción de Singapur como un "*mini agujero negro*", que absorbe los mejores recursos humanos del Sudeste Asiático y causa resentimientos en los países vecinos, menos desarrollados que Singapur. En este sentido, entendemos que es una prioridad para España que aumente el número de estudiantes en universidades y trabajadores en el Sudeste Asiático; se aprovechen los fondos de la Unión Europea (como los fondos SHARE para educación en la ASEAN)<sup>1199</sup> y se pongan en marcha de programas españoles orientados a la formación de especialistas españoles en Sudeste Asiático. En Singapur tb. existe una batería de incentivos<sup>1200</sup> para las pequeñas empresas, que parten del *EDB (Economic Development Board)* y la agencia *SPRING*, los organismos gubernamentales al cargo del apoyo de la PYME, de posible interés para la empresa española. El EDB, tiene la función de atraer la inversión extranjera a Singapur (la de las multinacionales fundamentalmente) y mantener el tejido empresarial local. *SPRING*, por otra parte, asiste en la identificación de oportunidades para

---

<sup>1196</sup> Op. cit. DENT, CHRISTOPHER M, 2002, p. 67.

<sup>1197</sup> AAVV, "Malaysia Economic Monitor, Brain Drain, April 2011", al cuidado de *Philip Schellekens*, Bangkok, Tailandia, Banco Mundial (Boletín temático del Banco con carácter periódico sobre aspectos de la situación económica malasia), ref. 61483 (en portada), 04.2011, 147 páginas, p. 125.

<sup>1198</sup> Fuente: Lista de becas universitarias y de investigación en Singapur, en el sitio web de Contact Singapore, en <URL: <https://www.contactsingapore.sg/en/overseas-singaporeans/key-industries/research-academia/programmes>>.

<sup>1199</sup> Fuente: página web del programa SHARE de la UE, en < URL: <http://www.share-asean.eu/>>.

<sup>1200</sup> CHEW, ROSALIND y SOON-BENG CHEW, "A study of SMEs in Singapur", Bradford, Reino Unido, Emerald Group Publishing Limited, en el Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy, Vol. 2 No. 4, 2008, pp. 332-347 (en pp. 341-342), (en base de datos Proquest).

empresas locales en los diferentes mercados. También interesa mentar a A\*STAR la agencia de I+D+i , de enorme interés para las grandes empresas españolas con contenido tecnológico que decidan implantarse en Singapur, dada la centralidad de la tecnología en la estrategia de Seguridad Económica de Singapur, existen múltiples incentivos<sup>1201</sup>. Según Dent, Singapur contaría con una política encomiable para con la formación del recurso humano, que complementaría iniciativas del EDB (*Economic Development Board*), en política industrial para reforzar la competitividad exportadora de sus empresas (posiblemente interesantes para la gran empresa española más allá de las excelentes condiciones fiscales para la implantación): la Iniciativa para el establecimiento de *Cuarteles* regionales en Singapur para grandes empresas multinacionales; *Desarrollo de Clústeres de las Industrias del Conocimiento*. Programas PLEs (*Promising Local Enterprise*) y WCC (*World Class Company*), para la creación de líderes exportadores globales entre las empresas radicadas en Singapur; ayudas para fomentar la I+D+I y la innovación y la formación de trabajadores especializados para ramos de alta tecnología y valor añadido<sup>1202</sup>. Todo esto se complementa con todo tipo de incentivos e infraestructuras para el establecimiento de industrias de alta tecnología, microchips a las industrias bioquímicas y biomédicas.

Con respecto a la seguridad en el acceso al capital, es decir la deseabilidad de Singapur como destino de la inversión extranjera y el crédito exterior, la política cambiaria del Gobierno de Singapur se habría centrado tradicionalmente en dotar a la *Autoridad Monetaria de Singapur*, en términos de regulación y supervisión de entidades financieras, de una alta capacidad administrativa como puntal para la consolidación de Singapur como centro financiero internacional, e intervenciones en el mercado de cambios para garantizar la estabilidad del tipo de cambio del dólar de Singapur y el monitoreo de los especuladores de divisas, con especial atención a las operaciones de venta corta (*short selling*). Según Dent<sup>1203</sup>, el premier singapurense Lee Hsien Long, habría declarado: "*No estamos en contra de la especulación en el mercado de divisas per se... Sin embargo, dado que el tipo de cambio es nuestro principal instrumento de política, deberíamos ser capaces de gestionar el tipo de cambio. Por tanto, no nos sentiríamos cómodos con que los especuladores tomaran posiciones cortas extremas (venta corta), contra el dólar de Singapur y que las financiaran a través de bancos locales*". Todo esto en paralelo a que, al igual que Malasia, Singapur ha amasado un volumen inmenso de reservas en divisas, consecuencia de sus superávits de balanza de pagos. Es decir, Singapur también se ha dotado de "munición" más que sobrada para neutralizar un ataque especulativo contra su moneda. Esta se complementa con las ingentes y diversificadas inversiones internacionales de la *Corporación de Inversiones del Gobierno de Singapur* (GIC) a nivel internacional en las economías más avanzadas, la que ha invertido los superávits fiscales del Gobierno de Singapur en un pasado, así como las reservas en divisas acumuladas por la cuenta corriente, verdadero "*seguro de vida*" en caso de contingencias, y un instrumento clave en materia de *Seguridad Económica*. El régimen en materia de comercio de mercancías, como puntal de la pre eminencia regional del puerto franco de Singapur en lo comercial y logístico, y los servicios anejos al comercio exterior, es ultra liberal con aranceles muy reducidos, próximos a al 0%. Sin embargo, aunque la regulación para las inversiones extranjeras también sea bastante liberal, ya vimos que Singapur discriminaría (subsidiando, en forma de incentivos fiscales o concediendo

---

<sup>1201</sup> ANÓNIMO, *Singapur, Guía Comercial y de Negocios*, Singapur, Oficina Comercial de España, 2013, pp. 7-10.

<sup>1202</sup> Op. cit. DENT, CHRISTOPHER M, 2002, pp. 77-78 y 95-97.

<sup>1203</sup> Ibid., 2002, pp. 81-82.

licencias) a aquellas inversiones que autoriza en función de la naturaleza tecnológica, organizacional y/o próxima a las industrias del conocimiento de las mismas<sup>1204</sup>, para mantener el liderazgo de Singapur.

En suma, dada la superioridad tecnológica, financiera y organizacional de Singapur frente a Malasia e Indonesia, no es de extrañar que las relaciones económicas bilaterales tradicionalmente hayan estado gobernadas por un sentimiento de inferioridad frente a Singapur (¿neocolonialismo singapurense?). En el caso de Malasia, no son sólo se dan contenciosos sobre agua o recursos naturales, sino que desde la electrónica y la electricidad a las franquicias de distribución comercial o restauración, la IDE de Singapur y sus procesos de deslocalización industriales son claves para sectores estratégicos de la economía malasia, ya que las cadenas valor en la producción de Singapur están perfectamente integradas con las malacias. Además de los problemas y rivalidades con origen étnico e histórico<sup>12051206</sup> en el proceso de formación de sus respectivos estados nacionales, el factor de interés económico es determinante en unas relaciones de por sí harto delicadas<sup>1207</sup>. El sentimiento de vulnerabilidad de los singapurenses ante la situación de *dobles minorías* (los malayos (musulmanes) son minoría en el minúsculo Singapur donde los chinos son mayoría, pero la minúscula Singapur está rodeada de naciones donde los chinos son minoría, Malasia e Indonesia, y los malayos mayoría), se corresponde un sentimiento entre los "*bumiputra*" (sobre todo entre malayos (musulmanes) de Malasia), de que la influencia de las élites económicas chinas es desproporcionada en el devenir económico de Malasia e Indonesia, luego son intrusas en el proyecto de "*bangsa*" (nación) malaya que trascendería las fronteras de los modernos estados de Malasia, Singapur e Indonesia. Un sentimiento tanto más intenso cuanto más baja la escala social, dada la estrecha colaboración entre las élites malayas y chinas, especialmente en Malasia<sup>1208</sup>. Todo esto teniendo en cuenta que la minoría china en Indonesia es proporcionalmente bastante más pequeña que la gran minoría china de Malasia (25% de la población): Las estadísticas hablan de un millón de chinos de la Diáspora China en Indonesia entre 250 millones de habitantes<sup>1209</sup>. Sin embargo, tras décadas de discriminación, se supone que otros cinco o seis esconden sus orígenes (baste recordar los disturbios raciales de 1998 contra los chinos, que se saldaron con 1200 muertos)<sup>12101211</sup>.

Por otra parte, tampoco se puede hablar de "*Democracia*" o de "*Libertad*" en un país, Indonesia, donde reina la escasez, si durante el Ramadán se obliga a los clientes en los hoteles de cinco estrellas a tomar cervezas en tazas de té, tras pasar por garitas especiales y detectores de metales, rodeados de guardias de seguridad privada con metralletas<sup>1212</sup>. La tensión ante el islamismo radical es patente: estas son medidas especiales tras los atentados de Yakarta en 2003 y 2009<sup>1213</sup>, o el de Bali en 2001 contra hoteles de cadenas occidentales, que

---

<sup>1204</sup> Op. cit., DENT, CHRISTOPHER M, 2002, p. 88-91. y op. cit., PHELPS, NICHOLAS, 2007, pp. 371-372.

<sup>1205</sup> Op. cit., BAYLY y HARPER, 2008, p. 548.

<sup>1206</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 1999, pp. 18 y 20. Nos referimos a las animosidades entre chinos de la Diáspora y malayos (musulmanes), en el marco de los privilegios especiales otorgados a los malayos en las AA.PP. de Malasia.

<sup>1207</sup> Op. cit., DENT, CHRISTOPHER M, 2002, pp. 99-101.

<sup>1208</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 1999, pp. 18-19 y 35.

<sup>1209</sup> Fuente: CIA Factbook, 2014.

<sup>1210</sup> JHONSTON, TIM, "Chinese Diaspora: Indonesia", BBC News (03.03.2005), en <URL:<http://news.bbc.co.uk/2/hi/asia-pacific/4312805.stm>>, (accedido el 11.03.2015).

<sup>1211</sup> Op. cit., CHINYONG LIOW, JOSEPH, 2008, p. 170.

<sup>1212</sup> Fuente: Experiencia personal del autor en Indonesia (marzo de 2013 y octubre de 2012): Hotel Meliá y Hotel Marriott de Yakarta, Indonesia.

<sup>1213</sup> COCHRANE, JOE, "Illusion of Security; Jakarta had its terrorists on the run—until they struck back with a vengeance", *Newsweek* (Nueva York, 18.08.2003), y ANÓNIMO, "Fatal blasts hit Jakarta hotels", Londres, BBC Online (17.07.2009), en <URL: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/asia-pacific/8155084.stm>>, (accedido el 12.03.2015).

tuvieron un impacto demoledor en la economía de en pequeña isla hinduista (92% de la población), en un país abrumadoramente musulmán, al reducir sustancialmente el turismo occidental a la misma<sup>1214</sup>. Este cuadro de composición, contrasta con la afluencia y seguridad relativa para el extranjero tanto en Malasia como en Singapur, aunque la tensión racial en Kuala Lumpur sea cada vez más difícil de tolerar<sup>1215</sup>, en paralelo a una situación de deterioro del civismo, el orden público y la criminalidad. En el ámbito regional, en materia de libertades, baste decir que el *Gobierno de Brunei* declaró la Ley Islámica en 2014 (el *hudud* o Código Penal Islámico) como base de su sistema legal<sup>1216</sup>, lo que sólo consolida la dominación de la mayoría malaya (musulmana) frente a la poderosa minoría china. A esto se puede unir la preocupación sobre el futuro de las mismas leyes en Indonesia, dado el auge del Islam fundamentalista. Es decir, si bien el *ta'zir*, la aplicación incompleta, moderada y tolerante del Código Penal musulmán en Indonesia, fuera a evolucionar a formas más conservadoras en sus regiones más islamizadas, con especial atención a la provincia de *Aceh* (incluyendo castigos como las amputaciones de miembros y las lapidaciones para algunos crímenes)<sup>1217</sup>, como pide el PAS, partido fundamentalista, para los estados malayos de la Costa Este de Malasia<sup>1218</sup>. Se anticipa pues un futuro incierto para la Libertad de Religión en Indonesia, inexistente en Malasia<sup>1219</sup> para los malayos (musulmanes), ante una intensificación de las acciones terroristas de los fundamentalistas islámicos, como demuestran los ataques de los islámicos sunitas contra los miembros de la comunidad ahmadita indonesia, islámicos que proponen abandonar la *jihad* y propugnan la separación entre iglesia y Estado<sup>1220</sup>, o los ataques reivindicados por el Estado Islámico en Jakarta en 2016<sup>1221</sup>.

En términos de Política Exterior de Seguridad, para Leifer (2001)<sup>1222</sup> el Gobierno de Singapur habría preferido los acuerdos bilaterales en materia de defensa y cooperación económica a los multilaterales. La ASEAN habría estado tradicionalmente en el centro de su actividad diplomática, como plataforma para limar asperezas con sus vecinos inmediatos, y probablemente "*destacar más que lo que el minúsculo tamaño geográfico de Singapur importa*"<sup>1223</sup> a escala regional. Sin embargo, la operatividad de la ASEAN es limitada: La ASEAN está muy lejos de la integración de la Unión Europea en lo económico, la AFTA sólo es una zona de libre comercio (la de la ASEAN), mientras que la UE es una unión aduanera con política monetaria común, y un embrión de política bancaria y coordinación de política fiscal y financiera comunes. En términos de Seguridad Nacional se está mucho más atrás que la OTAN: el ARF de la ASEAN sólo es un foro de consulta y discusión en cuyo funcionamiento y normas, traspiraría un estilo y un comportamiento que rezuma de esencias culturales

<sup>1214</sup> SURYANI, L. K., "Suicide in paradise: aftermath of the Bali bombings", en *Psychological Medicine*, Cambridge, Reino Unido, Universidad de Cambridge, 2009, tomo 39, número 8, pp. 1317-23.

<sup>1215</sup> ANÓNIMO, "Malaysia at 50, Tall buildings, narrow minds", *The Economist* (Londres, 30.08.2007), en < URL:<http://www.economist.com/node/9724393>>, (accedido el 20.08.2014).

<sup>1216</sup> GRANT, JEREMY, "Brunei imposes sharia-based penal code", edición online del *Financial Times*, *FT.com* (Londres, 30.04.2014).

<sup>1217</sup> SANTOSO, TOPO, "Implementation of Islamic Criminal Law in Indonesia: Ta'zir Punishment as a Solution?", Kuala Lumpur, Universidad Islámica Internacional de Malasia (IIUM), en la *IIUM Law Journal*, tomo 19, número 1, 2011, Páginas 123-148.

<sup>1218</sup> Op. cit., SARDESAI, D. R., 2010, p. 293.

<sup>1219</sup> Op. cit., MAUZY, DIANE K. y MILNE, R., 1999, p. 110.

<sup>1220</sup> ANÓNIMO, "With God on whose side?", *The Economist* (Londres, 08.08.2015), p. 39.

<sup>1221</sup> COCHRANE, JOE, "Many in Jakarta Seem to Shrug Off Terrorist Attack", *The New York Times* (Nueva York, 15.01.2016).

<sup>1222</sup> Op. cit., LEIFER, MICHAEL, 2001, pp. 159-160.

<sup>1223</sup> Nota: Del inglés "*punch above its weight*". La desproporción entre el minúsculo tamaño y el poder financiero.

de esta parte de Asia, con gran influencia malayo-polinesia<sup>1224</sup>. Stuart Fox habla de una "cultura de seguridad regional" a la ASEAN, reflejo de los procesos de interacción internacional, que da a los representantes de las naciones partícipes un sentimiento de pertenencia y basada en el respeto a las jerarquías basadas en la edad y la experiencia.

La escasa conflictividad regional en el Este y Sudeste Asiático (*Islas Spratley, Islas Paracel y Taiwán*) es atribuida por Leifer hasta 2001 al acuerdo tácito<sup>1225</sup>, a la acomodación, entre China y EEUU ante el ascenso de la RP China<sup>1226</sup>. Para Leifer, el *Acuerdo de los Cinco Poderes* (FPDA) se mantendría entre otras razones por la voluntad estratégica de Australia (razones comerciales y logísticas obvias), de jugar un rol importante en la Seguridad en los Estrechos y a escala regional. Su contribución en términos de hardware y software militar o diplomático, siempre habría sido más importante que la del Reino Unido. Desde un principio, la protección de los intereses australianos y británicos en los Estrechos estaría en el punto de mira del legislador, en sintonía con los de EEUU. Además de las raíces históricas coloniales y culturales e intereses comunes entre los 5 países de la Commonwealth (Malasia; Singapur; Reino Unido, Nueva Zelanda y Australia), existe el vínculo de la alianza de Australia con los EEUU, altamente valorado en Singapur (el ANZUS, que también incluye a Nueva Zelanda). El *Acuerdo* facilita la cooperación, profesionalización e interoperabilidad de las fuerzas de los cinco países, necesarias en caso de actuación conjunta ante una crisis en los Estrechos. Pongamos por ejemplo la intervención de Australia bajo el paraguas del FPDA en Timor Oriental en 1997, resentida fuertemente por Yakarta, con un contingente de tropas de los cinco países de la Commonwealth<sup>1227</sup><sup>1228</sup>. El *Acuerdo* añade peso estratégico a la defensa de los Estrechos<sup>1229</sup><sup>1230</sup>, tomando relevancia ante al ascenso chino en el Mar de China y las *Senkaku*, así como con relación al contencioso de Taiwán: en ausencia de una postura común en la ASEAN para con la RP China, este tipo de acuerdo con largo recorrido histórico posiblemente dote a Malasia y Singapur de gran flexibilidad y capacidad defensiva, sin necesidad de posicionamientos antagónicos para con el Imperio Medio<sup>1231</sup>. Con todo, el FPDA tampoco significa una garantía securitaria para Singapur ante la agresión de

---

<sup>1224</sup> Op. cit. MAUZY y MILNE, 1999, pp. 3-4: Sobre la cultura política tradicional en el entorno de los sultanes malayos, hay bastantes características comunes (lenta; conciliatoria, jerárquica, toma de decisiones en común). Sobre el poder absoluto de los sultanes véase, op. cit., WATSON ANDAYA, BARBARA y ANDAYA, LEONARD Y, 2001, pp. 338-339.

<sup>1225</sup> Op. cit., LEIFER, MICHAEL, 2001, pp. 159-160.

<sup>1226</sup> MOSS, TREFOR, "China's Not-So-Hard Power Strategy", Tokio, en el portal *The Diplomat* (28.06.2012), en < URL: <http://thediplomat.com/2012/06/chinas-not-so-hard-power-strategy/>>, (accedido el 14.3.2015).

<sup>1227</sup> STOREY, IAN; EMMERS, RALF Y SINGH, DALJIT, "Introduction", en AAVV, *Five Power Agreements at Forty*, 1ª edición al cuidado de Ian Storey et al., Singapur, Institute of South East Asian Studies (ISEAS), 2011, 129 páginas. pp. xv-xxi

<sup>1228</sup> HUXLEY, TIM; "The Future of the FPDA in an Evolving Regional Security Environment", en AAVV, *Five Power Agreements at Forty*, 1ª edición al cuidado de Ian Storey et al., Singapur, Institute of South East Asian Studies (ISEAS), 2011, 129 páginas, pp. 118-121 y, HALIMI, ABDUL-LATIF, "The Regional Implications of Indonesia's Rise. As it tallies votes from Wednesday's election, Indonesia's economic outlook is strong. What does that mean for the region?", Tokio, Japón, en el portal *The Diplomat* (10.04.2014), en < URL: <http://thediplomat.com/2014/04/the-regional-implications-of-indonesias-rise/>>, (accedido el 24.03.2015). El FMI habría predicho una tasa de crecimiento del PIB indonesio (6%) del orden del doble del australiano (3%).

<sup>1229</sup> TILL, GEOFFREY, "A Little Ray of Sunshine: Britain and the Origins of the FPDA - A Restrospective on Objectives, Problems and Solutions", en AAVV, *Five Power Agreements at Forty*, 1ª edición al cuidado de Ian Storey et al., Singapur, Institute of South East Asian Studies (ISEAS), 2011, 129 páginas, pp 3-4 y p. 17.

<sup>1230</sup> ANG CHENG GUAN, "On the Establishment of the Five Power Defence Arrangements", en AAVV, *Five Power Agreements at Forty*, 1ª edición al cuidado de Ian Storey et al., Singapur, Institute of South East Asian Studies (ISEAS), 2011, 129 páginas, pp. 29-33.

<sup>1231</sup> SAVARANAMUTTU, JOHN, "Malaysian Foreign Policy and the Five Power Defence Arrangements", en AAVV, *Five Power Agreements at Forty*, 1ª edición al cuidado de Ian Storey et al., Singapur, Institute of South East Asian Studies (ISEAS), 2011, 129 páginas, pp. 43-47.



Malasia<sup>1232</sup>: al día de hoy, Malasia no autoriza el entrenamiento de tanques/aviones singapurenses en el suelo/espacio aéreo malasio, y ¡las tropas singapurenses se entrenan en Australia!<sup>1233</sup>. No obstante, intensificadas las relaciones económicas entre ambos países, el clima es mucho más distendido desde que llegó al poder *Abdullah Badawi* (2004). Con todo, no se debe de perder de vista la carta anti singapurenses, uno de los útiles preferidos por el ala dura del malayismo para concitar apoyos electorales.

Finalmente, el auge del islamismo radical en el periodo 2001-2015, suscita una creciente preocupación en las fronteras de Islam malayo-polinesio, lo que vuelve a centrar la atención en los conflictos tradicionales en los lindes del Islam malayo. En *Patani*, en el largo conflicto entre la minoría malaya (musulmana) y el Estado de Tailandia habrían muerto más de 6000 personas y se ha herido a 10000, sin visos de solución inmediata<sup>1234</sup>. Con todo, para Chinyong-Liow la ideología de los islámicos en las provincias fronterizas con Malasia se habría mantenido alejada del fundamentalismo de la Jihad global en los últimos años (2011), manteniendo sus propias pautas culturales islámicas tradicionales, más moderadas y tolerantes<sup>1235</sup>. Sentado esto, no nos es posible obviar en visitas recientes a Bangkok, la mayor visibilidad del Islam fundamentalista con relación a 1998: desde que las mujeres tailandesas musulmanas están empezando a utilizar el *tudong* (cubrirse el pelo y las orejas al estilo islámico malasio), a la multiplicación de minaretes con megáfonos ensordecedores. Todo esto en el marco de un comercio/turismo/refugiados creciente entre los países árabes del Golfo, Malasia y Tailandia. Finalmente, no olvidarnos del proyecto de Canal en el Istmo de Kra en territorio tailandés<sup>1236</sup>, del Golfo en Tailandia al Océano Índico, que podría afectar la logística y la posición estratégica tanto de Malasia o de Singapur. Aunque algunos creen que es política ficción, ahorraría millones en combustible y horas de cabotaje marino a los barcos del Este Asiático y China, alejando las cargas de la piratería malaya, desplazando parte del tráfico marítimo de los Estrechos al canal.

Con relación a Filipinas. desde la Región Autónoma islámica de la isla de Mindanao, a escasas millas marinas del Estado malasio de Sabah, en la Malasia insular, pueda haber riesgos de contagio de los conflictos tradicionales internos entre musulmanes y católicos, en el marco de la lucha del Gobierno de las Islas Filipinas contra el *Moro Liberation National Front (MNLF)*, reconocido por la Organización Islámica de Cooperación) y la más reciente con *Abbu Sayyaf* (este último con influencia árabe wahabita y vínculos con Al Qaeda<sup>1237</sup>), ya que Malasia es refugio tradicional de los insurgentes islámicos filipinos. Nos referimos, respectivamente, a estas dos organizaciones independentistas islamistas del Sur de Filipinas, la primera sería moderada y la segunda fundamentalista con pretensiones de califato para todo el Sudeste Asiático. La intensísima emigración filipina a

---

<sup>1232</sup> Op. cit., TILL, GEOFFREY, 2011, p. 5.

<sup>1233</sup> Op. cit., ANG CHENG GUAN, 2011, p. 23.

<sup>1234</sup> BEAN, JAMES, "Southern Thailand's New Activists. The peace process slowly moves forward, while younger activists opt for Facebook over guns", Tokio, Japón, en el portal de The Diplomat, (27.10.2013), en (accedido el 24.03.2015) <URL: <http://thediplomat.com/2013/11/southern-thailands-new-activists/>>.

<sup>1235</sup> CHINYONG LIOW, JOSEPH, "Muslim Identity, Local Networks, and Transnational Islam in Thailand's Southern Border Provinces", Cambridge, Reino Unido, Cambridge University Press, Modern Asian Studies, volumen 45, tomo 6, (01.03.2011), pp. 1383-1421 (en la base de datos Proquest).

<sup>1236</sup> MOHD HAZMI MOHD RUSLI, "Proposed Thai canal project: Between myth and reality", Petaling Jaya, en el portal *Malaymail online* (28.06.2013), en < URL: <http://www.themalaymailonline.com/what-you-think/article/proposed-thai-canal-project-between-myth-and-reality-mohd-hazmi-mohd-rusli>> y PANDA, ANKIT, "How a Thai Canal Could Transform Southeast Asia An idea to build a canal through southern Thailand could have broad geopolitical ramifications", en el portal *The Diplomat* (01.12.2013), en <URL: <http://thediplomat.com/2013/12/how-a-thai-canal-could-transform-southeast-asia/>>, (accedidos el 31. 03.2015).

<sup>1237</sup> Fuente: Enciclopedia Británica, artículo sobre Abu Sayyaf.

Sabah (Malasia) desde Mindanao (Filipinas), que el Gobierno de Malasia sostiene profesa la religión musulmana, estaría alterando los equilibrios sociales, étnicos y religiosos de este Sabah en la Malasia Insular: de los casi 900000 inmigrantes extranjeros en el censo de 2010, la mayor parte serían filipinos<sup>1238</sup>. Este es un contencioso, con raíces en la colonización española y luego norteamericana, que habría traspasado las fronteras malasias: el Sultanato de Sulu habría abarcado no sólo territorios en Mindanao en Filipinas sino también del Estado Sabah de la Federación Malasia<sup>1239</sup><sup>1240</sup>. De cualquier modo, los secuestros frecuentes de turistas en la zona, por piratas o milicias islámicas, no contribuyen a la seguridad como destino turístico, ni en Sabah ni en Mindanao (el Estado malasio de Sarawak, con gran presencia cristiana, es más tranquilo). *Abbu Sayyaf* ganó prominencia recientemente por los secuestros repetidos de turistas occidentales en Filipinas<sup>1241</sup><sup>1242</sup>, aspecto que coadyuvó a intensificar el conflicto tradicional entre el Gobierno de las Filipinas y el *MNLF*. De cualquier modo, este es un conflicto de largo recorrido, las compensaciones financieras obtenidas por el *MNLF* en 2014 y su estatuto de Autonomía frente a Manila en Mindanao, no aseguran un futuro despejado: el *MNLF* llegó a contar con más de 30000 insurgentes en sus peores momentos, en una de las regiones más pobres de Filipinas.

#### 4.5 La rivalidad sino-americana

Para Stuart-Fox, el punto candente en las relaciones entre China y la ASEAN serían las *Islas Spratley*, ya que la apropiación a escasos km de la isla china de Hainan, del territorio vietnamita de las *Islas Paracel* por la RP China<sup>1243</sup><sup>1244</sup>, serían un hecho consumado para Pekín: ya cuentan con una base naval y aérea china bastante importante, y Vietnam se habría plegado a la voluntad china, aunque casi nadie le de credibilidad a las razones y documentos históricos que Pekín utiliza para justificar sus reivindicaciones territoriales. El contencioso por los recursos naturales de las Spratley se dirime entre China; Vietnam; Indonesia; Filipinas, Malasia y Brunei, esta vez a 1000 km de la isla de Hainan (China), bien adentradas geográficamente en el Sudeste Asiático. Es decir, por los posibles recursos petrolíferos y los pesqueros (en franco declive, una lucha por hacerse con unos caladeros con pesca decreciente), así como su posición estratégica en las rutas de navegación esenciales para el comercio mundial. En 1987, China establece su presencia en las Spratley a través de un islote artificial, lo que llevó a la ocupación inmediata de otros islotes por Vietnam y las Filipinas. En 1988, se dio un enfrentamiento armado entre la Marina de Vietnam y la de la RP China por el intento vietnamita de prevenir el acceso chino al *Arrecife Johnson*. En los 90, China ya ocuparía 9 islas del Archipiélago (mientras que Vietnam ocuparía 20), declaradas territorio de la RP China. En 1995, la toma del *Arrecife Mischief* por la RP China llevó a

<sup>1238</sup> Fuente: Departamento de Estadísticas de Malasia, "Population Statistics and Basic Demographic Characteristics", Kuala Lumpur, Malasia, 2010, pp. 40 y 92.

<sup>1239</sup> FINCH, STEVE, "Fighting and Fallout in Sabah" Tokio, Japón, en el blog *The Diplomat* (05.03.2013), en <URL: <http://thediplomat.com/2013/03/fighting-and-fallout-in-sabah/>,>

<sup>1240</sup> HUNT, LUKE, "A Filipino Standoff in Malaysia About 100 Philippine militants have washed up on the shores of Malaysia's eastern state of Sabah", Tokio, Japón, en el blog *The Diplomat* (15.02.2013), en <URL: <http://thediplomat.com/2013/02/a-filipino-standoff-in-malaysia/>>, (accedidos el 26.03.2015).

<sup>1241</sup> GUTIERREZ, JASON "Philippines: Abu Sayyaf back in the spotlight", Qatar, en el sitio web de la cadena de TV internacional Al Jazeera, en <URL: <http://www.aljazeera.com/indepth/features/2014/10/philippines-abu-sayyaf-201410187641392234.html>>

<sup>1242</sup> ANÓNIMO, "Philippines and Muslim rebel group sign historic peace deal Agreement will grant largely Muslim areas of Mindanao region greater political autonomy in exchange for end to rebellion", Qatar, en el sitio web de la cadena de TV internacional Al Jazeera (27.04.2014), en <URL: <http://america.aljazeera.com/articles/2014/3/27/philippines-and-muslimrebelgroupmilsignhistoricpeacedeal.html>>, (accedidos el 25.03.2015).

<sup>1243</sup> Op. cit., LEIFER, MICHAEL, 2001, pp. 159-160.

<sup>1244</sup> Op. cit., STUART-FOX, MARTIN, 2003, pp. 219-221.

enfrentamientos armados entre Filipinas y China. En 1995, China publicaría unos mapas en los que el *Yacimiento de Natuna* de gas natural, de Indonesia, se encontraría radicado en territorios reclamados por la RP China en las Spratley<sup>1245</sup>, explicitando lo que considera zonas marítimas de la RP China, sin detallar a que se refiere. Con la paciencia y la falta de voluntad de renunciar a la soberanía del territorio, que caracterizarían a la política exterior China, el problema de las Spratley se antoja una novela melodramática interminable, donde ninguna de las partes daría su brazo a torcer con facilidad, algo bastante chino. Alice Ba define las demandas territoriales de las partes en conflicto como "*no negociables*", sin embargo, aunque no explícitamente, si que se negocia, constantemente, a cuenta gotas, esto es algo también bastante chino<sup>1246</sup>.

En ausencia de una posición política, militar y estratégica común de la ASEAN para con el ascenso de la RP China, los países de la ASEAN querrían mantener cierta presencia norteamericana que permita el equilibrio de poder, abominada por Pekín: Acharya lo denomina "*una mezcla de disuasión y aproximaciones cooperativas en materia de seguridad*"<sup>1247</sup>, con especial atención a la seguridad económica e interdependencia regional, condicionada a la rivalidad sino-americana (jugar a dos barajas). Esto es especialmente significativo cuando ni siquiera se han resuelto los contenciosos entre las mismas naciones de la ASEAN con relación a las Islas Spratley. Para Stuart Fox, una toma de postura común de todos los miembros de la ASEAN para con los contenciosos isleños relativos a una RP China en ascenso podría "avergonzar"<sup>1248</sup> a Pekín (cuestión de estatus de los "*hermanos mayores*", lo más importante para los chinos, frente a sus "*hermanos pequeños*" del Sudeste Asiático). Esta sería una postura ambivalente netamente asiática para no avergonzar a la contraparte, que probablemente lleve a contradicciones entre las formas y los posicionamientos políticos y estratégicos: si llamarle por su nombre a una situación ofende a la contraparte (en este caso la RP China), lo normal en un entorno cultural chino es "*mentirte por tu propio bien*". Especialmente ante los nuevos aumentos de los presupuestos de Defensa para la modernización de las fuerzas armadas de Filipinas; Malasia y Vietnam<sup>1249</sup>.

Recientemente, se habla de combinaciones en la utilización de "*barcos espía*" chinos<sup>1250</sup>, camuflados como barcos de pesca ("*AGIs*"), se supone barcos o sin armamento o armados, posiblemente para agitar más o menos la situación en el Mar del Sur de China o tomar islotes en cuando fuera conveniente o, en el frente doméstico, condicionar el ánimo de una opinión pública cada vez más xenófoba con incidentes internacionales de baja intensidad. Baste recordar el incidente en el *Arrecife de Scarborough* en 2012, que quedó en "tablas" (a 859 km de Hong Kong y 350 km de Manila, Pekín ya andaría bastante confiado, sintiéndose con el control de la

---

<sup>1245</sup> MOSS, TREFOR, "The Neverending Story: Drama in the South China Sea", Tokio, Japón, en el portal de The Diplomat, (07.09.2012), en <URL: <http://thediplomat.com/2012/09/the-neverending-story-drama-in-the-south-china-sea/1/>>

<sup>1246</sup> BA, ALICE D., "Who's socialising whom? Complex engagements in Sino-ASEAN relations" en AAVV, *Theorising South East Asian Relations: Emerging Debates*, 1ª edición al cuidado de Amitav Acharya, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, 2009, páginas 134, pp. 31- 53, en p. 48.

<sup>1247</sup> ACHARYA, AMITAV, "Seeking Security in the dragon's shadow, China and South East Asia in the emerging Asian order", en AAVV, *The Chinese in South East Asia*, volumen VI, colección Routledge Library on South East Asia, 1ª edición al cuidado de Geoff Wade, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, 2009, 348 páginas, pp. 271-292.

<sup>1248</sup> Op. cit., STUART-FOX, MARTIN, 2003, pp. 215-216 y 240-243.

<sup>1249</sup> THAYER, CARL, "The Philippines, Malaysia, and Vietnam Race to South China Sea Defense Modernization. Malaysia, the Philippines, and Vietnam are all striving to bolster their maritime capabilities", Tokio, Japón, en el blog *The Diplomat* (23.01.2015), en <<http://thediplomat.com/2015/01/the-philippines-malaysia-and-vietnam-race-to-south-china-sea-defense-modernization/>>, (accedido el 24.03.2015).

<sup>1250</sup> HOLMES, JAMES R, "China's Small Stick Diplomacy", Tokio, Japón, en el portal *The Diplomat*, mayo de 2012, en <URL: <http://thediplomat.com/2012/05/chinas-small-stick-diplomacy/>> (accedido el 14.03.2015).

situación, en un avance gota a gota para hacerse con el control del Mar del Sur de China), cuando nueve barcos pesqueros chinos fueron apresados por guardacostas filipinos, o el barco de pesca chino que fue aprehendido en las inmediaciones de las Islas Senkaku por la armada japonesa en 2010: la percepción de ataque contra barcos chinos, le daría a Pekín la excusa perfecta para intervenir militarmente y proteger a sus barcos pesqueros. Según Trefor<sup>1251</sup>, la RP China habría expandido una flota de navíos sin armamento (generalmente barcos pequeños) e incluso en algunos casos con armamento ligero, de forma mucho más rápida que la de su marina convencional, bajo el amparo de agencias como la Comandancia para la Aplicación de la Ley de Explotación Pesquera (FLEC), la Agencia de Vigilancia Marítima (CMS), o la Agencia de Seguridad Marítima (MSA). Se trataría de barcos que en apariencia sólo desempeñarían funciones de guardacostas o de barcos de investigación, que estarían complementando la mejora espectacular de las capacidades de guerra convencional de la Marina de la RP China en el Mar de China.

Los intentos de la ASEAN por internacionalizar estos conflictos, es decir darle un encaje que permita la intervención diplomática o militar de los grandes poderes regionales, como EEUU o Japón, se topan con un sentimiento creciente de nacionalismo chino con tintes populistas. Es decir, dadas las atrocidades japonesas en la II Guerra Mundial en China y la pérdida de territorios chinos, así como la proliferación de enclaves occidentales y japoneses, e incluso rusos, en China (las *Concesiones*) antes y después del colapso de la China Qing, la implicación de Japón o EEUU en estos conflictos se interpreta desde Pekín como injerencia intolerable en un área geográfica de influencia considerada natural por la RP China. Esta situación que coincide con la caída del poder blando de Japón y de EEUU en la ASEAN. Aquí se asiste a un nacionalismo ciertamente peligroso, que remueve la xenofobia doméstica y contribuye a los intereses de Pekín, pero que pueda tener consecuencias impredecibles en el largo plazo. China es un país cada vez más inestable a nivel doméstico, con unos niveles culturales bastante bajos: Gelber habla de 87000 protestas sólo en 2005. El contencioso de Mar de China, la culpabilización y estigmatización de los extranjeros, debidamente amplificadas, serviría a los intereses de Pekín: transformando a los extranjeros en el chivo expiatorio, alejando la atención del ciudadano sobre los problemas domésticos. Según Gelber<sup>1252</sup>, esta sería una práctica recurrente del Gobierno de la RP China desde los eventos en la Plaza de Tian An Men en 1989.

Obviamente, los acuerdos en materia de Seguridad y Defensa de los EEUU con los países de la ASEAN, Japón y Corea, juegan un rol decisivo, tanto en el conflicto de las Islas Spratley como en el de las Senkaku como contrapeso al creciente poder chino: aquí estamos ante una subcontratación de la Defensa a los EEUU ¿Qué ocurriría si en este supuesto Japón, EEUU y las potencias occidentales, cedieran ante las presiones chinas en ambos contenciosos, las Spratley al sur y las Senkaku al norte (también reclamadas por Taiwán)? Se entiende, en la línea ASEAN, que la capacidad militar de ninguna de las naciones del Sudeste Asiático es rival para la RP China, y ninguna quiere ni enfrentamientos, ni problemas con Pekín, poniendo cuidado en no tomar posturas antagónicas o críticas para con la RP China. Japón es algo muy distinto<sup>1253</sup>, pero se escapa a los

---

<sup>1251</sup> MOSS, TREFOR, "China's Not-So-Hard Power Strategy", Tokio, en el portal *The Diplomat* (28.06.2012), en < URL: <http://thediplomat.com/2012/06/chinas-not-so-hard-power-strategy/>>, (accedido el 14.03.2015).

<sup>1252</sup> Op. cit. GELBER, HARRY, 2007, p. 409.

<sup>1253</sup> AAVV, "Japan-U.S. Relations: Issues for Congress", coordinado por Emma Emma Chanlett-Avery, Washington, Informe del Servicio de Investigación del Congreso de los EEUU, (13.01.2015), en: <URL: <http://fas.org/sgp/crs/row/RL33436.pdf>>, 32 páginas, en pp. 7-9.

objetivos de este estudio en el marco de su fortalecimiento en lo militar y que los EEUU no tomaran posturas oficiales ante disputas territoriales<sup>1254</sup>. Paralelamente, la ASEAN quiere un Japón fuerte económicamente, pero no militarmente, algo que está cambiando rápidamente: el Parlamento de Japón habría autorizado las intervenciones militares japonesas fuera de su territorio, aunque constitucionalmente estas hubieran sido limitadas desde la II Guerra Mundial<sup>1255</sup>. De cualquier modo, la influencia económica en Taiwán de la RP China es cada vez mayor, prueba del enorme comercio e inversiones cruzadas, lo que se corresponde con su influencia creciente en lo político desde el encarcelamiento de *Chen Sui Bian*<sup>1256</sup>, ex Presidente de Taiwán opuesto a la reunificación con la RP China (recientemente liberado), y la vuelta del *Kuomintang* de los sucesores de *Chan Kai Shek* al poder. La reunificación parece un prospecto cada vez más plausible, que alteraría profundamente el equilibrio de poderes regional según Stuart Fox: China no sólo accedería a los grandes recursos económicos de la isla, también tendría acceso a su arsenal militar, de tamaño considerable<sup>1257</sup>. Este es un escenario bastante más preocupante para Japón, EEUU y la ASEAN que la competencia por unos islotes estratégicos en el Mar de China<sup>1258</sup>.

Siguiendo a Allen Carlson y Xu Xin<sup>1259</sup>, en ausencia de provocaciones, no parece tener sentido que Pekín sobreutilice a corto plazo estos contenciosos como útil de propaganda, de consumo doméstico o internacional, China perdería la imagen de "*perfil bajo*", pacífica, poniendo en peligro el comercio e inversiones recíprocas con la ASEAN, Japón y Corea. En bastantes de las fuentes consultadas, se entiende que la prioridad estratégica china número uno es la unidad de la RP China (incluyendo Taiwán) y la preservación de sus fronteras, para lo que encaja el restablecimiento de las relaciones de vasallaje tradicionales con los estados en su esfera de influencia en la ASEAN<sup>1260</sup>. Sin embargo, ni la Historia ni la organización administrativa de la RP China informan de que los cálculos de Pekín sean racionales, baste mentar la multiplicidad de tradiciones y lenguas en un Estado de 1400 millones de almas: existen múltiples fuerzas que cuestionan la pretensión de unidad nacional china y el encaje jerárquico de naciones próximas vasallas de Pekín, así como que la subordinación de las provincias chinas a los intereses del politburó Pekín sea algo garantizado. Además, no se sabe si se está lejos de conflictos internos de carácter étnico<sup>1261</sup> de mayor o menor calado en la RP China, más allá de los tradicionales en Tibet o Xinjiang<sup>1262</sup>, dada la variedad de minorías étnicas en China, algo que preocupa bastante al Politburó chino. La posible inestabilidad de una China en la que crece el número de disturbios y el cuestionamiento del rol del Partido Comunista, en un entorno de grandes desigualdades y grandes

---

<sup>1254</sup> Op. cit., STUART-FOX, MARTIN, 2003, pp. 236.

<sup>1255</sup> MCURRY, JUSTIN, "Japanese pacifists unnerved by lifting of ban on military intervention" desde Tokio, *The Guardian* (Londres, 01.07.2015) < URL: <http://www.theguardian.com/world/2014/jul/01/japan-pacifists-military-intervention-shinzo-abe>>, (accedido el 06.11.2015).

<sup>1256</sup> AFP/REUTERS, "Former Taiwan president Chen Shui-bian released from jail on medical parole", en el sitio web de la ABC australiana (06.01.2015), en <URL: <http://www.abc.net.au/news/2015-01-06/former-taiwan-president-chen-shui-bian-on-medical-parole/6002650>>, (accedida el 03.12.2015).

<sup>1257</sup> Op. cit., STUART-FOX, MARTIN, 2003, pp. 225-227.

<sup>1258</sup> Ibid., 2003, pp. 223 y 243.

<sup>1259</sup> CARLSON, ALLEM y XU XIN, "South China Sea Is No Powder Keg", Tokio, Japón, en el portal *The Diplomat*, (26.05.2012), en <URL: <http://thediplomat.com/2012/05/south-china-sea-is-no-powder-keg/>>, (accedidos a 15.03.2015).

<sup>1260</sup> Op. cit., STUART-FOX, MARTIN, 2003, p. 229-231.

<sup>1261</sup> Op. cit., YU-SHEK CHENG, JOSEPH, 2009, p. 265.

<sup>1262</sup> BRYAN STARR, JOHN, "Understanding China: A Guide to China's Economy, History, and Political Culture", 3ª edición, Nueva York, Hill and Wang (división de Farrar, Straus y Giroux), 2010, 448 páginas, capítulos: 6 (regionalismo); 7 (ciudades chinas), 8 (descontento rural) y 9 (identidad étnica).

movimientos de población regionales, deterioro medioambiental e injusticia, también sería una de las razones por las que la ASEAN no querría tomar posturas antagónicas para con las directrices políticas de Pekín<sup>1263</sup>.

En ausencia de consenso, cada país de la ASEAN habría seguido su propia estrategia para con la RP China. Las relaciones con Malasia y Singapur serían bastante ambivalentes. En Malasia los elementos más conservadores no quieren una colaboración estrecha con China<sup>1264</sup>, lo que contrasta con su amplia y bien organizada e influyente minoría china detrás del importantísimo comercio con China. Singapur prefiere tener un pié dentro y uno fuera, por su cooperación y afinidad algo más estrechas con los EEUU en materia de defensa paralela a sus intereses económicos en el mundo occidental, pero sin perder de vista los intereses económicos y lazos culturales de su mayoría china con relación a China. Singapur comercia "*con todo el mundo*" y es el intermediario de la inversión occidental en el Sudeste Asiático. Aunque ambos países reivindican tener unas relaciones estrechas con la RP China (evidentes en lo comercial), también son conscientes de las posibles consecuencias adversas que esto puede tener a nivel interno (Malasia) o externo (Singapur). En Filipinas, las relaciones culturales e históricas con EEUU y España, contrastan con las de los demás países por su proximidad a Occidente: Filipinas no se ve encuadrada en una ASEAN puramente asianista, luego se acercaría a EEUU. Tailandia habría reconocido inmediatamente a la potencia hegemónica (China) y Myanmar habría tomado una postura de "*realismo oportunista*" para con la RP China. Sin embargo, Vietnam habría bajado la guardia frente a China sólo en el último momento, en Camboya y otros contenciosos, manteniendo siempre una sospecha severa sobre las intenciones del Imperio Medio. Vietnam jugaría a dos bandas en un equilibrio delicadísimo: mejora sus relaciones con EEUU, lo que le da acceso a hardware y tecnología militar (marítima), pero al mismo tiempo<sup>1265</sup> precisa mantener unas buenas relaciones con Pekín, ya que su dependencia económica es cada vez mayor: por ejemplo, su potente industria textil orientada a la exportación depende de los suministros chinos, como en muchos otros ramos, desde plásticos a materiales de construcción. Mientras China no avance en las Spratley, Vietnam probablemente no reaccione en términos de poder duro. Según Truong-Minh Vu y Ngo Di Lan, esta transferencia de armamentos no significaría un aumento de la capacidad militar vietnamita estratégicamente significativa, frente a la armada china, mucho más moderna y preparada que la vietnamita, sino un mayor acercamiento entre los EEUU y Vietnam, en términos de contención de la RP China<sup>1266</sup>. En cualquiera de los casos, bien reitera Stuart-Fox que el reconocimiento del status de la RP China como potencia hegemónica en Asia (deferencia; respeto, guardar las formas al estilo asiático), en el marco de las relaciones bilaterales, es el precio que hay que pagar por la seguridad e integridad territorial frente al gigante chino en la ASEAN<sup>1267</sup>. Indonesia, cada vez más poderoso y según algunos hegemónico, en el concierto de la ASEAN, le ha cerrado la puerta tradicionalmente a la RP China en su área de influencia: es barrera natural al ascenso chino por ser la nación islámica más grande de la tierra, y su cultura política y de relaciones internacionales también choca frontalmente con la visión del mundo en el Imperio Medio. Indonesia en 2014 estaría reorganizando sus fuerzas

---

<sup>1263</sup> Op. cit., STUART-FOX, MARTIN, 2003, p. 231.

<sup>1264</sup> Op. cit., YU-SHEK CHENG, JOSEPH, 2009, p. 265.

<sup>1265</sup> VU, KHANG, "Vietnam and Diplomatic Balancing. Hanoi is having to walk a careful line in its relations with China and the U.S.", Tokio, Japón, en el Blog de *The Diplomat* (08.02.2015) < URL: <http://thediplomat.com/2015/02/vietnam-and-diplomatic-balancing/>>.

<sup>1266</sup> TRUONG-MINH VU y NGO DI LAN, "The Political Significance of American Lethal Weapons to Vietnam The partial embargo removal sends a clear signal to South China Sea rivals", Tokio, Japón, en el Blog de *The Diplomat* (07.10.2014), en <URL: <http://thediplomat.com/2014/10/the-political-significance-of-american-lethal-weapons-to-vietnam/>>, (accedidos el 20.12.2016).

<sup>1267</sup> Op. cit., STUART-FOX, MARTIN, 2003, p. 237.

aéreas, navales y de tierra, teniendo en cuenta sus intereses en el *Yacimiento de Nantuna* en el punto de mira de las ambiciones territoriales chinas<sup>1268</sup>. Ni China estaría interesada en la fragmentación de este extenso, étnicamente diverso y conflictivo país, ni las naciones de la ASEAN, por el rol hegemónico que Indonesia juega en el marco del Sudeste Asiático como contrapeso a China<sup>1269</sup>.

Ante el problema de las Spratley, las Filipinas le habrían devuelto el acceso a los EEUU, aéreo y naval, a ciertas bases militares en 2014 como la naval de *Subic Bay* y la aérea de *Clark*, respectivamente. Según Hardy, se supone que se trataría de una presencia "semi-permanente"<sup>1270</sup><sup>1271</sup>, postura ambivalente, ya que permitiría el almacenamiento y mantenimiento de equipos fijos militares considerables, en un acuerdo parecido al reciente firmado con Australia (Darwin), que habría permitido el entrenamiento de 2500 marines americanos en su territorio (presencia y rotación de tropas). Además, ya se estarían estableciendo empresas de mantenimiento de navíos en Subic Bay. Esta nueva política del Gobierno filipino coincidiría con la compra de armamento norteamericano (barcos guardacostas): los EEUU serían socio estratégico en la modernización de unas fuerzas filipinas con capacidades bastante reducidas, intensificando la cooperación establecida con los EEUU en la lucha contra el terrorismo islámico en las provincias del Sur desde 2001. Se intensificaría pues la presencia de los EEUU, desde el estacionamiento de la 7ª flota en Japón (donde ya hay 50000 militares americanos), pasando por la presencia en el norte de Australia (Darwin), hasta cuatro modernos buques de combate litoral (LGs), con dirección a Singapur. Por tanto, desde el incidente de *Scarborough*, Filipinas aumenta su confianza en el rol de "pílvot estratégico", que el Gobierno de Obama quiere jugar a escala regional para contener el ascenso chino, desde Filipinas a Myanmar. Según Gelber, Pekín percibe esta estrategia de contención como piezas del entramado de relaciones y acuerdos bilaterales en materia de Seguridad y Defensa, que los EEUU habrían puesto en marcha para contener y retrasar (como la ASEAN) el ascenso de la RP China, y para que China siguiera reglas definidas por Occidente. Ya que no sería posible pararlo, si se considera que la pre eminencia a escala regional de la RP China a largo plazo es un hecho consumado (lo que, desde nuestro punto de vista, está por ver), interesaría al menos condicionarlo para preservar y avanzar los intereses americanos. Pekín entendería como puntales de esta estrategia americana (2007)<sup>1272</sup>: el refuerzo de la Alianza entre EEUU y Japón<sup>1273</sup>; la creciente cooperación con India; la mejora de las relaciones con Vietnam, el apoyo a un Gobierno pro estadounidense en Afganistán, y todo tipo de emplazamientos y bases militares en los cuatro puntos cardinales en los linderos con la RP China.

---

<sup>1268</sup> PRASANTH PARAMESWARAN, "Indonesia's New Military Commands: A South China Sea Focus?" The flash point is reportedly featuring prominently in its future military plans." Tokio, Japón, en el blog de *The Diplomat* (28.02.2015), < URL: <http://thediplomat.com/2015/02/indonesias-new-military-commands-a-south-china-sea-focus/> >

<sup>1269</sup> Op. cit., STUART-FOX, MARTIN, 2003, p. 238.

<sup>1270</sup> HARDY, JAMES, "Back to the Future: The U.S. Navy Returns to The Philippines. A return to a familiar port of call serves as another reminder of the United States continued "rebalance" towards Asia", Tokio, Japón, en el blog de *The Diplomat* (06.10.2012), < URL: <http://blogs.wsj.com/indonesiarealtime/2014/04/28/5-philippine-bases-where-the-u-s-military-will-look-to-gain-a-footing/>>, (accedidos el 14.03.2015).

<sup>1271</sup> ANÓNIMO, "Philippines to give U.S. forces access to up to five military bases", Manila, Agencia Reuters, (02.05.2014), en < URL: <http://www.reuters.com/article/2014/05/02/us-philippines-usa-idUSBREA4107020140502>>, y MOSS, TREFOR, "5 Philippine Bases Where the U.S. Military Will Look to Gain a Footing", Blog del *Wall Street Journal* (28.04.2014), en < URL: <http://blogs.wsj.com/indonesiarealtime/2014/04/28/5-philippine-bases-where-the-u-s-military-will-look-to-gain-a-footing/>>.

<sup>1272</sup> Op. cit., GELBER, HARRY, 2007, p. 421.

<sup>1273</sup> PANDA, ANKIT, "US, Japan Overhaul Mutual Defense Guidelines", en el portal *The Diplomat* (09.10.2014), en < URL: <http://thediplomat.com/2014/10/us-japan-overhaul-mutual-defense-guidelines/>>, (accedido el 19.03.2015).

Para Obama, la creciente importancia económica tanto de la ASEAN como de China en la economía mundial, aconsejarían un compromiso y actuación más decidido en un espacio económico, la ASEAN, vital para los intereses americanos. Ambiciones geoestratégicas norteamericanas, que se tropiezan con los enormes problemas presupuestarios que presenta la deuda tanto externa como pública de los EEUU<sup>1274</sup>, en su rol de "Imperio Deudor" tras las últimas incursiones en Iraq y Afganistán. Aquí es necesario resaltar los compromisos financieros adquiridos con China, Japón y los países de la ASEAN<sup>1275</sup>. ¿Financia China indirectamente el presupuesto militar de los EEUU?<sup>1276</sup> ¿Estaría China alentando a desequilibrios determinados por el creciente gasto en Seguridad y Defensa, aún mayores que los incurridos por los EEUU hasta la actualidad, para "ganar la guerra" en el frente económico? De cualquier modo, en la revisión de las *Directrices para la Cooperación en Defensa entre los EEUU y Japón*, se introduce la voluntad de que Japón tome un rol más activo en su propia defensa (y por tanto sufrague sus propios gastos), en el marco del rol de "pívot estratégico" que EEUU seguirá jugando en la región, lo que se supone será difícil dada la delicada situación económica del Imperio del Sol Naciente. Eisenhower habría dicho durante la Guerra Fría<sup>1277,1278</sup>:

*"Puedes perder por lo que el adversario te haga. También puedes perder por lo que hagas para contener a tu adversario. Si contener al adversario requiere la bancarrota, entonces has perdido contra ti mismo sin que tu adversario mueva un dedo"*

La percepción altamente pragmática que tiene China de las relaciones internacionales, también fomenta la creciente autoconfianza de las comunidades de la Diáspora en la ASEAN. Los contenciosos isleños en el Mar del Sur de China (con la ASEAN) son muestra de esta forma de ver el mundo y la creciente asertividad a escala regional. Pekín apoya aquellos hombres de negocios, dentro de China y en la Diáspora China en la ASEAN con buenas relaciones políticas y de negocios, que legitiman un papel más creciente y asertivo de la RP China en el mundo, y muestran su simpatía para con sus objetivos de crecimiento económico: el crecimiento económico de las regiones costeras en base a exportaciones a países de la Diáspora, contribuye a aliviar la pobreza extensa de la China de interior. El cálculo de la Diáspora China también habría sido frío y bien calculado: los lazos étnicos con China significaban ganar dinero, mucho dinero. Estas influencias que en algunos casos han llevado a procesos de re significación, como en Singapur<sup>1279</sup>, pero tropiezan con el nacionalismo indígena, bastante acendrado en todo el Sudeste Asiático. De cualquier modo, se trata de Diásporas chinas cada vez más

<sup>1274</sup> BRANDON, JOHN J., "America's "Rebalance"...Towards Southeast Asia", Tokio, Japón, en el portal *The Diplomat* (16.10.2012), en <URL: <http://thediplomat.com/2012/11/americas-rebalance-towards-southeast-asia/>>. (accedidos el 15.03.2015).

<sup>1275</sup> Fuente: Principales países tenedores de Deuda del Gobierno Federal de los EEUU, Departamento del Tesoro de los EEUU (16.03.2015), en < URL: <http://ticdata.treasury.gov/Publish/mfh.txt>>, (accedido el 19.03.2015). En miles de millones de dólares: China, 1223.7; Japón, 1222.4 ; Hong Kong, 172.0; Taiwán, 175.4 y Singapur, 109.7. Sumadas estas cantidades, estos cuatro países y Hong Kong detienen casi el 50% del total de la Deuda Externa Federal de los EEUU.

<sup>1276</sup> LABONTE, M, y ELLWELL, CRAIG K., "Is China a Threat to the US Economy?", Washington, EEUU, informe de la Comisión de Asuntos Exteriores, Defensa y Comercio del Congreso, (23.01.2007), pp-17-34.

<sup>1277</sup> GADDIS, JOHN LEWIS, *We Know Now, Rethinking of Cold War History*. Oxford, Reino Unido, Clarendon Press, 1997, pp. 221-235, y VEIGA, F.; DA CAL, E., y DUARTE, A., *La paz simulada, una historia de la Guerra Fría*. Madrid, Alianza Editorial, 1998, pp. 291-301.

<sup>1278</sup> GADDIS, JOHN LEWIS, "Beyond the Cold War", conversación entre John Lewis Gaddis y Harry Kreisler (presentador), en el programa de TV de la Universidad de California "Conversations with History", (08.05.1989), transcripción de la entrevista disponible en < URL: <http://conversations.berkeley.edu/content/john-lewis-gaddis>>, (accedido el 13.05.2015).

<sup>1279</sup> Op. cit., LEO, SURYADINATA, 2006, pp. 99-100.



acriolladas, de larga permanencia en los países huésped (por ejemplo, en Malasia y Singapur la emigración desde China se paró de 1949 a los años 90). Para Gelber<sup>1280</sup>, la visión que tiene China del mundo, nada sentimental, es como un círculo concéntrico de intereses: "[...] como un sistema altamente competitivo de naciones independientes, las relaciones entre las cuáles se arbitrarían por el equilibrio de fuerzas". China sospecharía de todo tipo de interdependencia entre naciones que no fuera un mecanismo para realzar las ventajas propias, y manifestaría su incredulidad para los "mitos del multiculturalismo". China actuaría sobre la base de una estrategia de "poder nacional comprensivo", es decir, en sintonía con las doctrinas más modernas sobre Seguridad y Defensa, partiría de que una política efectiva en el espacio internacional, debería de ponderar el uso de todos aquellos aspectos del poder tanto "blando" como "duro": es decir lo militar (duro); lo diplomático; la ayuda al desarrollo; la inteligencia civil y militar; lo literario; lo cultural, lo deportivo y otros aspectos de lo que se ha dado en llamar "poder blando"<sup>1281</sup>. China contaría con activos en la escala regional del Sudeste Asiático, la más inmediata y próxima geográfica como económicamente a sus intereses. Estos activos abarcarían desde la reputación histórica, o los vínculos a largo plazo de tipo cultural y político, más importantes en Malasia y Singapur que en el resto de la ASEAN, a la variedad de instrumentos de política económica exterior, diplomáticos y fuerza militar convencional. En suma, China recompensaría con instrumentos de poder blando a aquellos países que contribuyeran a sus objetivos: paz y prosperidad en su periferia para contribuir al desarrollo económico chino; controlar el Mar de China y reducir la influencia de Japón y Taiwán a escala regional; la reunificación con Taiwán; reducir la influencia de los EEUU en la zona, y finalmente, expulsar las fuerzas militares norteamericanas de la región<sup>1282</sup>.

#### 4.6 La China "confiada" del siglo XXI, y el Sudeste Asiático

¿Es China más importante para EEUU que EEUU para China en la actualidad? La situación parece haber cambiado bastante de los años 90, luego valdría la pena reflexionar sobre la conveniencia para los intereses occidentales de la rapidez de la transferencia de tecnología e inversión occidental a China, y la apertura de los mercados occidentales a China. Esto es así dada la ausencia de liberalización política en China desde *Hu Jin Tao*, así como el fortalecimiento de las fuerzas armadas chinas y el dumping social y ecológico de la competencia de China y del Sudeste Asiático a la industria occidental<sup>1283</sup>. La apertura económica china no se corresponde con una apertura política en un régimen fuertemente autoritario, con estándares bastante bajos de gobernabilidad<sup>1284</sup>. Desde que China sale del comunismo de Mao en China, diera la impresión de que incluso se hubiera vuelto atrás tanto en Malasia como en Singapur, en el marco de un retroceso de las libertades y derechos

---

<sup>1280</sup> Op. cit., GELBER, HARRY G., 2007, pp. 412-413.

<sup>1281</sup> KURLANTZICK, JOSHUA, "China's Charm: Implications of Chinese Soft Power", Washington, EEUU, Carnegie Endowment for International Peace, Policy Brief n° 46, junio de 2006, en < URL: [http://carnegieendowment.org/files/PB\\_47\\_FINAL.pdf](http://carnegieendowment.org/files/PB_47_FINAL.pdf)>.

<sup>1282</sup> KURLANTZICK, JOSHUA, "China's Charm Offensive in Southeast Asia", Filadelfia, EEUU, Current History Inc., revista Current History, tomo 105, n° 692, Sep. 2006, pp. 270-276, en p. 276, en Proquest (id. 200717179).

<sup>1283</sup> Nota: Este es el debate que entre otros autores sostienen por una parte, James Mann (escéptico) y por la otra Ross (sinófilo). Véanse: MANN, JAMES, *The China Fantasy: How Our Leaders Explain Away Chinese Repression*, Londres, Penguin, 2007, 127 páginas, y GROSS, DONALD, "The China Fallacy: How the U.S. Can Benefit from China's Rise and Avoid Another Cold War", Conferencia en el Comité Nacional para las Relaciones entre EEUU y la RP China, Nueva York, 18.09.2013, disponible en <URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Zm57V2JN8Eg>>, (accedidas el 15.02.2015).

<sup>1284</sup> ANÓNIMO, "World Report 2014: China", Nueva York, en la página de Human Rights Watch, informe anual de la organización de Derechos Humanos, 2014, en < URL: <http://www.hrw.org/world-report/2014/country-chapters/china>>

democráticos en el Sudeste Asiático<sup>1285</sup>. La libertad personal, el individuo, no son tradicionalmente prioritarios en culturas netamente holísticas y comunitarias. Por tanto, la influencia de la forma de hacer las cosas en Occidente, declina en paralelo a la importancia económica relativa de Occidente: el ascenso chino pueda contribuir más al retraso en la evolución de las reformas políticas, sociales y económicas que acompañan mayores niveles de afluencia en el Sudeste Asiático<sup>1286</sup>, que servir de catalizador de las mismas, desde la economía del conocimiento a mayores niveles de libertad personal. Todo esto sin perder de vista la corrupción política e institucional rampante de Malasia, y el autoritarismo paternalista de Singapur.

Aunque el proceso de desarrollo económico desde la II Guerra Mundial haya sido un éxito rotundo, primero en Japón, un país democrático a la fuerza; pero luego en Corea y Taiwán (hasta el final de sus dictaduras respectivas en los años 80), después en los tigres del Sudeste Asiático de primera (Taiwán; Hong Kong, Singapur y Corea) y de segunda generación (Malasia, Tailandia, Indonesia) y, finalmente, en la RP China (los dos últimos grupos países bastante autoritarios en la actualidad), la dinámica del crecimiento económico del Este y Sudeste Asiático primando costes de producción muy bajos, basados en jornadas interminables y fuera de Japón, en quiebras constantes de los Derechos Humanos. Este es el modelo que los japoneses llaman del "*vuelo de las ocas*", donde Japón fue líder hasta bien entrados en el proceso de ascenso de la RP China, vertebrando a los demás países en sus cadenas de valor, en procesos de deslocalización a la búsqueda siempre de costes laborales más bajos. La base de este tipo de crecimiento económico se basa en las altas tasas de ahorro medias excepcionalmente altas, en torno al 30%, para nutrir altos niveles de inversión (generalmente forzoso), lo que significa unos niveles de consumo personal muy bajos para los trabajadores, una existencia presente extraordinariamente austera<sup>1287</sup>.

Exceptuando las regiones costeras y sus zonas económicas especiales, China es un país bastante pobre y desigual, un enorme país en desarrollo que tiene una creciente influencia sobre países desarrollados, y en los países que otrora fueran más desarrollados que China en su patio trasero en el Sudeste Asiático, como Malasia, Singapur y Tailandia (económica, cultural y poder blando)<sup>1288</sup>. La influencia de China tras la descolonización en Hong Kong ya alcanza al poder político, y en Taiwán cada vez lo es más económica. No es pues de extrañar que ciertas culturas, prácticas empresariales y políticas de la nueva RP China, de corte netamente tercermundista, afecten e influyan las de los países que algunos ya llaman su "*esfera de co-prosperidad*" en el Sudeste Asiático, ante la intensificación de las relaciones económicas vía Diáspora China en los países de la ASEAN. Por ejemplo, en China habría desaparecido la mitad de la superficie cultivable de hace 50 años, por la polución intensísima y la construcción acelerada y/o mal planificada sobre terrenos escasos y fértiles<sup>1289</sup>. Esto se pueda percibir en la destrucción intensiva del Medio Ambiente en Malasia y la deforestación en Birmania y la Cuenca del Mekong; la enorme desigualdad social, las malas condiciones laborales y la escasa representación y poder de las organizaciones sindicales tanto en China como en toda la ASEAN<sup>1290</sup>, así como la centralidad del materialismo

---

<sup>1285</sup> KURLANTZICK, JOSHUA, "Southeast Asia: Democracy Under Siege", Tokio, Japón, en el portal *The Diplomat*, en < URL: <http://thediplomat.com/2014/11/southeast-asia-democracy-under-siege/>>, (accedida el 15.03.2015).

<sup>1286</sup> Op. cit., YU-SHEK CHENG, JOSEPH, 2009, p. 266.

<sup>1287</sup> Op. cit. WONG, JOHN, 2009, p. 325.

<sup>1288</sup> SUN, JIN, "Japan's Shrinking ASEAN 'Soft Power'", Tokio, en el portal *The Diplomat* (08.08.2012), en < URL: <http://thediplomat.com/2012/08/japans-shrinking-asean-soft-power/>>, (accedidos el 19.03.2015).

<sup>1289</sup> Op. cit., GELBER, HARRY, G., 2007, pp. 408-409 y op. cit. STUART-FOX, MARTIN, 2003, pp. 250-251.

<sup>1290</sup> Op. cit., KURLANTZICK, JOSHUA, sep. 2006, pp. 5-6.

consumista, superficial y utilitario, frente a las formas de la alta cultura occidental. "*China descubrió como hacerse rica, pero manteniéndose como Estado autoritario policial*", dice Gelber<sup>1291</sup>, y esto tiene consecuencias negativas tanto para el Sudeste Asiático y posiblemente en un futuro, para Occidente. Además, China apoya a todo tipo de regímenes autoritarios en el Sudeste Asiático, desde los más "duros" de Birmania o Camboya, a los más "blandos" de Malasia o Singapur<sup>1292</sup>: China comprende claramente que los procesos de democratización en su patio trasero, acabarían por afectar a la misma China, como demuestra su maestría al aplastar, sin piedad, a la oposición en la *Plaza de Tian An Men* (1989), y su sutileza cuando se acallaron las recientes protestas en Hong Kong (2014)<sup>1293</sup>.

Siguiendo a Kurlantzick<sup>1294</sup>, el reconocimiento del poder e influencia de la RP China en el Sudeste Asiático ya era un hecho cierto en la ASEAN en 2006, donde aumentó el poder blando chino y disminuye el de Japón y EEUU de forma rápida y consistente<sup>1295</sup>. China habría aprovechado los errores norteamericanos tras el atentado en las Torres Gemelas en Iraq, y específicamente durante la crisis económica de 1997 en el Sudeste Asiático (no ofreciendo asistencia financiera inmediata a los países de la ASEAN). Kurlantzick diferencia el poder blando "*bajo*" del "*alto*", con atención al estrato social al que las acciones institucionales van dirigidas (gubernamentales, empresas u ONGs): el poder blando chino se expresaría en combinaciones bien enhebradas de las dos variantes en toda Asia, influyendo a través de la persuasión en lugar de la coerción, sea a través de profesores de mandarín u hombres de negocios chinos, respectivamente. Después de todo, la Diáspora China pudo hacer mucho más dinero en la RP China que en Europa, Japón o EEUU, con la apertura del mercado chino, especialmente desde crisis financiera occidental de 2008 a 2013. El dinero es importantísimo en esta parte del mundo, pero no sólo el "*peso gravitacional*" del ascenso económico chino es importante, también lo ha sido su creciente influencia en instituciones multilaterales. Sea en el Banco Asiático de Desarrollo (ADB), o en la ASEAN, o poniendo en marcha proyectos conjuntos con los gobiernos de los países asiáticos e incluso proponiendo un banco alternativo al ADB para financiar infraestructuras en países en desarrollo en Asia con la oposición de EEUU<sup>1296</sup>; o a través de la cultura con la apertura de *Institutos Confucio* (equivalentes del *Cervantes*) para la lengua china en toda Asia, y la concesión de becas universitarias a estudiantes de la ASEAN para estudiar en la RP China, así como la promoción de la lengua china en todo tipo de instituciones académicas de la ASEAN; o con las nuevas ediciones de las noticias de *Xinhua* (la EFE china) en versiones inglesas en varios idiomas o el diario *China Daily* y el canal *CCTV 4* en inglés a escala global (aparte del *Cervantes*, acciones todas ellas que debería de imitar España); además de la celebración de exposiciones, como el Aniversario de los viajes del Almirante *Zheng He*, en Malasia y Singapur, para crear la impresión de un ascenso

---

<sup>1291</sup> Op. cit., GELLBER, HARRY G., 2007, p. 405.

<sup>1292</sup> Op. cit., KURLANTZICK, JOSHUA, sep. 2006, p. 276.

<sup>1293</sup> Fuentes: Página de la BBC sobre las protestas en Hong Kong, varios artículos en < URL: <http://www.bbc.com/news/world-asia-29413349>>, (accedida el 04.04.2015).

<sup>1294</sup> Op. cit., KURLANTZICK, JOSHUA, "China's Charm Offensive in Southeast Asia", Sep. 2006, y KURLANTZICK, JOSHUA, "China's Charm: Implications of Chinese Soft Power", Washington, EEUU, Carnegie Endowment for International Peace, Policy Brief n° 46, junio de 2006.

<sup>1295</sup> ANÓNIMO, "Aid to poor countries slips further as governments tighten budgets", Ginebra, en la página de la OCDE, <URL: <http://www.oecd.org/dac/stats/aidtopoorcountriesslipsfurtherasgovernmentstightenbudgets.htm>>, (accedido el 4 de abril de 2014). EEUU tiene problemas financieros graves, lo que se plasma en la escasez de recursos para ayuda al desarrollo.

<sup>1296</sup> BRANIGAN, TANIA (corresponsal en China), "Support for China-led development bank grows despite US opposition", *The Guardian* (Londres, 14.03.2015), en <URL: <http://www.theguardian.com/world/2015/mar/13/support-china-led-development-bank-grows-despite-us-opposition-australia-uk-new-zealand-asia>>, (accedido el 4.04.2015).

chino suave, sin agresiones militares a sus vecinos; la puesta en marcha de foros de hombres de negocios, al estilo del encuentro internacional de *Davos* para promover los intereses chinos, con énfasis en el área ASEAN (hombres de negocios chinos como partners para inversiones o China como destino de inversiones); la mejora de la formación y exposición en idiomas y culturas extranjeras, constante e intensiva de sus diplomáticos (la mitad de sus 4000 diplomáticos tendría menos de 35 años y podría elegir el país en el que desean trabajar, o si optar por la especialización regional por afinidades culturales en la ASEAN). Además, China comprende a la perfección la importancia de las visitas de altos dignatarios chinos, a bombo y platillo, por las calles de Phnom Penh en Camboya a la "*Bienvenido Mr. Marshall*", aunque otrora Pekín hubiera mandado a 15000 asesores para apoyar al genocidio de *Pol Pot*: la Ayuda al Desarrollo de Pekín a países como Camboya o Laos fue más cuestionable dados los niveles de pobreza de solemnidad en la misma RP China. Aunque la pobreza haya bajado espectacularmente en China sigue significando más de 140 millones de personas en 2010 según el Banco Mundial<sup>1297</sup>. Este éxito en la reducción de la pobreza como consecuencia del modelo económico chino, es parte del mensaje que China vende entre los líderes de las potencias autoritarias de la ASEAN, para acrecentar su poder blando. China utiliza todos los mecanismos que EEUU utilizó en Asia y en Europa tras la II Guerra Mundial y a sus dignatarios les encantan las "*photo opportunities*". En 2003 la Ayuda al Desarrollo de la RP China a Filipinas ya superaría 4 veces a la ayuda de los EEUU, y la ayuda china a Laos e Indonesia sería el doble que la americana<sup>1298</sup>, perfectamente calibrada para fomentar los intereses de las empresas chinas. Sea comprando el exceso de la producción agrícola tailandesa para calmar al lobby agrícola en momentos concretos, o a través de misiones inversas de políticos tailandeses para viajes de estudio y para asistir en conferencias en China conducentes a la preservación de sus intereses, los instrumentos utilizados para promover el poder blando chino han mejorado extraordinariamente en dos décadas<sup>1299</sup>. Entendemos las visitas de Estado al alto nivel y su publicidad, son algo que España debería intensificar, decididamente, en toda la ASEAN, a poder en la persona del Rey Felipe, un Rey joven, preparado e inteligente, imagen de la nueva España.

El poder blando japonés en la ASEAN habría disminuido notablemente por la situación económica, el estancamiento relativo de Japón desde los 90 y una deuda pública del 240%, la más alta de todos los países desarrollados de la OCDE y probablemente del mundo<sup>1300</sup>, a lo que habría que añadir el miedo al resurgimiento del poder militar japonés, las diferencias culturales y el sentimiento de superioridad racial<sup>1301</sup> que los japoneses muestran tradicionalmente con chinos y asiáticos de las diferentes etnias de la ASEAN. Para empeorar las cosas, el *Gobierno Abe* apoya una visión revisionista de la Historia de Japón, que niega la narrativa de la agresión del Imperio Japonés a China y el trato terrible a ciudadanos de Taiwán y los países del Sudeste Asiático, en el marco de las visitas oficiales al *Santuario Yasukuni*, para honrar a los caídos japoneses en la II Guerra Mundial. Si todo es dinero en el mundo chino en Asia, el poder que otrora mantuviera Japón en el Sudeste Asiático, también

---

<sup>1297</sup> ANÓNIMO "The State of the Poor: Where are the Poor and where are they Poorest", Washington, Banco Mundial, 2010 en <URL: [http://www.worldbank.org/content/dam/Worldbank/document/State\\_of\\_the\\_poor\\_paper\\_April17.pdf](http://www.worldbank.org/content/dam/Worldbank/document/State_of_the_poor_paper_April17.pdf)>.

<sup>1298</sup> Op. cit., KURLANTZICK, JOSHUA, junio 2006, p. 3.

<sup>1299</sup> Op. cit., KURLANTZICK, JOSHUA, septiembre 2006, p. 274.

<sup>1300</sup> AAVV, "Japan-U.S. Relations: Issues for Congress", coordinado por Emma Chanlett-Avery, Washington, Informe del Servicio de Investigación del Congreso de los EEUU, (13.01.2015), en: <URL: <http://fas.org/sgp/crs/row/RL33436.pdf>>.

<sup>1301</sup> Op. cit., STUART-FOX, MARTIN, 2003, p. 235 (Economía) y pp. 5-7. En buena línea asianista, los japoneses "se mentirían por su propio bien": el elefante en el salón sería obviado.

habría disminuido con la menor capacidad de hacer dinero con los japoneses<sup>1302</sup>. La Diáspora China no parece tener más prioridad que transferencia de tecnología de Japón, más allá de los cientos de plantas japonesas deslocalizadas al Sudeste Asiático por costes más bajos: la gran IDE japonesa y sus productos (desde automóviles a ordenadores), visibles en toda la región, son un verdadero contrapeso a la influencia regional de la RP China.

La pérdida de poder blando nipón y norteamericano se corresponde con una creciente asertividad y un sentimiento de superioridad cultural de la civilización china en la China Continental; Taiwán, Hong Kong y en toda la ASEAN, especialmente en aquellos países donde la población de origen chino es mayor o más influyente, o se conservan mejor las tradiciones chinas, como Malasia o Singapur (a través de la religión, las redes comerciales y la cultura<sup>13031304</sup>). En una encuesta del *Grupo Horizon* en China en 1995 sólo un 13% de los encuestados habría caracterizado a la RP China como una de las naciones más importantes del mundo. Las proporciones se alteran ya en 2003, cuando en otra encuesta de la misma empresa un 40% eligió a China como "la nación más importante del mundo"<sup>1305</sup>. A diferencia de las postrimerías de la Guerra Fría, China ya no solamente supone un país al que emigrar y en el que prosperar<sup>1306</sup>, si no una gran potencia militar, diplomática y económica, percibida como garante los intereses de la Diáspora en el Sudeste Asiático. El efecto más patente, de las crecientes relaciones e importancia de la RP China, pueda ser la creciente auto confianza (en Malasia pueda ser arrogancia) de las comunidades de la Diáspora China<sup>1307</sup>, cerradas frente a las etnias malayas o javanesas en (en Malasia o Singapur llevan una existencia paralela, aislada de las demás etnias). El ascenso chino enriquece aún más a una Diáspora China que ya era económicamente privilegiada antes del mismo ascenso chino frente a las demás etnias, lo que a su vez refuerza la sinofobia tradicional de las etnias nativas malayo-polinesias. En Tailandia, algunos políticos ya presumirían de sus raíces chinas y de su habilidad para cerrar acuerdos con Pekín, y en Indonesia, de una situación de marginalidad privilegiada se habría pasado a una creciente de la influencia en el marco político<sup>1308</sup>. En 2000, una encuesta tras el acceso al poder de Thaksin Sinawatra (de etnia china) habría mostrado que el 70% de los tailandeses consideraba a la RP China como la influencia exterior más importante<sup>1309</sup>. De cualquier modo, la autoconfianza de la Diáspora se siente en las calles de Bangkok; Kuala Lumpur Singapur o Yakarta. Los chinos de la Diáspora, se ven como la etnia dominante en el mundo de los negocios de la ASEAN, lo que amplifica mitos interesados sobre la superioridad cultural (e incluso racial) de la Diáspora con relación a las etnias indígenas nativas. También percibimos una tendencia a excluir al occidental de la vida social encuadrada por grupos étnicos y niveles socioeconómicos (en barrios y zonas para expatriados de alto nivel), tanto en Malasia como en Singapur. De cualquier forma, los negocios de la Diáspora sólo lo son para miembros de la "familia" extensa, y poco incentivo tendría una familia tradicional para tratar con un "extraño", por muy afluente que este fuera, si esto no revertiera en un beneficio para la misma. Muchos chinos

---

<sup>1302</sup> SUN, JIN, "Japan's Shrinking ASEAN 'Soft Power'", Tokio, en el portal *The Diplomat* (08.08.2012), en < URL: <http://thediplomat.com/2012/08/japans-shrinking-asean-soft-power/>>, (accedidos el 19.03.2015).

<sup>1303</sup> Op. cit., SURYADINATA, LEO, 2006, pp. 90; 95-96; 98, 99 y 102-104.

<sup>1304</sup> Op. cit., MACKAY, J.A.C, 2006, p. 199.

<sup>1305</sup> Op. cit., KURLANTZICK, JOSHUA, junio 2006, p. 2.

<sup>1306</sup> Nota: "Si te quieres matar a trabajar, en China te puedes hacer rico rápidamente", en conversación del doctorando con *Loy Teikk Inn* (Director de Marketing del *Grupo Taylors*, descendiente de una de las familias chinas más ricas de Malasia), En el Taylors College de Subang Jaya, Selangor, 09.09.2008.

<sup>1307</sup> JHONSTON, TIM, "Chinese Diaspora: Indonesia", BBC News (03.03.2005), en < URL: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/asia-pacific/4312805.stm> >, (accedido el 11.03.2015).

<sup>1308</sup> Op. cit., KURLANTZICK, JOSHUA, septiembre 2006, p. 274.

<sup>1309</sup> Op. cit., KURLANTZICK, JOSHUA, junio de 2006, p. 1.

malasios ya creen que "*son ricos*", tan ricos como los occidentales, como si el Desarrollo sólo fuera económico, tener dinero o relaciones sociales que permitan obtenerlo en buena línea china de la Diáspora. Se percibe un sentimiento de igualdad e incluso superioridad netamente tercermundista, frente al "*caucásico*" por "*haberse comprado un coche más grande y bonito*", pero conduciendo a 200 por hora y sin intermitentes, expulsando a otros automovilistas de la vía rápida. También observamos que muchos de esos expatriados con formación técnica y empresarial, convenientemente encuadrados en guetos de lujo, carecen de una visión informada o actitud ética sobre la delicada situación étnica, social y de Derechos Humanos tanto en Malasia como en Singapur: no conviene discutir para mantener la armonía forzosa oriental y proteger los propios negocios. El Turismo occidental de alto poder adquisitivo a la ASEAN cae desde la crisis de 2008 (en el pasado un sector bastante rentable), y los chinos más ricos de la Diáspora en la ASEAN ya viajan a Occidente con frecuencia, gastando bastante dinero en las principales ciudades europeas (Paris y Barcelona). Todos estos aspectos contribuyen a la autoconfianza desde su perspectiva: "ser es tener", especialmente en comparación con los antiguos colonizadores británicos, competitivos y jerárquicos como los mismos chinos.

China ya en 2003 produjo 222 millones de toneladas de acero; 65 millones de televisores, 50 millones de máquinas de aire acondicionado<sup>1310</sup>, 22 millones de frigoríficos y 32 millones de PCs, superando a EEUU en líneas de teléfono y móviles (263 millones y 269 millones respectivamente), y con 68 millones de suscriptores, ya era la segunda potencia mundial en términos de usuarios de Internet. Cifras que en 2015 puedan haberse duplicado e incluso triplicado. China pasa de unas exportaciones nimias en sectores como electrodomésticos y otros bienes de consumo, basadas en bajos costes laborales y enorme fuerza de trabajo en los 1980 y 90, a convertirse en líder mundial en sectores amplios de las TI como puedan ser la informática de consumo o los teléfonos inteligentes, de mayor valor añadido en el siglo XXI. A la altura de 2010, China habría aumentado espectacularmente tanto la calidad como la cantidad de su capital humano, e intenta depender cada vez menos de la inversión extranjera, desde sus capacidades de gestión de empresas al número de licenciados (que se doblan de los 80 a los 90 y se nutren de la vuelta de aquellos cientos de miles graduados en EEUU o países desarrollados). Frente a las oportunidades de exportación que el crecimiento chino ofrece a la empresa occidental, y el enorme déficit de balanza de pagos y de capitales de los EEUU (2015) con la RP China y el resto del mundo, EEUU sería el único "*Imperio Deudor*" conocido, fortísimamente endeudado con potencias extranjeras y especialmente con la RP China, Japón y los países de su Diáspora. Por tanto, la inversión china en la economía norteamericana al día de hoy tiene un rol clave: Las exportaciones chinas a EEUU y Europa crecieron una media del 20-21% anual de 1980 a 2003, lo que no se corresponde con un aumento equivalente de las importaciones chinas (aunque se pueda argüir que una gran parte del déficit comercial de los EEUU con China se explique por las exportaciones de sus propias filiales en China)<sup>1311</sup>. Las exportaciones chinas totales crecieron un 16% de 1978 a 2003, y ya en 2003 la Inversión Directa Extranjera en China significaba la mitad de toda la inversión en Asia<sup>1312</sup>. El aumento de las exportaciones a los EEUU tuvo implicaciones securitarias, como lo fue que afloraran decenas de miles de nuevos contenedores descargados en los puertos norteamericanos o europeos, desbordando las capacidades de inspección o escaneado en el corto plazo, y flujos considerables de emigración china, regular o no, a bastantes capitales occidentales. A añadir a los problemas endémicos de la

---

<sup>1310</sup> Op. cit., WONG, JOHN, 2009, p. 322.

<sup>1311</sup> Op. cit., GELBER, HARRY G., 2007, pp. 402-405.

<sup>1312</sup> Op. cit., WONG, JOHN, 2003, pp. 332-333.

piratería en el Mar del Sur de China y los Estrechos (entre Malasia, Singapur e Indonesia, verdadero problema con implicaciones globales que tb. afecta al cabotaje con origen español), alentada por los crecientes volúmenes de carga. Además, las exportaciones a la RP China ya significaban el 20.1% del total de las coreanas y el 13.6% de las japonesas en 2004. Paralelamente, ya en el año 2000, la RP China era el quinto cliente más importante de la RF Alemana, y Francia un suministrador preferente de alta tecnología<sup>1313</sup>, y en 2003 ya era la cuarta potencia exportadora a escala mundial detrás de EEUU, Japón y Alemania.

*"Cualquiera que crea que China es un mercado fácil, se equivoca de negocio"*, bien recuerdan Gelber<sup>1314</sup> y Clissold<sup>1315</sup>: Es muy difícil ganar dinero en China. Aunque la situación haya mejorado bastante desde tiempos de Deng Xiao Ping, las grandes diferencias culturales y el subdesarrollo, legal e institucional de la empresa y AAPP chinas con relación a Occidente, así como la falta de capacidad administrativa, pueden llegar a ser un calvario para cualquier empresa occidental que quiera vender sus productos o establecerse en este complejo país. Este es un país donde predominaría el *Imperio a través de la Ley*, el uso que funcionarios o políticos puedan hacer de ella, frente al *Imperio de la Ley*, altamente impersonal, por lo predecible y justo en su aplicación<sup>1316</sup>, ya que el sistema legal se entendería como arbitrario y altamente impredecible: bien indica Gelber que poco entendieron o respetaron los funcionarios chinos de las prácticas comerciales o laborales del exterior, como contratos y acuerdos o beneficios esperados, que aunque ya estén firmados han sido alterados cientos de veces, inesperadamente, a voluntad y a favor de la contraparte china, en contra del interés de los grandes inversores occidentales (en cuanto el partenaire chino intuye que ya no le conviene, los casos de empresas como *Shell*; *British American Tobacco* o *Exxon* en las primeras fases de la política de *"Puertas Abiertas"* en los años 80). Bien indica Gelber, que muchas pequeñas empresas occidentales han perdido hasta la camisa intentando navegar estas corrientes cambiantes de la RP China (el mismo proyecto de PYME del doctorando en China de 2001-2002). Esto se corresponde con los engaños a los extranjeros, frecuentes, en los nacientes mercados financieros chinos, donde las autoridades y empresas públicas relacionadas con el Estado parecen controlar cotizaciones y beneficios, y los intereses de la RP China se súper impondrían a los foráneos (facilidad de acceso al crédito a miembros del Partido, discriminaciones y corrupción, entre otros problemas, recordemos que China no es un país con un sustrato religioso o ideológico judeocristiano, luego la verdad y la mentira dependen de la lente / la posición del que / con que se mira). Unos mercados crecientemente volátiles, que probablemente puedan suponer grandes riesgos sistémicos para la economía mundial por el fuerte endeudamiento con la banca de consumidores y empresas en la RP China. Según el *Wall Street Journal* (fuentes cotejadas en 2014), habrían sido necesarios más de 400.000 millones de US\$ para rescatar al mercado financiero chino de un posible colapso (con casi 3 billones en divisas en las arcas del Banco Central, y con tasas de crecimiento del 8% del PIB anuales, bastantes economistas creen que en China, el sistema se sostiene, aunque en la "cuerda floja", véase más

---

<sup>1313</sup> Op. cit. GELLBER, HARRY, G., 2007, p. 420.

<sup>1314</sup> Ibid., 2007, pp. 388-393, y 404-405.

<sup>1315</sup> CLISSOLD, TIM, *Mr. China: A Memoir*, 1ª edición, Londres, Robinson Publishing, 2004, (edición original de la Universidad de California, EEUU, existen ediciones actualizadas de 2005, 2006 y 2009), 306 páginas. Clissold perdió cientos de millones en China, donde "la ley de los hombres" se superimpone al "Imperio de la Ley".

<sup>1316</sup> ANÓNIMO, 'Rule of Law' or 'Rule by Law'? In China, a Preposition Makes All the Difference", redacción de Hong Kong, Nueva York, *The Wall Street Journal* (20.10.2014), en < URL: <http://blogs.wsj.com/chinarealtime/2014/10/20/rule-of-law-or-rule-by-law-in-china-a-preposition-makes-all-the-difference/> >

adelante)<sup>1317</sup>. Por tanto, no nos sorprendió la crisis de las bolsas chinas en 2015 (resultaba fácil anticipar la debacle), la fortísima caída de sus valores, en paralelo a la caída de las exportaciones chinas a la Unión: el rescate gubernamental que ha costado bastante más de lo presupuestado por el Wall Street Journal, con impactos en la deuda pública de la RP China<sup>1318</sup> y la economía global. El respeto a la propiedad en general, y la Propiedad Intelectual e Industrial en particular, son escasos, por no decir inexistentes (está mejorando, sin duda)<sup>1319</sup><sup>1320</sup>, cercenando las bases fundamento de la competitividad tecnológica, organizativa o por diseño, de las empresas occidentales en China y el Sudeste Asiático (menos en Singapur y, probablemente, Hong Kong), la principal queja de los empresarios extranjeros. A todo esto explícita o implícitamente le acompaña un enorme crecimiento de la corrupción administrativa, el fraude y los robos, lo que acompaña el fuerte crecimiento económico. Desde luego, un sistema político autoritario de estas características, que censura y limita todo tipo de críticas a bastantes miembros del Partido Comunista (relacionados con todo tipo de negocios en base a prácticas corruptas), difícilmente pueda servir para poner en marcha los cambios operativos necesarios para defender los derechos de la empresa occidental en China. Si bien el tamaño de la empresa pueda ayudar para navegar los múltiples obstáculos y regulaciones administrativas en China, es posible, como en el periodo 1864-1939, que la ilusión de que el mercado chino ofrece posibilidades prácticamente ilimitadas, por su número de consumidores; recursos y tamaño, pueda haber llevado a bastantes decisiones de inversión erróneas dada la corrupción generalizada y el atraso relativo en China. De cualquier modo, múltiples empresas como *Wolkswagen*; *Daimler*; *Carrefour*; *Danone*; *Peugeot* o *General Motors*, se lanzaron al mercado chino en una segunda fase de la IDE extranjera en China: de cero en 1978 se llegó a los 448 mil millones de dólares en 2004. Aunque aquí, como en el modelo económico orientado a la exportación de Malasia, habría que diferenciar claramente entre aquellas empresas extranjeras que se benefician de los bajos costes de producción chinos orientadas a la exportación, de aquellas que quieren ganar dinero en base al consumo o la inversión domésticos en China, mucho más problemático.

Los crecientes superávits en la cuenta corriente y la de capital de la Balanza de Pagos, desembocan en una acumulación enorme de divisas en manos del Banco Central de China: solo de 1978 a 2003 las exportaciones crecieron una media del 16% interanualmente, alcanzando los 438 mil millones de dólares en 2003<sup>1321</sup>. Por tanto, la RP China se convierte en un inversor con enorme poder a escala global, que ya contaba con 2.85 billones de dólares en 2011 en reservas. Dado el sistema financiero paralelo (en negro) que rige en la RP China para todo lo privado, probablemente la cifra sea bastante mayor. A ningún analista se le escapa que el superávit de las exportaciones chinas o de la balanza de capitales para con las potencias occidentales, de 1997 a 2008, está relacionada con la política de cambios fijos del Yuan frente al dólar, ya que la flotación de las monedas en tipo de cambio variable, probablemente hubiera reducido la competitividad de bastantes líneas de

---

<sup>1317</sup> ARNOLD, WAYNE, "China's Banks Pose World's Largest Systemic Risk", *The Wall Street Journal* (Nueva York, 20.07.2014), en < URL: <http://blogs.wsj.com/economics/2014/07/29/chinas-banks-pose-worlds-largest-systemic-risk/>>, e Indicadores de Riesgo Sistémico de la Universidad del Instituto Stern de Volatilidad de la Universidad de Nueva York, EEUU, en < URL: <http://vlab.stern.nyu.edu/welcome/risk/>> . Se predijo la caída del mercado con un año de antelación.

<sup>1318</sup>FRANGOS, ALEX "China's Next Problem: Paying for Its Stock-Market Bailout", *The Wall Street Journal* (Nueva York, 30.08.2015), *The Wall Street Journal* (Nueva York, 30.08.2015), en <URL: <http://www.wsj.com/articles/chinas-next-problem-paying-for-its-stock-market-bailout-1440953986>> .

<sup>1319</sup> Op. cit., GELBER, HARRY, G., 2007, p. 405.

<sup>1320</sup> FENSON, ANTHONY, "The Trans-Pacific Partnership: The Great Divider?", Tokio, Japón, en el portal *The Diplomat* (06.10.2012), en <URL: <http://thediplomat.com/2012/11/the-trans-pacific-partnership-the-great-divider/>> (accedidos el 27.02.2015).

<sup>1321</sup> Op. cit., WONG, JOHN, 2009, p. 322.



exportación chinas al apreciarse el Yuan en el periodo. Mantener este régimen después de 2008, también habría tenido consecuencias para la inflación en China, una vez se tiendan a contraer aún más las tasas de crecimiento económico por allanamiento tecnológico o cuellos de botella en los mercados de factores y sobre utilización de infraestructuras (por no hablar de posibles crisis de carácter político, social o ecológico). Comprar el exceso de dólares ofrecidos a tipo fijo emitiendo más yuanes, en ausencia de esterilización (la reducción de la oferta monetaria doméstica), habría significado (o posiblemente pudiera significar) un repunte de la inflación china al inundar el sistema de toneladas de Yuan Renminbi. Según *The Economist*, China podría perfectamente comprar toda la deuda soberana de Portugal; España, Irlanda y Grecia, resolviendo la crisis de la deuda de la Zona Euro, y todavía quedarle la mitad de las divisas extranjeras en su poder<sup>1322</sup>. Unos recursos en divisas inmensos, según muchos analistas bastante mal invertidos por su Banco Central, colocados (con bastante poca imaginación o mucha voluntad política) en activos de bajo riesgo y rentabilidad, como puedan ser la deuda pública de los EEUU o del Reino de España. Para Gelber, la apertura de China a la economía mundial habría significado una alteración profunda de los costes relativos del trabajo, la tierra y el capital a nivel internacional de 1980 a 2008: una creciente afluencia de mercancías baratas de origen chino basadas en bajos costes por dumping social y ecológico, detrás de crecientes déficits de balanza de pagos de bastantes países occidentales con China<sup>1323</sup>, habría permitido mantener los precios (IPC) bastante bajos y contribuir a aumentar los niveles de consumo en Occidente. Al mismo tiempo, los crecientes recursos financieros en manos de empresas e instituciones chinas permitirían el endeudamiento de diferentes países occidentales con la RP China, contribuyendo a la financiación externa de unos niveles de vida, déficits de Balanza de Pagos y deudas públicas por encima de las posibilidades económicas inmediatas (en España, Reino Unido y EEUU de 1994 a 2008<sup>1324132513261327</sup>), que podrían haber contribuido a las burbujas financieras e inmobiliarias de previas a la crisis financiera británico-norteamericana de 2008 (diferente a la española y centrada en bancos privados internacionales de inversión y no en las cajas de ahorro españolas).

Según el *Wall Street Journal*<sup>1328</sup>, la RP China en 2014 contaría con 1.27 billones de dólares de la deuda pública total externa norteamericana, que ya rondaría los 12 billones (bastante mayor a los algo más de 6 billones de deuda federal). La deuda creció exponencialmente bajo el Presidente Bush junior durante la invasión de Irak de 2003. Según ABC<sup>1329</sup> y la Fundación Elcano<sup>1330</sup>, en la deuda con la RP China habría crecido

<sup>1322</sup> ANÓNIMO, "Who wants to be a triple trillionaire? Window-shopping with China's central bank", *The Economist* (Londres, 14.04.2011), en < URL: <http://www.economist.com/node/18560525>>, (accedido el 10.03.2015).

<sup>1323</sup> Op. cit., GELBER, HARRY, G., 2007, pp. 400-402.

<sup>1324</sup> ANÓNIMO, "Crash Course", *The Economist* (Londres, 07.09.2013), (accedido el 04.04.2015), en < URL: <http://www.economist.com/news/schoolsbrief/21584534-effects-financial-crisis-are-still-being-felt-five-years-article> >

<sup>1325</sup> Fuente: Banco Mundial, series de Balanza de Pagos y deuda pública sobre el PIB, 2010.

<sup>1326</sup> MATHIASON, NICK, "Three Weeks That Changed the World", *The Guardian* (Londres, 28.12.2008), en < URL: <http://www.theguardian.com/business/2008/dec/28/markets-credit-crunch-banking-2008>>.

<sup>1327</sup> ALTMAN, ROGER C, "The Great Crash, 2008. A Geopolitical Setback for the West", Alexandra, Virginia, EEUU, Foreign Affairs, tomo 88, n°1, enero-febrero 2009, pp. 2-14, en Proquest (id 214283997).

<sup>1328</sup> ZENG, MIN, "China Plays a Big Role as U.S. Treasury Yields Fall, Record Chinese Purchases of Treasuries Help Explain U.S. Bond Rally", Nueva York, *The Wall Street Journal* (16.07.2014), en < URL: <http://www.wsj.com/articles/china-plays-a-big-role-as-u-s-treasury-yields-fall-1405545034>>.

<sup>1329</sup> SANZ, GABRIEL, "China aumenta su presencia en deuda española desde el 4 hasta el 12%.

Según Zapatero, esto muestra la «confianza» de Pekín en el euro", *ABC* (Madrid, 13.04.2011), en < URL: <http://www.abc.es/20110413/economia/abci-deuda-espanola-china-201104130924.html> >, (accedidos el 22.02.2015).

<sup>1330</sup> OTERO IGLESIAS, MIGUEL, "¿Cuánta deuda española tiene el gobierno chino?", Madrid, blog del Real Instituto Elcano (artículo publicado en la Revista Economía Internacional), 12.01.2015, en < URL: <http://www.blog.rielcano.org/cuanta-deuda-espanola-tiene-el-gobierno-chino/>>(accedida el 28.02.2015).

exponencialmente con el PSOE de José Luis Rodríguez Zapatero (2004-2011), llegando al 12% del total español en 2011: el Ministro de AAEE, Margallo, habría puesto en evidencia en 2014, quizá exageradamente, la sobre dependencia del Reino de España de las decisiones de la autoridad monetaria china. Como ya adelantaba el doctorando en su trabajo de investigación para el IUGM en 2009, los efectos de la dependencia del Banco Central de China (y por tanto del Politburó del Partido Comunista de la RP China), son evidentes, desde el enorme poder que le otorga a el Gobierno de la RP China para doblegar voluntades políticas en los países occidentales, como de los efectos desestabilizadores de que China dejara de comprar deuda pública norteamericana tendría para la economía mundial: una subida de los tipos de interés de la moneda de reserva a escala global (el dólar), y por tanto un ralentizamiento de la actividad económica planetaria, a través de sus efectos en los niveles de Consumo e Inversión domésticos de los EEUU<sup>1331</sup>. Según Emma González<sup>1332</sup> de la Universidad Internacional de Pekín, como consecuencia de la crisis europea España se habría perfilado como destino de las inversiones chinas, que tendrían como objetivo mejorar su posición en España y hacerse con todas las "gangas" que están apareciendo entre las empresas del mercado español. Europa está en crisis y estarían aprovechando la oportunidad. En la nueva estrategia de expansión del poder económico chino en Europa, España ocupa un rol fundamental en el punto de mira de Pekín: existe una dependencia cada vez mayor del Reino de España con relación a la RP China, que ya controlaría el 20% de la deuda pública española, y a España se le consideraría como uno de los "aliados principales" de China en la Unión (se supone que bajo el Gobierno de Zapatero). China tendría su vista puesta en las tecnologías españolas de energías renovables y otros sectores que le permitieran mejorar su posición tecnológica. González también reflexiona sobre los problemas estructurales de la economía china: extravertida y sobre dependiente de las exportaciones, las altísimas tasas de ahorro (para algunos disfuncionales), y como esos excesos de ahorro se canalizaron a las frágiles economías europeas en crisis para sostenerlas (al ralentizarse las importaciones de la Unión Europea de origen chino). China es parte interesada, luego inversora, en la recuperación de la Unión, puesto que no tendría donde colocar los excesos de producción a corto plazo, tradicionalmente exportados a Europa. Por tanto, González no parece creer en la teoría del "Decoupling" de Roche de 2007<sup>1333</sup> (véase más adelante), China necesitaría los mercados occidentales, no pudiendo transformar con rapidez su demanda de exportaciones a países occidentales en demanda de consumo nacional e inversión

En suma, el matrimonio de conveniencia<sup>1334</sup> entre China y EEUU a nivel macroeconómico augura altibajos y conflictos, dados los muy diferentes "caracteres" de los "prometidos", desde como perciben el rol Derechos Humanos, hasta el papel de la autodeterminación en sociedades bastante dispares (p. ej., las provincias de Xinjiang; Tibet, verdaderas colonias de la RP China, vistas desde EEUU). Esto es especialmente peliagudo dada la invasión demográfica (China se mostraría como una potencia colonialista convencional), a cuenta gotas, de chinos de etnia Han a Xinjiang y Tibet; la política de colonización y apropiación de los ingentes recursos naturales de estos territorios<sup>1335</sup>, la expansión China a Asia Central y las quiebras de los Derechos Humanos de

---

<sup>1331</sup> BAKER III, JAMES A, Nueva York, EEUU, entrevista a James A. Baker III (ex Secretario de Estado de los EEUU) en el Council of Foreign Relations (15.06.2006), en (accedido el 15.03.2006)  
< URL: [http://www.cfr.org/publication/10931/hbo\\_history\\_makers\\_series.html](http://www.cfr.org/publication/10931/hbo_history_makers_series.html) >.

<sup>1332</sup> GONZÁLEZ, EMMA, "La Imagen de España en China (ARI)", Madrid, Documento de Trabajo del Área de Imagen Exterior de España y Opinión Pública del Real Instituto ElCano, ref. ARI 59/2012, 2012 (14.09.2012), 6 páginas

<sup>1333</sup> ROCHE, S, "Can China Brave A U.S. Downturn?", *Far Eastern Economic Review*, enero de 2007, página 39.

<sup>1334</sup> Op. cit., GELBER, HARRY, 2007, p. 421.

<sup>1335</sup> Ibid., 2007, p. 415.

las dos regiones autónomas: los seguidores de las minorías tibetana y uigur, y personas como el *Dalai Lama* y *Rebiya Kadeer*, respectivamente<sup>1336</sup>. Algunos ya hablan de "locura" financiera (por lo de "MAD", o "loco" en inglés, es decir "*Mutally Assured Destruction*"<sup>1337</sup>, o "*Destrucción Mutua Asegurada*"), por los volúmenes de deuda externa gigantescos contraídos por los EEUU con China y el Este de Asia. Peter Zeihan<sup>1338</sup> sostiene que la economía extravertida de la RP China<sup>1339</sup>, contrasta con la demografía china: en un país donde la demografía (la población total) está estancada y la población probablemente decrezca, no se podría esperar que la demanda de consumo doméstico fuera a reemplazar a las exportaciones como motor de la economía china. Esto lleva a pensar que la RP China no tendría interés en dejar de comprar deuda norteamericana en el corto plazo. Pero esto contrasta, ligeramente, con los datos del Banco Mundial<sup>1340</sup> de re ajuste productivo orientado a la economía doméstica, dada la caída de las exportaciones totales de China sobre el PIB de casi el 30% en 2010 al 26.4% en 2013. Para Stephen Roach<sup>1341</sup>, China necesita urgentemente fomentar las importaciones globales, con especial atención al aumento de las exportaciones de los EEUU, para mejorar la condición de los consumidores chinos, bastante pobres; re equilibrar los déficits de balanza de pagos con EEUU y algunos países occidentales y tirar de la economía americana y occidental: en suma, que China no podría depender ilimitadamente de los mercados occidentales como destino de sus exportaciones como motor de crecimiento económico (el "*decoupling*").

Por una parte China invirtió en el exterior, bajo dirección gubernamental, sea en recursos naturales y energéticos (en el Sudeste Asiático; África [Guinea Ecuatorial, donde compitió con España por los recursos de crudo y realiza grandes inversiones en el sector de la construcción o infraestructuras<sup>1342</sup>, sectores en los que España es líder] o Arabia Saudí (donde China intercambiaría armas por petróleo), estratégicos (aunque los suministros chinos son protegidos por navíos norteamericanos); en empresas de alta tecnología (como *IBM*, ahora *Lenovo*), o en bienes de consumo duradero (*Volvo*)<sup>1343</sup>, o cualesquiera sectores de interés prioritario para la industria china. Además, desarrolló marcas propias con apelación global (*Haier*; *Petrochina*; *Tsingtao*; *Sinopec*; *AlíBabá*; *Baidú*, *Lenovo*, entre otras<sup>1344</sup>). Según Kurlantzick, la ayuda al desarrollo en Zimbawe o Angola, apoyo a sus inversiones en estos países, sólo habría contribuido a la corrupción de regímenes autoritarios, y las

<sup>1336</sup> ANÓNIMO, "Rebiya Kadir Speaks at the Movies That Matter Film Festival", en el sitio web de la Asociación Americana-Uigur (06.04.2010), en <URL: <http://uyghuramerican.org/article/ms-rebiya-kadeer-speaks-movies-matter-film-festival.html>>, (accedido el 19.03.2015).

<sup>1337</sup> DORN, JAMES A., "The Debt Threat: A Risk to U.S.–China Relations?", Washington, EEUU, Cato Journal, primavera/verano de 2008, tomo xiv, n° 2, < URL: [http://object.cato.org/sites/cato.org/files/articles/dorn\\_bjwa\\_142.pdf](http://object.cato.org/sites/cato.org/files/articles/dorn_bjwa_142.pdf)>, pp. 151-164, y "The Role of China in the US Debt Crisis", Cato Journal, invierno de 2013, tomo 33, n° 1, pp. 77-89, disponible en Proquest (id. 1330825704), (accedidos el 16.03.2015).

<sup>1338</sup> ZEIHAN, PETER y NYE, JOSEPH, "The Future of American Power and Influence", Nueva York, entrevista a ZEIHAN y NYE en el Council of Foreign Relations, (04.03.2015), en < URL: <http://www.cfr.org/united-states/future-american-power-influence/p36207>>, (accedido el 16.03.2015).

<sup>1339</sup> GONZÁLEZ, EMMA, "La Imagen de España en China (ARI)", Madrid, Documento de Trabajo del Área de Imagen Exterior de España y Opinión Pública del Real Instituto ElCano, ref. ARI 59/2012, 2012 (14.09.2012), 6 páginas

<sup>1340</sup> Op. cit., ROCHE, D, enero de 2007, pág. 39.

<sup>1341</sup> ROACH, STEPHEN, "Stephen Roach on the Consumer Opportunity in China", entrevista a Roach por la consultora de negocios McKinsey, marzo de 2012, en la página Web global de McKinsey, < URL: [http://www.mckinsey.com/insights/asia-pacific/stephen\\_roach\\_on\\_the\\_consumer\\_opportunity\\_in\\_china](http://www.mckinsey.com/insights/asia-pacific/stephen_roach_on_the_consumer_opportunity_in_china)>, (accedida el 16.03.2015)

<sup>1342</sup> OFICINA COMERCIAL DE ESPAÑA EN MALABO "Guinea Ecuatorial, el esfuerzo de la diversificación económica frente a la realidad petrolera", Madrid, Boletín Económico del ICE, n° 3001, 16-30 noviembre de 2010, pp. 6;11; 13; 16 y 20.

<sup>1343</sup> ANÓNIMO, "Volvo. The \$11 billion gamble", Estocolmo, *The Economist* (05.09.2014), Londres, en < URL: <http://www.economist.com/news/business-and-finance/21615677-volvo>>, (accedido el 10.03.2015).

<sup>1344</sup> Fuente: Índice BRANDZ 2015, "Las cien marcas chinas más valiosas, 2015", índice elaborado por la consultora Millward Brown del Grupo WPP, Nueva York, 2015, (accedido el 30.03.2015) en < URL: <http://www.millwardbrown.com/mb-global/brand-strategy/brand-equity/brandz/top-chinese-brands>>.

inversiones en minas peruanas se hicieron en base a condiciones de trabajo cuestionables para con los mineros<sup>1345</sup>.

Lógicamente, donde más le afecta el ascenso económico chino a España es en Iberoamérica, destino tradicional de la Inversión Extranjera Directa (IDE) española, por la posible competencia de la inversión y empresas chinas con las españolas. La IDE China en Iberoamérica y el Caribe supondría el 13% del total de la IDE china en 2009, aunque su rol sería relativamente poco importante en la región, dado que esas inversiones se concentraban en paraísos fiscales en el Caribe. De los más de 30.000 millones invertidos en esta región, el 44.1% se lo repartían las Islas Caimán, el 48.9% en las Islas Vírgenes Británicas, y grueso, minúsculo, del resto, se lo reparten las grandes potencias regionales, exceptuando Brasil (1.2%), todas reciben porcentajes menores al 1% del total. A nivel de cooperación económica, Iberoamérica sólo recibiría el 7% del total mundial de la ayuda de la RP China (57.000 millones), mientras que sólo la ayuda a África supuso casi un tercio de ese total. La mayoría de las inversiones chinas se habrían concentrado en las materias primas mineras (cobre; hierro; petróleo) y agrícolas, así como en productos e industrias agroalimentarios (soja; carne, maíz y otros), aunque existan inversiones significativas en la industria y los servicios (automotriz; turismo, industrias de la información; electrónica y telecomunicaciones, energía y productos químicos), algunos de estos sectores en los que destaca España a nivel de IDE en Iberoamérica (energía, turismo, telecomunicaciones). Méjico sería un destino estratégico para las inversiones en estos sectores de futuro en las Américas, por su acceso tanto al área de libre comercio del Mercosur como al NAFTA norteamericano: aquí dominan las inversiones en electrónica, textil y tecnología automotriz, para acceder los mercados de los EEUU, ante la subida relativa de los costes de producción y laborales en China frente a los mejicanos, más bajos. Los contenciosos anti dumping para productos de electrónica o eléctricos de línea blanca, o el mercado que supone la creciente clase media iberoamericana también son un espolón para las inversiones regionales, especialmente en Méjico y en países del Mercosur. Las inversiones en Brasil se dirigen a la fabricación de aviones; material eléctrico, tecnologías de la información, agroindustria y zapatos, en Argentina (granos, carne, zapatos, generalmente agroalimentarios, transporte y transformación). Chile, ya ha recibido inversiones en el sector automotriz; de alimentos y bebidas, productos químicos, y en los sectores clave de servicios de la IDE española, es decir en telecomunicaciones, comercio minorista, electricidad y distribución de gas natural<sup>1346</sup>.

También se escapa de los objetivos de este estudio discutir el impacto de la creciente comunidad china en España y los acuerdos económicos del Reino de España con la RP China, así como las reticencias que producen ciertas actividades económicas ilegales<sup>1347</sup> de ciudadanos chinos en suelo español. Sin embargo, estas

---

<sup>1345</sup> Op. cit., KURLANTZICK, JOSHUA, junio 2006, p. 6.

<sup>1346</sup> ROSALES, OSVALDO y KUWAYAMA, MIKIO, "China y América Latina y el Caribe Hacia una relación económica y comercial estratégica", Santiago de Chile, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), NNUU, marzo de 2012, 251 páginas, 251 páginas, en pp. 112-120.

<sup>1347</sup> "HIDALGO, CARLOS, "Así se las gasta la mafia china en Madrid: "si hoy no pagas, iremos a por tu familia"", *ABC* (Madrid, 28.05.2014), en < URL: <http://www.abc.es/madrid/20140528/abci-gasta-mafia-china-madrid-201405272114.html>, y "La mafia china encañona a los suyos", *ABC* (Madrid, 12.10.2010), en < URL: <http://www.abc.es/20101012/madrid/mafia-china-encanona-suyos-20101012.html>>. Además: MORCILLO, CRUZ y MUÑOZ, PABLO, "La mafia china financiaba a empresarios españoles", *ABC* (Madrid, 19.10.2012); en < URL: <http://www.abc.es/20121017/espana/abci-mafia-china-espanoles-201210170825.html>>; "Tienes cuatro hijos, tenemos capacidad para matarte", *ABC* (Madrid, 07.07.2014), en < URL: <http://www.abc.es/espana/20140706/abci-conversaciones-detenido-ping-201407052206.html>>; "La Fiscalía del Supremo pide imputar al ex comisario de Barajas por la mafia china", *ABC* (Madrid, 05.02.2015), en < URL: <http://www.abc.es/espana/20150205/abci-fiscalia-supremo>

puedan ser sólo reflejo del aumento espectacular de la corrupción<sup>1348</sup> y criminalidad chinas, dentro y fuera de las fronteras chinas, y la consiguiente expansión global de las mafias chinas, las *Triadas*<sup>1349</sup>, desde el periodo de la liberalización de Deng Xiao Ping. Prácticas que tienen su reflejo en ciudades como Bangkok o Kuala Lumpur, donde también se palpa un deterioro del orden público. Las prácticas mafiosas ilegales van desde el aumento del tráfico de drogas de diseño o el blanqueo de capitales (cientos de millones); las finanzas ilegales de pequeños negocios e intereses usurarios por deudas de juego (generalmente chinos); pasando por el cobro de deudas pistola en mano con asesinatos, hasta la "*Ley del Silencio*" para los crímenes relativos a la mafia de la misma comunidad inmigrante china (poco se puede esperar de la policía o los jueces en la RP China o en Malasia). Por otra parte, en España, es posible que esto sólo sea daño colateral de una mala Política de Inmigración y la de la misma Unión Europea. Desde el punto de vista de la inversión, las enormes fortunas de los "*Princelings*"<sup>1350</sup>, los descendientes de los héroes comunistas de la *Gran Marcha* de *Mao Tse Tung* e hijos de los miembros del Politburó, se han forjado en un periodo de tiempo record<sup>1351</sup>. Por tanto, no sería de extrañar que la inversión masiva, un poner en el comercio minorista español de 2000 a 2015, no hubiera sido más que una forma más de asegurar un dinero a través de un conjunto más de inversiones en Europa que probablemente no estuviera seguro en la RP China: después de todo, la liberalización de la economía china es un fenómeno muy reciente. Además, temiendo que la vieja guardia del Partido Comunista echara la marcha atrás en las reformas por el clamor popular contra el tráfico de influencias en las primeras fases de la liberalización, lo más conveniente habría sido poner el dinero, rápidamente, a buen recaudo en inversiones rentables o paraísos fiscales. España o el Caribe (21000 clientes según *The Guardian*)<sup>1352</sup> antes de la crisis de 2008, parece un destino ideal para este propósito.

En un entorno de políticas de emigración poco acertadas, España llegó a contar con más de 5 millones de extranjeros en 2010 (muchos de ellos con trabajos de bajos sueldos y malas condiciones laborales) y la tasa de paro llegó a alcanzar el 26.3%<sup>1353</sup>, más de 5 millones de españoles sin trabajo<sup>1354</sup>, resultaba bastante inocente la percepción generalizada en España ante la llegada de la emigración asiática con origen en la RP China. Según NNUU<sup>1355</sup>, las tasas de crecimiento de la población extranjera en España, son las más altas de toda Europa en el periodo de 1990 a 2010: la población extranjera habría crecido un 778% en España (el país donde más creció el stock de población extranjera en el Sur de Europa); mientras que sólo lo hizo un 335% Noruega (donde más en la Europa del Norte), 161% en Suiza (donde más en Europa Occidental) y un 95% en Eslovaquia (la tasa

---

[pide-imputar-201502042114.html](http://www.abc.es/20121016/local-madrid/abci-locales-preferidos-mafia-china-201210161357.html) >; Los locales preferidos de la mafia china, *ABC* (Madrid, 16.10.2012), en <URL: <http://www.abc.es/20121016/local-madrid/abci-locales-preferidos-mafia-china-201210161357.html> >, e idem, "Casi 100 detenidos ya en el mayor golpe policial al corazón de la mafia china", *ABC* (19.10.2012), en <URL: <http://www.abc.es/20121016/espana/abci-macrooperacion-contramafias-chinas-201210152024.html> >.

MUÑOZ, PABLO y VILLANUEVA, NATI, "Anticorrupción constata la «alta capacidad de corromper» de la mafia china", *ABC* (Madrid, 20.10.2012), en <URL: <http://www.abc.es/20121020/espana/abci-trama-china-declaracion-andreu-201210201113.html> >, (accedidos el 10.03.2015).

<sup>1348</sup> YU, OLIVIA, "Corruption in China's economic reform: a review of recent observations and explanations", Dordrecht, Holanda, Springer Science & Business Media, octubre de 2008, tomo 50, nº3, pp. 161-176, en Proquest (id 216166832).

<sup>1349</sup> Op. cit., GELLBER, HARRY, G., 2007, p. 405.

<sup>1350</sup> SENDER, HENNY, "Chinese princelings profit from corruption", *Financial Times* (Londres, 27.10.2012), p.21.

<sup>1351</sup> GUO, XUEZHI, "Controlling Corruption in the Party: China's Central Discipline Inspection Commission", Londres, Cambridge University Press, *The China Quarterly*, nº sep. 2014, pp. 597-624.

<sup>1352</sup> BALL, JAMES, "China's princelings storing riches in Caribbean offshore haven" *The Guardian* (21.01.2014), Londres, en <URL: <http://www.theguardian.com/world/ng-interactive/2014/jan/21/china-british-virgin-islands-wealth-offshore-havens> >, (accedido el 4 de abril de 2015).

<sup>1353</sup> Fuente: Instituto Nacional de Estadística, 2013.

<sup>1354</sup> BUCK, TOBIAS, "Migration: The drain from Spain", *FT.com* (Londres, 20.02.2014), en Proquest (id. 1220394169).

<sup>1355</sup> Fuente: NNUU, Estadísticas del stock de emigración extranjera por países 2010.

máxima en Europa del Este). España pasa a tener la segunda población extranjera más grande de Europa en 2010<sup>1356</sup>. En Francia la población sólo creció un 126%; en Alemania un 128% y en el Reino Unido habría crecido un 224%. Se entiende este crecimiento se dio de forma orgánica, sin buenas estrategias de aculturación del inmigrante; adaptación, o selección del tipo de emigrante de terceros países extra comunitarios deseable para los intereses nacionales. A los inmigrantes de la RP China se les solía identificar automáticamente en España con "*gente trabajadora y familiar que no acarrea problemas*", frente a otras comunidades extranjeras, de igual o mayor interés para España: 13000 esquinas compradas por comerciantes chinos en menos de quince años, compitiendo en base a bienes de baja calidad, jornadas interminables y todo tipo de irregularidades (como puedan ser las copias piratas de productos españoles fabricadas en China que incorporan diseño o calidad o el fraude fiscal)<sup>1357</sup><sup>1358</sup>, casi todo nuestro pequeño comercio tradicional con problemas, darían que pensar a los legisladores en cualquier país occidental (la preocupación ahora es vox populi)<sup>1359</sup>, y hasta hace poco fue un fenómeno pasado por alto (pequeñas inversiones, perfectamente organizadas, aportaciones de capital en la RP China y con ayuda estatal). Es lógico que esta situación haya tenido efectos indeseados, y que determinados empresarios chinos hayan sufrido discriminaciones y xenofobia de parte del público español: se trata de una emigración de un país tercermundista para la que no ha habido estrategias, ni de control, ni de integración<sup>1360</sup>. Aunque también sería prudente no crear mitos sobre la "*superioridad*" de la etnia china en el ámbito de los negocios comerciales, su éxito pueda estar más relacionado con prácticas laborales y empresariales tercermundistas, que en una supuesta superioridad de su modelo empresarial. Si bien hay empresarios chinos que cumplen sus obligaciones y pagan impuestos como todo el mundo, nadie parece estar informado en España de las discriminaciones que aplican las comunidades de la Diáspora China en sus redes de negocios a otras comunidades, incluidas las occidentales, en sus países de origen<sup>1361</sup>.

Por otra parte, no extraña que las comunidades de la Diáspora China o India sean grandes tanto en los EEUU (3.460.000), como el Reino Unido (300000), Australia (600000) o Francia (230000), países de mayor renta per cápita o tamaño económico que España<sup>1362</sup>, con una larga relación histórica y económica tanto con China como con sus imperios coloniales, en los que la Diáspora China del Sudeste Asiático tuvo un rol definitivo, que estos cuenten con grandes poblaciones de origen chino, más o menos acriolladas. Lo que es sorprendente es que en España se pase de prácticamente de pocos ciudadanos de la RP China a más de 187000 en menos de una generación<sup>1363</sup>. El día que se establezcan hispanoparlantes de todos los países iberoamericanos y abran un número de comercios, equivalente al que los chinos tienen en España, en Zhejiang, Jiangsu y Fujian,

<sup>1356</sup> Fuente: Instituto Nacional de Estadística, 2010.

<sup>1357</sup> RIVASS, TATIANA G., "El comercio chino devora al español", *ABC* (Madrid, 07.09.2010), en < URL: <http://www.abc.es/20100905/madrid/comercio-chino-devora-espanol-20100905.html>>.

<sup>1358</sup> ARAUJO, HERIBERTO y CARDENAL, JUAN PABLO, "El lado salvaje del éxito chino", *El País* edición digital (Madrid, 03.10.2013), en < URL: [http://politica.elpais.com/politica/2013/11/01/actualidad/1383335233\\_666458.html](http://politica.elpais.com/politica/2013/11/01/actualidad/1383335233_666458.html)>.

<sup>1359</sup> CRUZ PEÑA PÉREZ, JUAN, Madrid, en el sitio web Eldiario.es (24.08.2014), en

< URL: [http://www.eldiario.es/economia/ventaja-competitiva-chinos-ilegalidades-comenten\\_0\\_198780826.html](http://www.eldiario.es/economia/ventaja-competitiva-chinos-ilegalidades-comenten_0_198780826.html)>.

<sup>1360</sup> LD/AGENCIAS, "Los empresarios chinos cierran y se quejan: "No todos somos delincuentes", Madrid, en el sitio web Libertad Digital (11.03.2012), en <URL: <http://www.libertaddigital.com/espana/2012-11-03/los-empresarios-chinos-cierran-y-se-quejan-no-todos-somos-delincuentes-1276473264/>>, (accedidos el 04.04.2015).

<sup>1361</sup> REGIDOR, ROCÍO, "¿Cómo sortean la crisis los chinos que viven en España?" Madrid, en el sitio web Libremercado (18.09.2011), en <URL: <http://www.libremercado.com/2011-09-18/como-sortean-la-crisis-los-chinos-que-viven-en-espana-1276435460/>>

<sup>1362</sup> ANÓNIMO, "Diasporas, Mapping migration", en la edición digital de *The Economist* (17.11.2011), en <URL: <http://www.economist.com/blogs/dailychart/2011/11/diasporas>>.

<sup>1363</sup> ELIZARI, FERMIN, "¿Se puede competir contra los comercios chinos?", *El Mundo* (Madrid, 25.04.2010), en <URL: <http://www.elmundo.es/elmundo/2010/04/12/madrid/1271089865.html>>.

esto dejaría de ser noticia. Ya se encargarían los funcionarios chinos de hacerles la vida imposible por acción u omisión a profesionales o a empresarios<sup>1364</sup>: España para la PYME china es, en comparación, el paraíso<sup>1365</sup>, y el fenómeno es más que preocupante. Por tanto, habría que diferenciar nítidamente, valga la redundancia, la Diáspora de la Diáspora China del Sudeste Asiático (ASEAN), de aquella con origen en la RP China en el estudio de los emigrantes de etnias chinas a España. Ya existían grandes comunidades de la Diáspora China ASEAN en Australia<sup>1366</sup>, Canadá, EEUU o el Reino Unido<sup>1367</sup> (antes del ascenso de la RP China de las dos últimas décadas).

Tabla 21

**Extranjeros con certificado de registro o tarjeta de residencia en vigor en España según nacionalidad de 30-09-2013 a 30-06-2014, y población de la Diáspora China sobre la población total (2011)**

<i>País</i>	<i>Residentes en España en 2014</i> <sup>1368</sup>	<i>Población en 2011</i> <sup>13691370</sup>	<i>Población Diáspora China (2011)</i> <sup>1371</sup>
<b>Malasia</b>	<b>249</b>	28.758.968	6.390.000
<b>Singapur</b>	<b>200</b>	5,183,700	2.790,000
<b>Taiwán</b>	403	23.224.212	ND
<b>Vietnam</b>	452	87.840.000	1.260.000
<b>Indonesia</b>	1.228	243.801.639	7.670.000
<b>Tailandia</b>	1.444	66.576.332	7.060.000
<b>Filipinas</b>	17.574	95.053.437	1.150.000
<b>Hong Kong</b>	ND	7.071.600	ND
<b>RP China</b>	<b>187.757</b>	<b>1.344.130.000</b>	NA

Fuentes: Elaboración propia en base a: censo de Extranjeros Residentes en España (30.06.2014), Ministerio de Empleo y Seguridad Social; Estadísticas del Banco Mundial y del Departamento de Estadísticas de Taiwán. Estadísticas de población de la Diáspora en: ANÓNIMO, "Diasporas, Mapping migration", *The Economist* (Londres, 17.11.2011).

Estos emigrantes chinos se cuentan entre las comunidades más afluentes y con los mayores niveles de educación en estos países. Si bien entran poquísimos emigrantes de la Diáspora China de los países ASEAN a España, la emigración de la RP China a España es masiva: España no se ha beneficiado lo más mínimo de la fuga de cerebros de la Diáspora China del Sudeste Asiático (gran oportunidad para España dadas las condiciones institucionales exploradas en este estudio). Casi toda la emigración china a España proviene de *Zhejiang*, la

<sup>1364</sup>ANÓNIMO, "En China hay oportunidades, pero es difícil como destino laboral", en el sitio web de la sección de empleo del diario *El País* (Madrid, 21.10.2013) (blog de experiencias de españoles en China, dónde comentan las dificultades), en <URL: [http://economia.elpais.com/economia/2013/10/11/empleo/1381486035\\_173042.html](http://economia.elpais.com/economia/2013/10/11/empleo/1381486035_173042.html)>, (accedido el 02.08.2015).

<sup>1365</sup> Fuente: Experiencia del autor en la ciudad de Jiaying, provincia Zhejiang, RP China, 2001-2002. En 3 meses haciendo preguntas a abogados próximos al Vicegobernador del distrito de Jiaying (3 millones de personas), fue prácticamente imposible hacerse una idea general de los procedimientos de apertura de sociedades; impuestos, regulaciones y costes de suministros y similares.

<sup>1366</sup> MERCER, PHIL, "Diaspora Chinese: Australia", Sidney, en el Blog de la BBC News (03.03.2005) en <URL: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/asia-pacific/4311063.stm>>.

<sup>1367</sup> ANÓNIMO, "Chinese diaspora: Britain", Londres, en la página Web de la cadena de la BBC News en línea, (03.03.2005), en < URL: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/asia-pacific/4304845.stm>>, (accedidos el 01.04.2015).

<sup>1368</sup> Fuente: Extranjeros Residentes en España a 30-06-2014, Ministerio de Empleo y Seguridad Social.

<sup>1369</sup> Fuente: Estadísticas del Banco Mundial.

<sup>1370</sup> Fuente: Departamento de Estadísticas de Taiwán, dato de diciembre de 2011.

<sup>1371</sup> Fuente: ANÓNIMO, "Diasporas, Mapping migration", en la edición digital de *The Economist* (Londres, 17.11.2011), disponible en <URL: <http://www.economist.com/blogs/dailychart/2011/11/diasporas>>, (accedidos el 04.03.2014).

provincia de la RP China costera más empresarial (de las ciudades de *Wenzhou* y *Hangzhou*)<sup>1372</sup>: los nuevos ricos del milagro chino post comunista en la RP China continental, sin la preparación y el cosmopolitismo de la Diáspora de la Diáspora del Sudeste Asiático (ASEAN) de otrora. Utilizamos una comparación del mundo chino con el mundo iberoamericano: a la Comunidad de Madrid no habrían emigrado emigrantes hispanos cualificados de EEUU o del Estado de Monterrey, el más desarrollado de Méjico, si no emigrantes de orígenes rurales peruanos, colombianos o bolivianos, de niveles culturales y educativos mucho más bajos. En suma, en este estudio no estamos hablando de los mismos "*chinos*" que residen en España. La baja presencia demográfica en España de ciudadanos de todos los enclaves de la Diáspora de la Diáspora China (Taiwán; Hong Kong, Malasia, Singapur, Filipinas e Indonesia), se corresponde con unas exportaciones españolas muy reducidas a estos enclaves: en el ranking de exportaciones españolas, sólo Hong Kong está entre los 50 primeros destinos de exportación en la posición 42 (y esto lo es por sus re exportaciones a la RP China, contigua, bastante más importantes). España exporta a Francia, su primer destino de exportación, más de un 4480% más que a Hong Kong<sup>1373</sup>

---

<sup>1372</sup> SÁIZ LÓPEZ, AMELIA, "La migración china en España. Características generales", Barcelona, CIDOB, Revista CIDOB d'Afers Internacionals, núm. 68, pp. 151-163, en pp. 154-156.

<sup>1373</sup> Fuente: Estadísticas de exportaciones, ICEX 2012.



## Capítulo II. Las relaciones económicas de Malasia y Singapur

Los propósitos de este capítulo son: primero, analizar la inversión directa de las potencias económicas occidentales más importantes en Malasia y Singapur; segundo, ofrecer una valoración de la importancia de las relaciones comerciales de estos países con los EEUU y la Unión Europea, finalmente, se intentarán identificar posibilidades de exportación de productos y servicios españoles a la región, atendiendo a la implantación y la exportación de una muestra de países europeos que compiten con España en la región. La aproximación es la misma que el capítulo 3: si nuestros competidores europeos han sido capaces de "*marcar muchos más goles*" a través de ingentes inversiones y mucho mayores exportaciones, es bastante probable que existan oportunidades para España, estudiando las partidas de exportación y fuentes secundarias sobre nuestros competidores en Malasia y Singapur: aquí, como en el capítulo 3 y 4, se está hablando de posibilidades, de intuiciones no confirmadas en base a la experiencia del doctorando en estos países, y trabajos realizados por instituciones internacionales de promoción, que precisarían de bastante más estudio y profundización: una gran parte de estas oportunidades ya están en la mente de los responsables de internacionalización en la zona, pero es posible que una visión de conjunto pueda contribuir a abrir nuevos caminos para los intereses de España en la región. Finalmente, se analiza el comercio de servicios tanto de Malasia como de Singapur, en su comparación con el comercio español de servicios con ambos países, sectores en los que la empresa española es muy competitiva en su internacionalización a países en desarrollo. La principal oportunidad para la empresa española en ambos países pueda ser "*jugar en primera*", al competir en Malasia, pero sobre todo en Singapur, mercados de bienes con una intensísima presencia de las empresas multinacionales más modernas y competitivas, mejorando las curvas de aprendizaje en por áreas funcionales: sea en Marketing; en tecnología, o en finanzas (pero no en costes de RRHH o materias primas), competir en mercados de bienes con altísima intensidad competitiva, altamente liberalizados como el singapurense, puede tener efectos en la competitividad de las empresas españolas, y en la competitividad nacional en el largo plazo. Aunque en Malasia los mercados de servicios estén altamente intervenidos y existan bajos niveles de transparencia en ambos países, el escenario de liberalización pueda abrir oportunidades interesantes para la empresa española.

### 1 Las relaciones económicas con los EEUU y la UE

#### 1.1 El análisis de las inversiones extranjeras en Singapur

La importancia de Singapur para el capitalismo anglosajón y Holanda es muy elevada en términos de inversiones directas en Malasia, intereses que se corresponden con la importancia de los EEUU y la Commonwealth Británica en la defensa de los Estrechos, en el marco de la rivalidad sino americana. En comparación con estos altísimos volúmenes de inversión, la inversión española en Singapur es minúscula, ni siquiera ocupa alguno de los 30 primeros puestos. El segundo inversor en Singapur sería EEUU, pero el primero serían orígenes no especificados de América Latina y el Caribe: en suma, paraísos fiscales caribeños bajo

pabellón británico u holandés<sup>1374</sup>, destino preferido por los inversores de la RP China (sobre todo las Islas Vírgenes e Islas Caimán)<sup>1375</sup>, aunque una parte sustancial de estas inversiones probablemente tenga su origen en empresas de los EEUU y Reino Unido. La RP China recibiría una proporción creciente de su IDE de las Islas Vírgenes (en torno al 9.7% en 2011). A esta inversión le sigue la del Reino Unido y después la de Japón; varios países no explicitados de la Unión Europea; Suiza, y finalmente la de Hong Kong y los primos malasios, la de la Diáspora China (en la condición de Singapur como "*isla refugio*", y paraíso fiscal en su relación con otros paraísos fiscales caribeños y europeos como las Islas Vírgenes y las Caimán). Los flujos de inversión serían el reflejo de la inusitada presencia e incluso dependencia de casi todas empresas multinacionales con alcance asiático en Singapur, así como de las relaciones comerciales singapurenses. La inversión por destinos refleja la importancia de las actividades financieras, comerciales y logísticas en el paraíso fiscal de Singapur, por su condición de nodo global de las finanzas y el comercio de mercancías, y en los sectores industriales de exportación, con creciente valor añadido e intensidad tecnológica en los que Singapur se especializa regionalmente, al calor de las inversiones de las grandes empresas multinacionales.

Tabla 22 (A)

**Singapur, Inversión Extranjera directa en por sectores de actividad, en millones de US\$**

Industria	Entrada 2013	Stock interno 2011	Cambio p.a. desde 2010
<i>Total (en sectores de servicios y mercancías)</i>	63.772,3	517335.8	8,0%
<b>Construcción</b>		2301.1	37,6%
<b>Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler</b>		51841	21,0%
<b>Intermediación financiera</b>		223046.7	9,1%
<b>Comercio al por mayor y al por menor</b>		91192.7	7,2%
<b>Hoteles y restaurantes</b>		3188.1	5,9%
<b>Indeterminado- Secundario</b>		105687.9	4,3%
<b>Transporte, almacenamiento y comunicaciones</b>		31697.7	-7,6%
<i>Total stock interno sectores considerados</i>		508955.2	
Fuente: Investment Map, base de datos de IDE de NNUU, 2015			

<sup>1374</sup> HINES, JAMES R, JR., "Treasure Islands", Pittsburgh, Pensilvania, EEUU, Journal of Economic Perspectives, volumen 24, n° 4, otoño de 2010, pp. 103-125, en pp. 103-104.

<sup>1375</sup> QIU, D., "China (People's Rep.)/British Virgin Islands/Cayman Islands/Hong Kong, Collecting Unpaid Tax Offshore: Caribbean Tax Havens and Foreign Direct Investment in China", Bulletin for International Taxation, 2014, pp. 648-659. En el Caribe británico o las Antillas Holandesas la RP China, a parte de la evasión de impuestos de sus empresas, busca el "*know how*" financiero y acceso a los mercados de capitales anglosajones que estas proporcionan. Avanzadilla de los intereses chinos en el capitalismo anglosajón, también serían "*islas refugio*" del capital chino.

Tabla 22 (B)  
Flujo interno del stock de la inversión en país "Singapur" en el sector "Total (Servicios y mercancías)"  
en millones de dólares americanos

	País/Territorio	2011		2010	
		Stock interno	Proporción	Stock interno	Proporción
<b>Total</b>		517.335,8		479.145,1	
<b>1</b>	<b>América Latina y el Caribe, no especificado</b>	112.609,4	21,8%		
<b>2</b>	<b>Estados Unidos de América</b>	60.001,2	11,6%	50.683,4	10,6%
<b>3</b>	<b>Países Bajos (Holanda)</b>	51.051,4	9,9%	47.177,7	9,8%
<b>4</b>	<b>Reino Unido</b>	43.021,2	8,3%	38.762,2	8,1%
<b>5</b>	<b>Japón</b>	40.443,3	7,8%	41.780,1	8,7%
<b>6</b>	<b>Unión Europea, no especificado</b>	37.247,1	7,2%	29.523,8	6,2%
<b>7</b>	<b>Suiza y Liechtenstein</b>	22.135,7	4,3%	18.904,1	3,9%
<b>8</b>	<b>India</b>	18.326,6	3,5%	19.197,4	4,0%
<b>9</b>	<b>Hong Kong (China)</b>	18.071,8	3,5%	14.199,5	3,0%
<b>10</b>	<b>Noruega</b>	16.755,4	3,2%	17.825,5	3,7%
<b>11</b>	<b>Malasia</b>	14.335,0	2,8%	11.505,0	2,4%
<b>12</b>	<b>África, no especificado</b>	11.452,6	2,2%		
<b>13</b>	<b>China</b>	11.336,3	2,2%	8.919,8	1,9%
<b>14</b>	<b>Alemania</b>	9.982,1	1,9%	9.075,6	1,9%
<b>15</b>	<b>Francia</b>	7.884,2	1,5%	6.389,5	1,3%
<b>16</b>	<b>Australia</b>	7.585,9	1,5%	6.784,6	1,4%
<b>17</b>	<b>Eur. Otros Nep</b>	5.917,6	1,1%	8.195,1	1,7%
<b>18</b>	<b>Taipei Chino</b>	5.628,5	1,1%	4.428,7	0,9%
<b>19</b>	<b>Asia, no especificado</b>	4.284,4	0,8%	5.311,2	1,1%
<b>20</b>	<b>Israel</b>	3.654,4	0,7%	3.647,1	0,8%
<b>21</b>	<b>Corea, Rep De (del Sur)</b>	3.202,0	0,6%	2.874,2	0,6%
<b>22</b>	<b>Tailandia</b>	3.076,8	0,6%	4.161,7	0,9%
<b>23</b>	<b>Canadá</b>	2.831,3	0,5%	2.489,4	0,5%
<b>24</b>	<b>Nueva Zelanda</b>	2.370,7	0,5%	2.181,1	0,5%
<b>25</b>	<b>No especificado</b>	1.826,3	0,4%	13.141,2	2,7%
<b>26</b>	<b>Indonesia</b>	1.039,3	0,2%	643,4	0,1%
<b>27</b>	<b>Filipinas</b>	908,3	0,2%	1.028,4	0,2%
<b>28</b>	<b>Brunei Darussalam</b>	262,1	0,1%	236,4	0,0%
<b>29</b>	<b>Viet Nam</b>	46,1	0,0%	46,2	0,0%
<b>30</b>	<b>Myanmar (Birmania)</b>	24,8	0,0%	46,6	0,0%
<b>31</b>	<b>Asia del Sur, Oriental y Sudoriental, no especificado</b>	23,7	0,0%	7,2	0,0%

Fuente: Investment Map, base de datos de IDE de NNUU, 2015

## 1.2 El análisis de las inversiones extranjeras en Malasia

La inversión española es bastante pequeña en Malasia en comparación con las principales potencias industriales, como se puede apreciar comparando los volúmenes registrados por la Oficina Comercial de España<sup>1376</sup>, y el stock de inversiones de las grandes potencias occidentales y asiáticas en la Tabla 24, más adelante. Además, el stock de la IDE en Singapur tiende a ser cuatro veces más grande que el invertido en Malasia, luego la importancia estratégica de Malasia para los países occidentales en términos de inversiones sería mucho mayor que la de Singapur. El primer inversor en Malasia es Japón, seguido de los primos de la Diáspora China: Singapur el 17.7% y Hong Kong el 3.6%. Como en Singapur, la importancia de las inversiones

<sup>1376</sup> Nota: Véase el epígrafe III.2.2.

de los países anglosajones y Holanda están fuera de toda duda, por no tener en cuenta aquellas inversiones de estos países realizadas en Malasia a través de subsidiarias de la misma Singapur (Tabla 22). La importancia de la inversión directa desde los paraísos fiscales bajo pabellón británico u holandés en el Caribe desde los que se arbitra bastante inversión de la RP China, disminuye en porcentaje de la inversión total en comparación con Singapur: otra vez el rol redistribuidor de Singapur de la IDE de las multinacionales, como repositorio de conocimientos y redes financieras en el marco asiático y centro regional en el marco de las relaciones entre países de la misma Commonwealth, en el sector clave para la economía del Reino Unido y Singapur, el financiero). En la lógica de la inversión de las grandes multinacionales industriales a estas potencias les siguen en orden de importancia los paraísos fiscales de Suiza y Liechtenstein (4.5%). Destaca la inversión alemana (4.2%) y coreana (2.1%), lo que también es prueba de la importancia de la industria y las actividades extractivas en la estructura económica malasia. Los hidrocarburos y su refino, la partida 27 en cod. HS en 2012 (véase la Tabla 8, en la sección 2.6), suponen el 20.34% de la exportación malasia (35.954.495.000 dólares), esta sería la segunda partida de exportación de Malasia, fundamental para los intereses nacionales. Esto se refleja en un volumen de inversiones en relativamente alto en los sectores industriales, frente a una menor proporción de IDE en el sector servicios en comparación con Singapur, donde son los servicios los que tiran de la mayor parte de la economía (comparando la Tabla 22 (A) con la Tabla 23). Más de la mitad de la inversión extranjera se concentraría en la industria manufacturera y algo más de un cuarto en el sector financiero<sup>1377</sup>. Las inversiones industriales se concentran en el sector electrónico (que de 2007 a 2011 significan el 47% del stock total de la IDE). A parte de la electrónica y el sector eléctrico, puntales de la industria malasia, existirían otros sectores con altos volúmenes de inversión como son las del sector del petróleo y gas (prospección; refino, marketing y distribución) el turismo y las finanzas islámicas. El sector servicios habría experimentado un fuerte crecimiento de la IDE, significando un 42% de los flujos entrantes del periodo 2008-2010, una proporción de la IDE que casi se ha triplicado, ya que en los 90 sólo significaba el 15% del total (indicador de posibles oportunidades para la implantación española).

**Tabla 23**  
**Malasia, Inversión Extranjera directa en por sectores de actividad, en millones de US\$**

	Entrada 2012	Stock interno 2012	Cambio p.a. desde 2010
<i>Total en sectores de servicios y mercancías</i>	10074.3	132623.1	<b>14.20%</b>
<b>Transporte, almacenamiento y comunicaciones</b>	198.7	11023	24.90%
<b>Explotación de minas y canteras</b>	3117.1	9023.8	23.10%
<b>Indeterminado - Terciario</b>	391.3	7891.2	22,1%
<b>Comercio al por mayor y al por menor</b>	675.2	11113.9	15.80%
<b>Indeterminado - Secundario</b>	4242.6	61263.7	13.40%
<b>Intermediación financiera</b>	1278.8	28544.8	9.10%
<b>Construcción</b>	67.5	519.7	8.10%
<b>Agricultura, ganadería. caza</b>	103	3242.9	3.40%
<i>Total sectores considerados</i>	10074.2	132623	

Fuente: Investment Map, base de datos de IDE de NNUU, 2015.

<sup>1377</sup> QUIRY, PAUL et al., "Les investissements directs étrangers en Malaisie en 2013", Kuala Lumpur, nota informativa del Servicio Económico de la Embajada de Francia en Malasia sobre inversiones en el país, al cuidado de François-Xavier Flamand, 16.03.2015, 3 páginas.

Tabla 24  
Flujo interno del stock de la inversión en país "Malasia" en el sector  
"Total (Servicios y mercancías)" en millones de dólares americanos

		2012		2011		2010	
	País/Territorio	Stock interno	Proporción	Stock interno	Proporción	Stock interno	Proporción
Total		132.623,1		115.118,3		101.646,5	
1	Singapur	3.4287,1	17,7%	21.000,3	18,2%	17.131,2	16,9%
2	Japón	18.674,8	14,1%	14.886,1	12,9%	12.165,1	12,0%
3	Estados Unidos de América	11.591,0	8,7%	11.955,2	10,4%	11.074,6	10,9%
4	Eur. Otros Nep	11.575,2	8,7%	9.296,6	8,1%	7.508,1	7,4%
5	Países Bajos (Holanda)	10.284,6	7,8%	9.384,2	8,2%	8.901,1	8,8%
6	No especificado	6.839,2	5,2%	5.770,9	5,0%	4.307,9	4,2%
7	Reino Unido	6.365,7	4,8%	5.479,4	4,8%	5.944,8	5,8%
8	Suiza y Liechtenstein	5.988,3	4,5%	4.810,3	4,2%	3.624,0	3,6%
9	Islas Vírgenes Británicas	5.977,4	4,5%	5.321,5	4,6%	5.394,7	5,3%
10	Alemania	5.607,6	4,2%	5.048,1	4,4%	4.022,1	4,0%
11	América Latina y el Caribe, no especificado	5.318,1	4,0%	4.777,5	4,2%	3.904,1	3,8%
12	Hong Kong (China)	4.794,7	3,6%	3.605,3	3,1%	3.791,9	3,7%
13	Australia	3.999,4	3,0%	3.313,6	2,9%	2.970,6	2,9%
14	Bermudas	3.423,7	2,6%	2.716,9	2,4%	2.144,3	2,1%
15	Corea, Rep De (del Sur)	2.728,7	2,1%	2.638,2	2,3%	2.576,7	2,5%
16	Dinamarca	1.376,0	1,0%	1.141,3	1,0%	1.026,2	1,0%
17	Francia	919,2	0,7%	958,9	0,8%	743,7	0,7%
18	Asia del Sur, Oriental y Sudoriental, no especificado	873,4	0,7%	91,0	0,1%	65,7	0,1%
19	Islas Caimanes	850,9	0,6%	1.043,6	0,9%	2.762,1	2,7%
20	Taipei Chino	573,3	0,4%	615,1	0,5%	626,2	0,6%
21	Luxemburgo	497,6	0,4%	195,0	0,2%	442,2	0,4%
22	Oceania Nep	444,1	0,3%	337,0	0,3%	54,3	0,1%
23	América del Norte, no especificado	343,5	0,3%	269,0	0,2%	302,9	0,3%
24	China	297,4	0,2%	368,5	0,3%	325,4	0,3%
25	Asia, no especificado	18,2	0,0%	15,3	0,0%	8,2	0,0%
26	Tailandia	-226,4	-0,2%	79,6	0,1%	-171,7	-0,2%

Fuente: Investment Map, base de datos de IDE de NNUU, 2015

### 1.3 Las relaciones económicas de los EEUU con Singapur

Las relaciones económicas con Singapur se corresponden con la importancia de los EEUU como garante de la seguridad y libre circulación de mercancías en los Estrechos, a través del Puerto de Singapur, y de la libertad de comercio, fundamentales para la supervivencia de la Isla Estado. Singapur, en este sentido quiere mantener buenas relaciones económicas tanto con los EEUU como con China, y ofrecerse como intermediario entre ambas naciones, para compensar la creciente fortaleza de China frente a la pre eminencia norteamericana

en términos de poder duro<sup>1378</sup>. Por tanto, Singapur apoyaría a los EEUU tanto en términos de política económica como del rol militar que juegan los EEUU en la zona. En lo económico, la piedra angular de la política de los EEUU sería el *TTP (Partenariado Trans Pacífico)*, un acuerdo de libre comercio entre los EEUU y 11 países: Singapur; Malasia; Brunei; Vietnam; Australia; Nueva Zelanda; México; Canadá; Japón, Perú y Chile<sup>1379</sup>. La promoción de este acuerdo por el segundo *Gobierno Obama*, es prueba de la voluntad de los EEUU de volver a ganar influencia en Asia, allá donde la importancia estadounidense, económica y en términos de Seguridad es mayor. Lógicamente y ante el déficit comercial persistente de EEUU con la ASEAN y el Este de Asia, así como el volumen creciente de deuda pública de los EEUU en manos de estos países, los compromisos de defensa de los EEUU para con los Estrechos y el Este de Asia, son cada vez más onerosos para los estadounidenses, de ahí la estrategia de "*re balance*" de las relaciones comerciales. Esto es así en un entorno en el que se percibe una pérdida de influencia relativa de los EEUU en la región<sup>1380</sup>.

El *TTP* es cuestionado en EEUU por la situación en Malasia y Singapur, dado el componente tradicional de promoción de la Democracia y los Derechos Humanos en la política comercial norteamericana. Sin embargo, son las consideraciones netamente económicas parecen superponerse a las humanitarias. En la negociación del *TTP*<sup>1381</sup>, el Departamento de Comercio de los EEUU arguye que si el arancel comercial medio de los EEUU se mueve en torno al 1.4%, en países como Malasia y Vietnam; este sería 3 veces superior al de EEUU y que algunos productos americanos experimentarían aranceles de hasta el 100%, y el arancel medio a nivel global sería el doble: se está denunciando la política proteccionista de ciertos países de la ASEAN (no se refieren a Singapur, el país más liberalizado de la región). Existirían sectores con altísima protección (en la mayor parte de los casos con aranceles de dos dígitos) en los países del *TTP*, como puedan ser: el automóvil (hasta el 70%); los materiales de construcción (hasta el 60%); bienes de consumo (hasta el 75%); productos forestales (hasta el 40%); químicos; pescado; calzado (más del 100%); bienes de alta tecnología (25%); productos para proyectos de infraestructuras; equipamientos para el sector de la Salud; productos y soluciones de tecnologías de la información; metales; maquinaria; textiles, y una variedad de productos del potentísimo sector agrícola americano supuestamente sujetos a protección arancelaria injusta.

Los EEUU son el tercer mercado de exportación de Singapur, después de China y Malasia. Por otra parte, Singapur depende altamente de las exportaciones de electrónica de consumo; productos de las tecnologías de la información, farmacéuticos y servicios financieros, y los mercados americanos son consumidores ávidos de estos productos: las exportaciones singapurenses se concretan en mercados de la esfera de co-prosperidad e influencia securitaria norteamericana en el Este de Asia (Japón y Corea), y Oceanía (Nueva Zelanda y

---

<sup>1378</sup> CHANLETT-AVERY, EMMA, "Singapore: Background and U.S. Relations", Washington, EEUU, informe del Servicio de Investigación del Congreso de los EEUU (Congressional Research Service), ref. 7-5700, RS 20940 (26.07.2013), 5 páginas, en p. 4.

<sup>1379</sup> Fuente: "Outlines of TTP", en el sitio web del Departamento de Comercio de los EEUU, 12.10.2011, en < URL: <https://ustr.gov/tpp/outlines-of-TTP> >, (accedido el 27.08.2015).

<sup>1380</sup> ANÓNIMO, "The 70-year itch. America's struggles to maintain its credibility as the dominant player in the Asia Pacific", *The Economist* (Londres, 08.08.2015), p. 40.

<sup>1381</sup> Fuente: "Trans Pacific Partnership, Levelling the Playing Field", en el sitio web del Departamento de Comercio de los EEUU, folleto informativo sobre el TTP, en < URL: <https://ustr.gov/sites/default/files/USTR-Tariff-Information-by-Sector-6115.pdf> > : vista general sobre reclamaciones de proteccionismo arancelario de los EEUU a los países del TTP, y "TTP Issue by Issue information center", página de información sobre los objetivos en las negociaciones del TTP por sectores económicos de los EEUU, en < URL: <https://ustr.gov/trade-agreements/free-trade-agreements/trans-pacific-partnership/tpp-issue-issue-negotiating-objectives> >, (accedidos el 28.08.2015).

Australia), desde tiempos del mismo Imperio Británico, como centro neurálgico del mismo en Asia, países que significan un tercio del comercio mundial. De cualquier modo, el Gobierno de Singapur ya habría liberalizado grandemente su comercio con los EEUU en 2004, y gracias al *Acuerdo de Libre Comercio entre EEUU y Singapur* (USSFTA)<sup>1382</sup>, el comercio bilateral se disparó, creciendo un 53% de 2004 a 2014<sup>1383</sup>. Según el *Servicio de Investigación del Congreso*<sup>1384</sup>, en 2012 Singapur fue el socio comercial número 17 de los EEUU: el comercio total significó (exportaciones e importaciones) más de 50.000 millones de dólares, y EEUU fue el segundo inversor en Singapur, con más de 60000 millones del stock de inversión singapurense en 2011 (véase la Tabla 22 (B) en la sección 1.1). La misma fuente apunta a un stock de inversión norteamericano del orden de los 116 mil millones de dólares, cifra que contrasta con la de 60000 millones expresos en la Tabla 22 (B), puesto que probablemente incluya la inversión realizada por empresas americanas desde paraísos fiscales en el Caribe o desde terceros países. Singapur es el socio comercial más importante de los EEUU en la ASEAN, y el comercio norteamericano con este país es claramente superavitario: desde tecnologías de alto nivel a hidrocarburos y cereales por las dotaciones de recursos y capacidades extraordinarias de producción de EEUU. Este sería el quinto superávit más grande de la deteriorada balanza de pagos de los EEUU (31.4 mil millones de exportaciones, frente a 19.1 mil millones de importaciones).

Como el mayor centro regional de refino (3º a escala mundial<sup>1385</sup>) y almacenamiento para los gigantes de la industria petrolífera/gas, cerca de las grandes reservas del Sudeste Asiático, y como nodo logístico (petroleros; astilleros, reparaciones, seguros de cabotaje y financiación del comercio exterior), de servicios y de transporte, en el que lógicamente se encuentran las grandes empresas americanas: *DuPont*; *Celanese*; *ExxonMobil*; *Chevron Oronite* y *Caltex Texaco*, aprovechando las modernas infraestructuras, entre ellas las del *Complejo de Jurong*. Los suministradores americanos aprovecharon el crecimiento de este sector en Singapur, como respuesta al intensísimo crecimiento económico asiático y regional. Situación esta que explica la mayor importancia de la partida 27 (cod. HS) de hidrocarburos en las exportaciones de EEUU y todos los demás países occidentales considerados en este capítulo (UE, Australia y Nueva Zelanda), a Singapur (la "gasolinera" de Asia): el país occidental, como el Reino Unido o EEUU, pueda producir o no su propio petróleo, sin embargo lo refina in situ, lo transforma y lo exporta a Singapur (véase tb. la partida 27 en la Tabla 27 de exportaciones de la UE). Esta importancia es proporcionalmente, bastante mayor que la que la partida 27 ya tiene en las exportaciones de cada uno de estos países al resto del mundo. Lógicamente también destaca la exportación de la partida 87 de navegación aérea (tanto a Malasia como a Singapur, véase la Tabla 26) dada la importancia del sector aeronáutico americano y la importancia de Singapur como nodo global de transporte aéreo y el turismo (empresas como *Boeing* o *Lockheed Martin*), y la 90 de instrumentos, aparatos de óptica, cinematografía y de medida. Estos dos son sectores en los que EEUU es líder, soportes de las importantísimas industrias militares y del cine, la televisión y contenidos, respectivamente, dónde EEUU domina a escala global (Tabla 25 (a)).

---

<sup>1382</sup> Fuente: Texto íntegro del acuerdo USSFTA está en la página Web del Departamento de Comercio de los EEUU, en < URL: [https://ustr.gov/sites/default/files/uploads/agreements/fta/singapore/asset\\_upload\\_file708\\_4036.pdf](https://ustr.gov/sites/default/files/uploads/agreements/fta/singapore/asset_upload_file708_4036.pdf) >, (accedido el 15.07.2015).

<sup>1383</sup> SINGAPORE BUSINESS NEWS, "Ten years on: The US-Singapore Free Trade Agreement", en Future Ready Singapore, el sitio web del Economic Development Board (Bureau de Desarrollo Económico), del Gobierno de Singapur, 09.07.2014, en < URL: <https://www.edb.gov.sg/content/edb/en/news-and-events/news/singapore-business-news/Partnership/ten-years-of-us-singapore-free-trade-agreement.html> >, (accedida el 14.08.2015).

<sup>1384</sup> Op. cit., CHANLETT-AVERY, EMMA (26.07.2013), pp. 3-4.

<sup>1385</sup> Fuente: "Información sobre el mercado de Singapur", United Kingdom Trade and Investment (UKTI), agencia de promoción de la internacionalización de la empresa británica, 2015.

Singapur ofrece oportunidades a aquellos profesionales de la ingeniería del sector del gas e hidrocarburos (con sueldos muy altos), así como a todo tipo de fabricantes españoles de maquinaria para este tipo de industrias; utensilios componentes y similares anejos a la investigación exploración, refino, distribución y marketing de hidrocarburos<sup>1386</sup>. Las posibles oportunidades para España siguiendo los pasos americanos, se centrarían en *sistemas de ingeniería química, equipamiento de procesos e ingeniería de oleoductos/gasoductos* (véase el epígrafe III.2, sobre la refinería que la española *Técnicas Reunidas* construirá a escasos km, para la empresa *Petronas* de Malasia). Por otra parte, Singapur es líder en la fabricación de plantas petrolíferas para la extracción marina (*Keppel y Sembmarine*). El Departamento de Comercio de EEUU, indica que estas dos empresas singapurenses, así como las americanas *Chevron Oronite* y *Exxon Mobile*, la anglo-holandesa *Shell* o la británica *British Petroleum* en Malasia, Singapur e Indonesia, estarían lógicamente interesadas en productos y soluciones americanas de los sectores anteriores (del tipo de grandísimas empresas como *Halliburton*, de los EEUU, o *Schlumberger*, francesa). Tradicionalmente, esto ha estado en el punto de mira del *Departamento de Comercio* de los EEUU<sup>1387</sup>, además de la sobre dependencia energética singapurenses del gas y el petróleo malasio-indonesio, sus implicaciones estratégicas de carácter geopolítico y la voluntad de diversificar fuentes de energía, con preferencia por la nuclear y las renovables. Todo esto en la línea de "*embellecimiento medioambiental*" de Singapur y probablemente también la preocupación lógica por la sostenibilidad<sup>1388</sup>, la reducción de emisiones de CO2, el uso de coches híbridos y otros aspectos medioambientales, Singapur habría mostrado su interés en convertirse en líder en la investigación de células fotovoltaicas, sector en el que España destaca. Los fabricantes americanos acapararían una gran parte del mercado para el equipamiento de generación energética en Singapur: *turbinas de gas e hidráulicas; grupos de generación eléctrica; motores y generadores AC; y equipo auxiliar como controles de instrumentación; software de empresa y equipamiento de calidad de la energía*. Aquí operarían gigantes americanos como las empresas *Foster Wheeler, Caterpillar* y *Cummins*.

En Singapur y Malasia, son las franquicias norteamericanas las que marcan la pauta de lo "*occidental*". Las oportunidades en las franquicias en el enorme mercado de Singapur, aparecen en todo tipo de sectores, desde la depilación a los gimnasios *low cost*, pasando por peluquerías. Por ejemplos ilustrativos, ofrecidos por el *Departamento de Comercio de los EEUU*<sup>1389</sup>: *Mathnasium* (para el aprendizaje de matemáticas); *Snap-on Tools* (herramientas de trabajo.); *GNC Live Well* (complementos dietéticos; suplementos, vitaminas para deportistas, estar guapo, la imagen y lo superficial); *Confort Keepers* (para cuidar de la población de la tercera edad en Singapur). Todas estas entienden bien los gustos y necesidades de los diferentes segmentos entre los consumidores afluentes chinos de la Diáspora. Además, en Singapur hay más de 30 establecimientos de comida rápida *Kentucky Fried Chicken*, 60 cafés *Starbucks* y una docena de restaurantes *Pizza Hut*, en una ciudad que

---

<sup>1386</sup> CHAN Y. K., "Singapore, Oil & Gas and The Petrochemical Industry", Servicio de Comercio Exterior, Departamento de Comercio de los EEUU 04.2013, 6 páginas. Estudio de Mercado de la Embajada de los EEUU sobre el sector de la petroquímica en Singapur.

<sup>1387</sup> CHAN Y. K. "Singapore: Power Generation & Clean Energy" Servicio de Comercio Exterior, Departamento de Comercio de los EEUU, 10.2011, 8 páginas. Estudio de Mercado de la Embajada de los EEUU sobre el sector energético y las energías limpias.

<sup>1388</sup> AAVV, "Sustaining Asia's Rise, Energy and the Environment", Singapur, editado por Simon Tay (director del SIIA), Director de la Informe especial del Singapore Institute of International Affairs (SIIA), 8 páginas.

<sup>1389</sup> CHIA SWEE HOON y NDENGABAGANIZI, DEXTER, "*Franchises Market*", Servicio de Comercio Exterior, Departamento de Comercio de los EEUU, 12.03.2011, 6 páginas. Estudio de Mercado de la Embajada de los EEUU sobre el sector de las franquicias en Singapur.



no llega a tener el tamaño del área metropolitana de el *Distrito Central de Washington*, en los EEUU (no tiene un tamaño grande ni a escala de los EEUU, ni a escala del Este Asiático).

Tabla 25 (A)  
Principales exportaciones de EEUU a Singapur en miles de Euros

(en gris de sectores de media-baja y baja tecnología; en amarillo, agroalimentarios, y en rosa consumo suntuario)

Cod.	Descripción del producto	Estados Unidos de América exporta hacia Singapur		
		2010	2011	2012
<b>TOTAL</b>	<b>Todos los productos</b>	<b>21951941,74</b>	<b>22525083,19</b>	<b>23743818,93</b>
'84	Maquinas, reactores nucleares, calderas, aparatos y artefactos mecánicos.	4217924,45	4212991,43	4280965,06
'85	Maquinas, aparatos y material eléctrico, sus partes; aparatos de grabación	4165527,69	3668531,49	3615332,18
'27	Combustibles minerales, aceites minerales y prod.de su destilación	2646005,57	3195362,11	3426720,13
'88	Navegación aérea o espacial	2867211,86	2789175,52	3069420,07
'90	Instrumentos, aparatos de óptica, fotografía, cinematografía, medida, contr	1572521,34	1645016,52	1882413,91
'39	Materias plásticas y manufacturas de estas materias	1001814,74	1270479,04	1093604,82
'99	Materias no a otra parte especificadas	1109387,13	823766,48	821359,06
'38	Miscelánea de productos químicos	608579,54	707146,09	788424,98
'29	Productos químicos orgánicos	660544,05	610545,29	671474,64
'89	Navegación marítima o fluvial	25493,88	44626,24	415783,78
'87	Vehículos automóviles, tractores, ciclos, demas vehic.terrestres,sus part	204437,54	400481,68	392398,85
'73	Manufacturas de fundición, de hierro o de acero	262818,25	267640,41	303068
'71	Perlas finas o cultivadas, piedras preciosas, semipreciosas y similares	229807,17	281734,68	302826,96
'32	Extractos curtientes/tintoreos; taninos,sus derivados; pinturas	174678,99	195748,2	190452,52
'30	Productos farmacéuticos	123075,21	130935,8	183292,03
'28	Prod.quimicos inorgan.; compuestos inorgán./orgán.de los metales	202292,78	236111,92	175221,02
'33	Aceites esenciales y resinoides;prep.de perfumería,de tocador	114487,13	129944,3	166261,26
'82	Herramientas, utiles, articul.de cuchillería, cubiertos de mesa, de met.com	134149,19	148744,8	151915,39
'40	Caucho y manufacturas de caucho	113007,34	140164,46	137891,43
'34	Jabones, agentes de superficie orgánicos, preparac. para lavar, etc	124611,49	113548,25	117464,31
'21	Preparaciones alimenticias diversas	57073,37	56629,1	85873,84
'95	Juguetes, juegos, artículos para recreo o para deporte; partes...	77613,52	76792,28	74421,25
'49	Productos editoriales, de la prensa/de otras industrias graficas	64198,98	75576,06	71998,39
'37	Productos fotográficos o cinematográficos	76766,31	71286,25	71970,4
'02	Carne y despojos comestibles	55208	71154,86	70755,86
'75	Níquel y manufacturas de níquel	40157,02	54352,44	62820,92
'83	Manufacturas diversas de metales comunes	49425,13	53028,53	56797,99
'08	Frutos comestibles; cortezas de agrios o de melones	43987,92	51050,55	52163,77
'76	Aluminio y manufacturas de aluminio	42971,27	46328,52	51752,44
'48	Papel, cartón; manufact. de pasta de celulosa, de papel/de cartón	60954,72	50391,46	47727,04
'20	Prep.de legumbres, hortalizas, frutos o de otras partes de plantas	33038,2	36109,08	46526,5

Fuente: Trademap, base de datos de comercio exterior de NNUU, 2014.

Tabla 25 (B)  
Principales exportaciones de EEUU a Singapur en miles de Euros

(en gris de sectores de media-baja y baja tecnología, en amarillo agroalimentarios y en rosa consumo suitario)

Cod.	Descripción del producto	Estados Unidos de América exporta hacia Singapur		
		2010	2011	2012
TOTAL	Todos los productos	21951941,74	22525083,19	23743818,93
'94	Muebles; mobiliario médico quirúrgico; artículos de cama y similares	43390,73	35900,15	46247,36
'72	Fundición, hierro y acero	48516,17	47179,31	45711,62
'35	Materias albumínicas; prod. a base de almidón o de fécula modificados	37073,93	42576,46	45574,77
'97	Objetos de arte, de colección o de antigüedad	79810,99	100484,96	44669,7
'22	Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre	29988,24	46283,29	44308,14
'68	Manufacturas de piedra, yeso, cemento, amianto, mica o materias análogas	42527,71	41537,58	40645,86
'70	Vidrio y manufacturas de vidrio	33443,35	57166,13	40585,99
'04	Leche y productos lácteos; huevos de ave; miel natural;	18061,77	35587,12	34510,18
'81	Los demás metales comunes; cermets; manufacturas de estas materias	23776,12	25116,39	31715,65
'17	Azúcares y artículos de confitería	12800,03	18157,93	29831,64
'69	Productos cerámicos	23469,61	29335,13	27134,3
'15	Grasas y aceites animales o vegetales; grasas alimenticias; ceras	13141,18	13285,13	24823,41
'86	Vehículos y material para vías o simil. y sus partes; aparatos mecánicos	4527,49	20670,07	23197,55
'18	Cacao y sus preparaciones	15094,66	15697,48	23127,57
'10	Cereales	17130,22	27043,4	21655,66
'19	Prep.a base de cereales, harina, almidón, fécula o leche; pastelería	14275,31	18080,39	20885,88
'74	Cobre y manufacturas de cobre	19485,09	20835,92	19777,86
'03	Pescados y crustáceos, moluscos y otros invertebrados acuáticos	8925,46	15006,08	16935,13
'62	Prendas y complementos de vestir, excepto los de punto	13483,07	16121,79	16449,93
'09	Cafe, te, yerba mate y especias	10681,63	11055,87	16430,49
'56	Guata, fieltro. telas sin tejer; hilados especiales; cordeles, etc..	11540,89	10666,73	16376,06
'12	Semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos..	3546,23	2716,04	15690,26

Fuente: Trademap, base de datos de comercio exterior de NNUU, 2014.

#### 1.4 Las relaciones económicas de los EEUU con Malasia

Los EEUU<sup>1390</sup> son un socio comercial de importancia para Malasia: en 2013, Malasia fue el mercado n° 25 en términos de tamaño para las exportaciones americanas y el decimotercero suministrador de los EEUU (importaciones). Los EEUU resultaron ser el 4º proveedor (después de Singapur, China y Japón) y el 4º cliente de Malasia. Las máquinas eléctricas y mecánicas (partidas 85 y 84 en la Tabla 26), dominan los flujos comerciales entre ambas naciones (exportaciones e importaciones), dada la importancia de Malasia como productor de bienes de electrónica de consumo. Una gran parte de la exportación americana a Malasia, serían productos de la partida 85, lo que sugiere que pueda haber pequeños nichos para el sector español de electrónica

<sup>1390</sup> RINEHART, IAN, "Malaysia: Background and U.S. Relations", Washington, EEUU, informe del Servicio de Investigación del Congreso de los EEUU (Congressional Research Service), ref. 7-5700, R43505 (26.07.2013), 5 páginas, en pp. 6-9.

de consumo (ordenadores; móviles, cámaras y otros), como por ejemplo los fabricantes españoles de tabletas, teléfonos y lectores, muy modernos, de la marca *BQ*<sup>1391</sup>. Aquí no importa que se des localice la fabricación en China, lo importante son las posibilidades comerciales de negocio y que las áreas de diseño y marketing de las empresas productoras estén radicadas en *España*, donde queda la mayor parte del valor añadido, algo que ocurre en una miríada de subsectores de los sectores de las TICs, software y electrónica<sup>1392</sup>. Malasia y Singapur son una verdadera meca para los gadgets electrónicos de la informática de consumo, existen todas las marcas y de todos los tipos, calidades y cambios marginales en las funciones; precios, diseños, en suma en adaptaciones del Marketing Mix, para la captación de nichos por las economías de escala de la competencia monopolística<sup>1393</sup>. En Malasia operarían más de 600 empresas americanas la mayor parte de ellas en los sectores de las TICs, software y electrónica. El stock de inversión americano habría alcanzado los 12.390 millones de dólares americanos en 2013. Por el contrario, la inversión malasia en los EEUU muy pequeña, en torno a los 663 millones, aunque el Gobierno quiere promover las inversiones malasias en sectores de servicios y alta tecnología en EEUU, para beneficiarse del know how, p.ej. en *Silicon Valley*<sup>1394</sup>. No obstante, aunque en 2015 sean Singapur y Japón los primeros inversores en Malasia, la importancia de los EEUU en los últimos años ha sido crucial<sup>1395</sup> superando los 11000 millones de IDE (2015). La inversión y el comercio entre Malasia y los EEUU juega un rol clave desde hace más de tres lustros: las inversiones americanas pasan de 1500 millones en 1990 a 6000 millones en 2000, llegando a ser las primeras en el país hasta 2007. Ya en el año 2000 por sectores: 57% en manufacturas; 21% en la industria petrolífera y recursos naturales y el 22% en servicios.

Los norteamericanos se quejan de que los servicios de aduanas malasios suelen ofrecer cifras más pequeñas que las efectivamente registradas, para los superávits que Malasia tiene con EEUU. Esto se materializaría en la partida más importante, en materia de maquinaria eléctrica exportada a los EEUU, lo que incluye bienes de consumo electrónicos (84). Tanto Malasia como Singapur son contrapartes en las negociaciones del *Acuerdo TTP* con los EEUU. Habría tres áreas sensibles para el acceso a los mercados malasios en el punto de mira del *Departamento de Comercio de los EEUU*, resaltadas en las negociaciones del acuerdo *TTP*: la contratación de las AAPP en el marco de la NEP; el respeto de la Propiedad Intelectual e Industrial (piratería sin control de contenidos, DVDs; CDs; software; libros, patentes, diseños, dibujos) y el acceso a los mercados de ciertos sectores mercancías y servicios estratégicos. Aunque el *TTP* es apoyado por el Premier de Malasia *Najib Tun Razak* (2015)<sup>1396</sup>, la debilidad por los altos niveles de corrupción de su Gobierno, no parece ser contrapeso para los intereses creados del "*etnopopulismo*" malayista (musulmán), que contempla el acuerdo como injerencia intolerable en los asuntos internos malasios. Lógicamente, Malasia teme la desprotección de aquellos segmentos del sector agrícola poco competitivos frente a las grandes explotaciones norteamericanas, especialmente en las plantaciones de arroz de bajo rendimiento de los Estados Malayos:

---

<sup>1391</sup> JUSTE, M, "¿Cuáles son las marcas de smartphone más vendidas en España?", *Expansión*, edición online (Madrid, 06.08.2015), en <URL: <http://www.expansion.com/empresas/tecnologia/2015/08/05/55c23749268e3ebc218b4593.html>>.

<sup>1392</sup> Fuente: Conversación con Alex Burgalés, Director de Exportación de AFME, la Asociación de Fabricantes de Productos Eléctricos de España (10.07.2001), y visita a la empresa de porteros automáticos *Fermax*.

<sup>1393</sup> Op. cit., GONZALEZ BLANCO, RAQUEL, 2011, p. 112.

<sup>1394</sup> SODHY, PAMELA, *Malaysia United States relations 2000-2011*, 1ª edición, Kuala Lumpur, Malasia, Institute of Strategic and International Studies (ISIS), 2012, 126 páginas, en < URL: [http://www.isis.org.my/attachments/e-books/Pamela\\_Sodhy\\_Malaysia-US\\_Relations\\_Oct2012.pdf](http://www.isis.org.my/attachments/e-books/Pamela_Sodhy_Malaysia-US_Relations_Oct2012.pdf)>, (accedido el 10.03.2015).

<sup>1395</sup> Op. cit., SODHY, PAMELA, 2012, en pp. 18-19 y pp. 43-44.

<sup>1396</sup> PILLING, DAVID, "Najib Razak has too much power for Malaysia's good", *Financial Times* edición online (*Londres*, 19.08.2015), en < URL: <http://www.ft.com/intl/cms/s/0/e89c88c2-45c6-11e5-b3b2-1672f710807b.html#axzz3jYOSS9IB>>, (accedido el 23.08.2015).

Malasia cuenta con grandes explotaciones de caucho, aceite de palma y otros cultivos para la exportación, pero no es autosuficiente en alimentos: destacan las exportaciones americanas de las partidas de agroalimentarios 21, 08 y 04 en la Tabla 26 (leche, fruta y preparados), para investigar posibilidades para la exportación española. No escapa al regulador americano el interés de que Malasia reduzca sus altísimos aranceles sobre los automóviles y sus partes y la protección del sector automovilístico a la inversión extranjera. Este es un sector en el que EEUU habría realizado varios intentos de establecerse en el mercado malasio con el beneplácito del Gobierno de *Badawi (General Motors, Ford)*<sup>1397</sup>. Aquí el interés americano se alinea con el del potente sector español de partes de automóviles (véase la explicación en el epígrafe III.2.1 para la partida 87 en la misma sección).

Tabla 26 (A)  
Exportaciones de EEUU a Malasia, en miles de Euros, 41 partidas más importantes

Código del producto	Descripción del producto	EEUU exporta a Malasia		
		Valor en 2010	Valor en 2011	Valor en 2012
<b>TOTAL</b>	<b>Todos los productos</b>	<b>10.529.189,33</b>	<b>10.207.487,17</b>	<b>9.992.647,37</b>
'85	Maquinas, aparatos y material eléctrico, sus partes; aparatos de grabación	5.312.933,86	4.852.650,72	4.524.763,23
'84	Maquinas, reactores nucleares, calderas, aparatos y artefactos mecánicos.	1.284.443,41	1.170.114,69	1.130.841,88
'88	Navegación aérea o espacial	679.867,98	739.003,41	938.706,73
'90	Instrumentos, aparatos de óptica, fotografía, cinematografía, medida, control	509.342,2	492.415,74	601.846,23
'72	<b>Fundición, hierro y acero</b>	<b>373.069,33</b>	<b>410.289,01</b>	<b>283.524,18</b>
'39	<b>Materias plásticas y manufacturas de estas materias</b>	<b>210.691,84</b>	<b>225.875,96</b>	<b>239.943,06</b>
'99	Materias no a otra parte especificadas	326.926,11	194.961,32	166.360,79
'38	Miscelánea de productos químicos	120.840,83	133.145,68	146.576,7
'12	<b>Semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos..</b>	<b>100.339,09</b>	<b>120.309,99</b>	<b>141.583,25</b>
'28	Prod. químicos inorgánicos; compuestos inorgánicos/organ.de los metales	62.484,97	113.410,4	137.198,63
'21	<b>Preparaciones alimenticias diversas</b>	<b>61.466,06</b>	<b>64.500,09</b>	<b>99.652,1</b>
'08	<b>Frutos comestibles; cortezas de agrios o de melones</b>	<b>65.016,82</b>	<b>75.540,88</b>	<b>87.453,05</b>
'04	<b>Leche y productos lácteos; huevos de ave; miel natural;</b>	<b>69.646,73</b>	<b>90.048,7</b>	<b>86.031,68</b>
'29	Productos químicos orgánicos	88.663,4	99.359,92	85.184,93
'70	<b>Vidrio y manufacturas de vidrio</b>	<b>111.836,3</b>	<b>134.465,29</b>	<b>85.017,75</b>
'73	<b>Manufacturas de fundición, de hierro o de acero</b>	<b>51.832,71</b>	<b>54.394,09</b>	<b>81.833,67</b>
'27	<b>Combustibles minerales, aceites minerales y prod.de su destilación</b>	<b>141.018</b>	<b>163.198,77</b>	<b>70.678,88</b>

Fuente: Trademap, base de datos de comercio exterior de NNUU, 2012

<sup>1397</sup> SODHY, PAMELA, *Malaysia United States relations 2000-2011*, 1ª edición, Kuala Lumpur, Malasia, Institute of Strategic and International Studies (ISIS), 2012, 126 páginas, pp. 41-42, en (accedido el 10.03.2015) <URL: [http://www.isis.org.my/attachments/e-books/Pamela\\_Sodhy\\_Malaysia-US\\_Relations\\_Oct2012.pdf](http://www.isis.org.my/attachments/e-books/Pamela_Sodhy_Malaysia-US_Relations_Oct2012.pdf)>.

Tabla 26 (B)  
Exportaciones de EEUU a Malasia, en miles de Euros, 41 partidas más importantes

Código del producto	Descripción del producto	Estados Unidos de América exporta hacia Malasia		
		Valor en 2010	Valor en 2011	Valor en 2012
TOTAL	Todos los productos	10.529.189,33	10.207.487,17	9.992.647,37
'71	Perlas finas o cultivadas, piedras preciosas, semipreciosas y similares	38.809,02	64.778,66	67.855,58
'20	Prep.de legumbres, hortalizas, frutos o de otras partes de plantas	32.614,97	48.685,59	52.139,66
'23	Residuos, desperdicios de las industrias alimentarias; alim. para animales	51.602,27	48.904,56	49.726,13
'30	Productos farmacéuticos	34.978,12	45.340,61	48.737,08
'48	Papel, cartón; manufacturas de pasta de celulosa, de papel/de cartón	55.150,01	47.124,02	47.224,74
'93	Armas y municiones y sus partes y accesorios	9.023,36	5.248,29	42.982,41
'47	Pasta de madera o de otras materias fibrosas celulósicas; papel..	40.703	47.344,44	42.672,16
'40	Caucho y manufacturas de caucho	45.979,06	49.313,08	42.015,13
'76	Aluminio y manufacturas de aluminio	38.317,26	38.549,43	40.954,55
'32	Extractos curtientes/ tintóreos; taninos, sus derivados; pinturas	51.501,36	45.768,51	38.863,7
'89	Navegación marítima o fluvial	21.603,49	2.310,4	38.827,94
'33	Aceites esenciales y resinoides; prep.de perfumería, de tocador	36.468,46	29.186,51	38.756,4
'52	Algodón	17.632,52	49.430,11	32.008,01
'34	Jabones, agentes de superficie orgánicos, preparación para lavar, etc.	29.395,57	29.723,54	31.789,52
'74	Cobre y manufacturas de cobre	21.724,74	36.375,44	29.645,02
'10	Cereales	35.284,62	130.526,56	28.774,94
'87	Vehículos automóviles, tractores, ciclos, demás vehículos terrestres, sus partes	28.995,69	21.683,11	28.394,72
'44	Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera	20.067,22	18.312,29	26.144,48
'82	Herramientas, útiles, artículos de cuchillería, cubiertos de mesa, de met.com	14.099,09	12.756	19.611,47
'17	Azúcares y artículos de confitería	8.066,95	10.353,7	19.027,52
'68	Manufacturas de piedra, yeso, cemento, amianto, mica o materias análogas	17.550,44	21.888,45	18.509,67
'49	Productos editoriales, de la prensa/de otras industrias graficas	12.558,3	17.007,75	16.335,63
'35	Materias albuminoides; prod. a base de almidón o de fécula modificados	19.634,2	15.542,4	15.969,4

Fuente: Trademap, base de datos de comercio exterior de NNUU, 2015

## 1.6 Análisis de las relaciones económicas de la UE con Singapur

En Singapur operan 10000 empresas europeas: la importancia estratégica de este pequeño país es clave para los intereses de la Unión en Asia, más allá de ser la puerta del comercio europeo al Este de Asia (China; Japón, Corea)<sup>1398</sup>. Además, habría que tener en cuenta los ingentes volúmenes de inversión y comercio comunitarios; la condición de Singapur como centro de negocios, financiero y logístico a escala regional asiática y global, y la dependencia de la economía de la UE del comercio mundial: 32 millones de empleos en la UE y que la UE signifique el 15% del comercio mundial. Por tanto la interrupción del comercio de la Unión que pasa por los Estrechos, tendría efectos muy negativos en la economía comunitaria.

Tabla 27  
Stock de IDE en el mundo por países en 2013, en miles de millones de Euros

	Interior	Porcentaje	Exterior	Porcentaje
<b>Unión Europea</b>	<b>3,778.00</b>	<b>20.6</b>	<b>4,900.00</b>	<b>25.4</b>
<b>US</b>	<b>3,716.00</b>	<b>20.2</b>	<b>4,780.00</b>	<b>24.8</b>
<b>China</b>	<b>720.4</b>	<b>3.9</b>	<b>462</b>	<b>2.4</b>
<b>Brazil</b>	<b>545.6</b>	<b>3</b>	<b>220.8</b>	<b>1.1</b>
<b>Canada</b>	<b>485.6</b>	<b>2.6</b>	<b>551.5</b>	<b>2.9</b>
<b>Japan</b>	<b>128.7</b>	<b>0.7</b>	<b>747.6</b>	<b>3.9</b>
TOTAL MUNDIAL	18,376.50	100	19,264.70	100
Fuente: Delegación de la UE en Singapur, 2015				

La UE es el primer inversor a escala global en 2013 con stocks en el exterior de 4900 miles de millones, el 25% de la Inversión Directa Extranjera global, un nivel algo mayor que el norteamericano, pero bastante mayor que las de China, que sólo alcanza los 720 mil millones (Tabla 27). La posición neta de la IDE para la UE es positiva, significando con una posición neta positiva de 1122 millones en el mundo, y la mayor parte de esa inversión iría a EEUU (39%), los países europeos fuera de la UE (23%). Le seguirían Asia (14%), la América Central (9%) y América del Sur (8%) (en la Tabla 28).

<sup>1398</sup> Fuente: "EU-Singapore, Trade and Investment, 2015 Edition", Bruselas, Comisión Europea, 2015, 35 páginas, e Informe anual de las relaciones entre la UE y Singapur, 2015, 31 páginas, pp. 1-19.

Tabla 28  
Porcentajes de IDE exterior e interior de la UE en 2013, por orígenes y destinos

Stock de IDE de la UE en el mundo		Stock de IDE del mundo en la UE	
<b>América del Norte</b>	39%	<b>América del Norte</b>	47%
<b>Europa (fuera de la UE)</b>	23%	<b>Europa (fuera de la UE)</b>	20%
Asia	14%	Asia	12%
<b>América Central</b>	9%	<b>América Central</b>	17%
<b>América del Sur</b>	8%	<b>América del Sur</b>	2%
<b>África</b>	4%	<b>África</b>	1%
<b>Oceanía</b>	3%	<b>Oceanía</b>	1%
	100%		100%

Fuente: Delegación de la UE en Singapur, 2015

En este contexto Singapur sin duda es un gigante económico de tamaño poblacional y espacial minúsculo en el espacio asiático, que "golpea muy por encima de su peso" económico, político y demográfico, dentro de Asia y en la UE. Y la UE es, sin duda, una fuerza que combinada con la de los EEUU es uno de los principales *stakeholders* en la política económica de Singapur: la UE es el primer inversor en Singapur con el 22% de los flujos de Inversión Directa Extranjera (IDE), seguida por Japón con el 18.7% en 2013<sup>1399</sup>. En términos de stock de inversión la UE poseería el 25% del stock total de IDE en Singapur. Además, las inversiones de la UE en Singapur significan el 60% del stock de la IDE de la UE en todo el Sudeste Asiático (ASEAN), a quién seguirían Indonesia (15%) y Malasia (11%) en orden de importancia. A su vez, Singapur acapara más del 70% de las inversiones de los países ASEAN en la UE (Tabla 29).

Tabla 29  
Flujos de IDE y stocks entre la UE y la ASEAN por países en millones de Euros, 2013

País	Stocks		Flujos	
	<i>De la UE en país ASEAN</i>	<i>Del país Asean en la UE</i>	<i>De la UE a país ASEAN</i>	<i>Del país Asean a la UE</i>
<b>Singapur</b>	93163	43652	10975	6917
<b>Indonesia</b>	22838	- 1336	1323	-139
<b>Malasia</b>	17438	14010	1941	618
<b>Tailandia</b>	10378	720	-2973	305
<b>Filipinas</b>	6233	573	283	204
<b>Vietnam</b>	3914	14	2212	-55
<b>Camboya</b>	1574	24	9	25
<b>Brunei</b>	376	58	97	7
<b>Myanmar</b>	263	0	61	0
<b>Laos</b>	252	-37	23	-1
<b>TOTAL</b>	156428	57678	14131	7781

Fuente: Delegación de la Unión Europea en Singapur, 2015

<sup>1399</sup> Fuente: "EU-Singapore, Trade and Investment, 2015 Edition", Bruselas, Comisión Europea, 2015, 35 páginas: Informe anual de las relaciones entre la UE y Singapur, 31 páginas, pp. 1-19.

**Tabla 30**  
**Principales países inversores en la UE y principales países destino de inversión de la UE,**  
**en términos de IDE, en miles de millones de dólares, 2013**

Stocks de IDE de la UE en el extranjero				Stocks del resto del mundo en la UE			
Ranking		%		Ranking		%	
1	Estados Unidos	1,686.50	34.4	1	Estados Unidos	1,651.60	43.7
2	Suiza	667.1	13.6	2	Suiza	430.8	11.4
3	Brasil	272.2	5.6	3	Japón	160.5	4.2
4	Canadá	225.2	4.6	4	Canadá	117	3.1
5	China	216.2	4.4	5	China	71.7	1.9
6	Rusia	154.8	3.2	6	Noruega	68.7	1.8
7	Australia	122.1	2.5	7	Brasil	58.2	1.5
8	México	102.3	2.1	8	<b><u>Singapur</u></b>	<b><u>43.7</u></b>	<b><u>1.2</u></b>
9	<b><u>Singapur</u></b>	<b><u>93.2</u></b>	<b><u>1.9</u></b>	9	Rusia	36.2	1
10	Japón	78.9	1.6	10	Israel	30.7	0.8
Total 1-10		3,618.50	73.9	Total 1-10		2,669.10	70.60
Total IDE		4900	100	Total IDE		3778	100

Fuente: Delegación de la Unión Europea en Singapur, 2015

Finalmente, el stock de inversiones de la UE en Singapur, por encima de los 93 mil millones de Euros (el 2% del stock de IDE de la Unión a escala global), es bastante más alto que el stock de inversiones de Singapur en la UE (Tabla 28), lo que es una cifra fenomenal para este minúsculo país, lo que debe asignarle una dimensión estratégica para los intereses españoles: como 9º destino de inversiones (IDE) de la UE, y siendo Singapur el 8ª inversor en la Unión Europea (Tabla 30).

La primera partida de exportación de la UE a Singapur en 2014 sería la maquinaria con un 21% del total (partida 84); las máquinas y aparatos y material eléctrico sería el segundo (partida 85, con un alto componente de productos de electrónica y electricidad de consumo, 15.85%); seguidos por los combustibles (partida 27, con el 8,33%); instrumentos y aparatos de óptica, fotografía, medida y control (partida 90, el 5.71%); le siguen los vehículos y medios de transporte (4.97% del total de exportación, en la partida 87), las bebidas alcohólicas (4.87%) y los aviones, helicópteros y otros medios de transporte aéreo (3.76%). Las 7 primeras partidas de exportación de la UE, suponen el 65% del total exportado y predominan las tecnologías medias altas y altas. En la exportación de aviones y de cosméticos, juega un papel fundamental el comercio francés (Tabla 28). La ASEAN ya es el tercer socio extracomunitario de la Unión en términos comerciales: el comercio con la zona ha crecido en torno al 4.7% anual de 2004 a 2014, y ya supone el 5% del comercio de la UE con el mundo. Mientras las tasas de crecimiento de las exportaciones comunitarias a la ASEAN (6.2%) casi han doblado al crecimiento de las exportaciones de la ASEAN a Europa (3.7%), se exportaron a la ASEAN más de 78.000 millones, aunque existe un déficit comercial estructural de la UE con la ASEAN en torno a 21.000 millones de Euros en 2013. Sin embargo, la balanza comercial bilateral entre Singapur y la Unión Europea ha mejorado espectacularmente de 2006 a 2014 a favor de la Unión, pasando de 290 millones de Euros de superávit comercial a 11.635 millones en 2014. La UE sería el tercer socio comercial de Singapur, después de China y



Malasia, y el comercio entre la Unión y la Isla Estado habrían crecido en torno al 3.1% anual: las exportaciones a Singapur superaron los 22000 millones y las importaciones los 16000 millones. Singapur ya significa el 25% del comercio de la Unión Europea en la ASEAN.

**Tabla 31**  
**Principales exportaciones de la UE a Singapur en millones de Euros.**  
*(en gris tecnologías medias-bajas y bajas, en morado suntuarios, en amarillo agroalimentarios)*

Cod.	Descripción del producto	Singapur importa desde Unión Europea (UE 15)					% Tot
		2010	2011	2012	2013	2014	
<b>TOT.</b>	<b>Todos los productos</b>	<b>35903543</b>	<b>42780179</b>	<b>45405880</b>	<b>43795541</b>	<b>41307053</b>	
'84	Maquinas, reactores nucleares, calderas, aparatos y artefactos mecánicos.	7861493	8525451	9107707	9747263	8672906	21.00
'85	Maquinas, aparatos y material eléctrico, sus partes; aparatos de grabación	5692292	6132112	6245606	6160219	6548139	15.85
'27	<b>Combustibles minerales, aceites minerales y prod.de su destilación</b>	<b>3678925</b>	<b>6659200</b>	<b>6768826</b>	<b>4555203</b>	<b>3441654</b>	<b>8.33</b>
'90	Instrumentos, aparatos de óptica, fotografía, cinematografía, medida, contr	1752584	1831769	2070514	2417446	2357745	5.71
'87	Vehículos automóviles, tractores, ciclos, demás vehíc. terrestres, sus part	1745549	2186016	2108564	2193127	2051437	4.97
'22	<b>Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre</b>	<b>1347866</b>	<b>1795485</b>	<b>1917847</b>	<b>2158348</b>	<b>2012999</b>	<b>4.87</b>
'88	Navegación aérea o espacial	2276714	2381139	1366842	1739437	1555203	3.76
'33	<b>Aceites esenciales y resinoides; prep.de perfumería, de tocador</b>	<b>988678</b>	<b>1229864</b>	<b>1218703</b>	<b>1437398</b>	<b>1463928</b>	<b>3.54</b>
'30	Productos farmacéuticos	1196742	1498234	1320123	1274311	1234413	2.99
'99	<b>Materias no a otra parte especificadas</b>	<b>1301052</b>	<b>1194942</b>	<b>3246222</b>	<b>1761566</b>	<b>1229463</b>	<b>2.98</b>
'71	<b>Perlas finas o cultivadas, piedras preciosas, semipreciosas y similares</b>	<b>397395</b>	<b>475717</b>	<b>554131</b>	<b>816312</b>	<b>1030449</b>	<b>2.49</b>
'29	Productos químicos orgánicos	1034813	927654	1056874	991105	1024891	2.48
'39	<b>Materias plásticas y manufacturas de estas materias</b>	<b>738659</b>	<b>752384</b>	<b>755097</b>	<b>924545</b>	<b>937347</b>	<b>2.27</b>
'42	<b>Manuf.de cuero; artículos de guarnicionería, talabartería, viaje...</b>	<b>388582</b>	<b>555540</b>	<b>553322</b>	<b>687035</b>	<b>814362</b>	<b>1.97</b>
'38	Miscelánea de productos químicos	630266	655434	638503	722123	805733	1.95
'73	<b>Manufacturas de fundición, de hierro o de acero</b>	<b>483623</b>	<b>729237</b>	<b>860993</b>	<b>816449</b>	<b>798024</b>	<b>1.93</b>
'82	<b>Herramientas, útiles, articul.de cuchillería, cubiertos de mesa, de met.com</b>	<b>482276</b>	<b>547517</b>	<b>553469</b>	<b>470422</b>	<b>434615</b>	<b>1.05</b>
'72	<b>Fundición, hierro y acero</b>	<b>244476</b>	<b>387797</b>	<b>417376</b>	<b>375148</b>	<b>298225</b>	<b>0.72</b>
'04	<b>Leche y productos lácteos; huevos de ave; miel natural;</b>	<b>162502</b>	<b>219404</b>	<b>201160</b>	<b>242340</b>	<b>278834</b>	<b>0.68</b>
'94	<b>Muebles; mobiliario médico quirúrgico; artículos de cama y similares</b>	<b>226904</b>	<b>247672</b>	<b>264312</b>	<b>306388</b>	<b>254608</b>	<b>0.62</b>
'62	<b>Prendas y complementos de vestir, excepto los de punto</b>	<b>130668</b>	<b>184320</b>	<b>225100</b>	<b>251154</b>	<b>243546</b>	<b>0.59</b>
Fuente: Trademap, base de datos de comercio exterior de las NNUU, 2015							

Se espera una mejora en la protección de inversiones europeas (las expropiaciones de terrenos y edificios son frecuentes en un país donde el mínimo espacio es un bien preciadísimo), y reducciones de aranceles, contingentes y barreras de acceso a los mercados, con el Acuerdo de Libre Comercio entre Singapur y la Unión Europea (EUSFTA) <sup>1400</sup>, negociado en 2014, cuyas implicaciones se supone tendrán consecuencias positivas para el comercio europeo. Se supone que el EUSFTA sustituirá todos los acuerdos bilaterales firmados entre Singapur y los estados de la UE. Estos acuerdos, pendientes de ratificación a la hora de escribir estas líneas, así como aquellos negociados al mismo tiempo con Malasia y otros países de la ASEAN, puedan tener un impacto en las industrias de la electrónica y la electricidad españolas (agrupadas en torno a las asociaciones sectoriales AMETIC y AFME, respectivamente): En el caso español, siendo los volúmenes de comercio cruzado relativamente pequeños, en principio parece ser que el impacto no sería muy grande (aunque podría haber deslocalizaciones productivas fuera de España) (en sectores de las partidas 84 y 85 en la tablas de los epígrafes III.1.2 y III.2.1). En una mirada al TARIC de la Unión Europea, los aranceles de entrada desde Singapur no son muy altos, y las actividades de las empresas de maquinas de electrónica y electricidad están generalmente insertadas en las cadenas de valor de las empresas multinacionales, y una gran parte de sus unidades de producción en España ya fueron des localizadas a países asiáticos <sup>1401</sup>.

#### 1.4 Las relaciones económicas de la UE con Malasia

En Septiembre de 2010<sup>1402</sup> se abrieron conversaciones para el *Acuerdo de Libre Comercio (ALC) entre la UE y Malasia* (7 rondas de negociaciones hasta 2012 y, según la Delegación de la Unión <sup>1403</sup>, para 2015 el acuerdo todavía no estaba cerrado), en paralelo a las negociaciones americanas del *TTP* con Malasia y Singapur, y aquellas entre Malasia, Singapur y la UE. Según la Oficina Comercial de España, paralelamente se están celebrando rondas de conversaciones para un *Acuerdo de Asociación y Cooperación (PCA)*, entre la UE y Malasia, sobre temas fiscales y políticos (armas de destrucción masiva, migraciones y Corte Penal Internacional), una negociación que estaría avanzando lentamente, entendemos que por temas de Derechos Humanos en Malasia. Las negociaciones del ALC giran en torno a las barreras arancelarias y no arancelarias, y de acceso a los mercados.

Según la Delegación de la Unión Europea, en 2010 Malasia<sup>1404</sup> es el segundo cliente de la Unión después de Singapur en el Sudeste Asiático (ASEAN), y la UE es el cuarto país cliente para Malasia, como consecuencia de su posición geográfica estratégica, alto crecimiento económico y de su demanda nacional. En

---

<sup>1400</sup> Fuente: "EU-Singapore, Trade and Investment, 2015 Edition", Bruselas, Comisión Europea, 2015, 35 páginas. Informe anual de las relaciones entre la UE y Singapur, 31 páginas, pp. 20-32

<sup>1401</sup> Fuente: Consulta de TARIC, la base de datos de aduanas de la Unión Europea (23.08.2015), en < URL: [http://ec.europa.eu/taxation\\_customs/dds2/taric/taric\\_consultation.jsp?Lang=en](http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/taric_consultation.jsp?Lang=en) >, se han visto las partidas 85, 84 y 87 (las barreras arancelarias son sólo una parte de las barreras al comercio).

<sup>1402</sup> Fuente: "Malasia, Informe Económico y Comercial, 2014", Kuala Lumpur, Oficina Comercial de España en Malasia, 20 páginas, pp. 35-37.

<sup>1403</sup> Fuente: "EU-Malaysia, Trade and Investment, 2015", Kuala Lumpur, Delegación de la Unión Europea en Malasia, 2015, 25 páginas, pp. 2-3 y 6.

<sup>1404</sup> Fuente: "EU-Malaysia, Trade and Investment, 2013", Kuala Lumpur, Unión Europea, 14 páginas, p. 7.

2014 la UE pasaría a ser el tercer cliente<sup>1405</sup> para las exportaciones Malasias (9.9%), detrás de China (14.3%) y Singapur (13.4%). Si bien en 2010, los países de la UE, conjuntamente, fueron la principal fuente de Inversión Directa Extranjera (IDE) en Malasia, en 2013 se habría pasado a la segunda posición. La IDE entre la UE en Malasia estaría bastante diversificada: La UE invertiría en Malasia fundamentalmente en nuevas plantas manufactureras, pero con una importancia creciente de la inversión en servicios. La inversión de Malasia en la EU también estaría creciendo, a través de adquisiciones en el sector de la minería y prospecciones petrolíferas-gasistas, así como en los servicios financieros.

Alemania sería el principal proveedor de Malasia en la Unión Europea, y los Países Bajos, el primer cliente. Estos dos países, junto con el Reino Unido y Francia tienen unos niveles de intercambios con Malasia claramente superiores a los de otros países. Alemania mantiene un superávit comercial con Malasia de más de 2000 millones de dólares americanos, y utiliza los puertos holandeses para una parte sustancial de su comercio: el primer cliente del puerto holandés de *Rotterdam*<sup>1406</sup>, el más grande de Europa. El mayor déficit comercial lo tendría Holanda, centro de distribución de productos primarios y materias primas en Europa para empresas malasias, quienes utilizan los servicios de las grandes empresas de trading holandesas que operan en todo el Sudeste Asiático. Holanda<sup>1407</sup>, es el primer destino de exportaciones a la Unión Europea de Malasia, el segundo inversor extranjero en Malasia entre los países de la UE (y el noveno a nivel mundial). Los Países Bajos son el segundo destino de exportaciones más importante para Malasia en la UE y el 13º país cliente a nivel mundial en 2011. De Malasia, los Países Bajos importan, sobre todo: máquinas (incluyendo ordenadores, equipos de telecomunicaciones y semiconductores de la partida 85 del código HS); y grasas vegetales y animales (casi el 90% de las partidas 1511 y 1513, aceite de palma y coco, luego vegetales, un sexto de las importaciones, ingredientes alimentarios utilizados por las multinacionales). Dentro de la partida 85, que significa la mitad de las importaciones holandesas, un tercio de la importación serían teléfonos móviles inteligentes, de la partida 8517<sup>1408</sup>. Como el aceite de palma esto sólo es una actividad de trading: intermediar, comprar, vender y distribuir en Europa productos que, en el largo plazo, se convertirán en una mercancía más. Esto en pos del interés español, suscita la posibilidad de realizar estudios sobre el comercio holandés en el Sudeste Asiático, para desintermediar una parte del comercio de trading holandés e importar directamente de los países del Sudeste Asiático a España. P. ej., en la misma partida 8517 (cod. HS) de teléfonos móviles: Holanda importaría de Malasia casi tantos teléfonos móviles como exportaría a España: las exportaciones de Malasia a Holanda de la partida 8517 en 2014 serían 1.929 millones de dólares, y las importaciones a España de la partida 8517 con origen en Holanda de origen Holanda a España serían 1.931 millones (de un total de 28146 millones de importaciones totales que Holanda suministra a España). Este es un fenómeno parecido a las exportaciones de caucho y sus manufacturas de la partida 40). Lógicamente, la capacidad que tienen las empresas industriales y de trading holandesas por razones financieras, logísticas y organizativas de obtener, entre otras, economías de escala de compras (precios mucho menores por enormes cantidades importadas), así como las relaciones comerciales a largo plazo, son sus activos principales. Sin embargo, en tanto en cuanto sube el volumen de la reexportación, se pueden estudiar alternativas de importación directa.

---

<sup>1405</sup> Fuente: "EU-Malaysia, Trade and Investment, 2015", Kuala Lumpur, Unión Europea, 2015, 25 páginas., pp. 7-8.

<sup>1406</sup> ANÓNIMO, "Germany, Trading Partner Number One", página Web de la Ciudad de Rotterdam, Países Bajos (sin fecha), en < [http://www.rotterdam.nl/tekst:germany\\_trading\\_partner\\_number\\_1](http://www.rotterdam.nl/tekst:germany_trading_partner_number_1)>, (accedidos el 30.08.2015).

<sup>1407</sup> Fuente: Estadísticas de inversión y comercio exterior con Malasia, Embajada de los Países Bajos en Malasia, 2012.

<sup>1408</sup> Fuente: *Trademap*, base de datos de comercio exterior de NNUU, 2015.

Holanda también establecería conversaciones periódicas con Malasia sobre producción sostenibles de maderas tropicales y aceite de palma, como *stakeholder* de primer nivel (multinacionales enormes, como la anglo holandesa *Unilever*, establecida en Malasia). Hay un número considerable de multinacionales holandesas operando en Malasia desde empresas de alta tecnología (p.ej., *Philips*), a financieras; compañías petrolíferas (la anglo-holandesa *Shell*), y del sector de bienes de consumo. P. ej., la empresa Philips lleva implantada en Malasia desde los años 30, en la línea de la cooperación entre británicos; franceses y holandeses en el Sudeste Asiático colonial: Philips tiene una planta de 1800 trabajadores en Malasia, para producir leds lumínicos, ofrece equipamiento hospitalario intensivo en tecnología y electrónica a los hospitales malasio singapurenses, y participa en una variedad de proyectos de iluminación y domótica de grandes edificios malasios (sectores que puedan ofrecer nichos productivos y de inversión bastante rentables para el sector español de baja y media tensión). Además Philips es uno de los líderes regionales con fuerte implantación en Malasia y Singapur, en la comercialización de sus propios productos de consumo electrónicos y electrodomésticos<sup>1409</sup>.

Tabla 32  
Exportaciones de la Unión Europea (EU15) a Malasia por países, millones de dólares

Proveedores	2010	2011	2012	2013	Var. % 2012-2013
1. Alemania	6.651	7.178	7.515	7.271	-3,2
2. Francia	1.956	3.475	4.218	4.273	1,3
3. Reino Unido	1.814	2.007	2.211	2.322	5
4. Italia	1.418	1.649	7.71	1.864	9
5. Países Bajos	1.059	1.181	1.622	1.716	5,8
6. Bélgica	625	697	861	996	15,6
7. Suecia	636	645	648	616	-5
8. España	<u>323</u>	<u>396</u>	<u>417</u>	<u>591</u>	<u>41,7</u>
9. Austria	459	670	481	493	2,5
10. Finlandia	223	307	267	437	63,4
10. Irlanda	1.095	552	315	288	-8,3
12. Dinamarca	164	201	209	248	18,8
13. Portugal	15	19	88	138	56,9
14. Luxemburgo	13	27	33	94	186,6
15. Grecia	17	14	32	40	29,9
Exportaciones EU15	16.466	19.019	20.626	21.387	3,7
Total importado por Malasia	164.181	187.46	196.399	206.026	4,8

Fuente: "Malasia, Informe Económico y Comercial", Oficina Comercial de España en Kuala Lumpur, Malasia, septiembre de 2014. 42 páginas, p. 38

<sup>1409</sup> Fuente: Página corporativa de la empresa Philips de Malasia, en <URL: <http://www.philips.com.my/about/company/local/ourhistoryinmalaysia/index.page>>.

Según la Delegación de la Unión Europea, el comercio con Malasia ha crecido enormemente de 2009 a 2013, un 37%, a pesar de la crisis económica de 2008. Las exportaciones a Malasia de la UE habrían crecido un 48%, y las importaciones de Malasia un 29%. Sin embargo, el superávit que registra Malasia con la Unión se habría reducido en ese periodo de 4200 millones de Euros en 2009, a 3000 millones en 2013. El 87% del comercio lo sería de bienes, el resto serían servicios. Todo esto sugiere múltiples oportunidades para la oferta española de exportación a Malasia, que habría crecido más del 115% de 2010 a 2014, tasa record a más del doble del ritmo de las exportaciones comunitarias al país (véanse los epígrafes III.1.1 y III.2.1). En términos del comercio de bienes (excluidos los servicios), en 2014 la UE es el cuarto destino más importante para las exportaciones malasias, y Malasia es el suministrador 18º de la Unión en valor, ocupando la posición 27ª en términos de importancia de mercados de exportación para productos de la Unión.

**Tabla 33**

Principales exportaciones de la UE a Malasia por categorías de productos, en miles de dólares americanos

Cód.	Descripción del producto	Malasia importa desde Unión Europea (UE 15)					% Tot
		2010	2011	2012	2013	2014	
<b>TOT</b>	<b>Todos los productos</b>	<b>16456815</b>	<b>19015814</b>	<b>20599176</b>	<b>21321984</b>	<b>20932475</b>	
'85	Maquinas, aparatos y material eléctrico, sus partes; aparatos de grabación	5665693	5320009	4622338	4579041	4233374	20.22
'84	Maquinas, reactores nucleares, calderas, aparatos y artefactos mecánicos.	2801040	3131907	3541478	3423567	3532289	16.87
'88	Navegación aérea o espacial	855922	2008904	2903246	2928019	2651674	12.67
'87	Vehículos automóviles, tractores, ciclos, demás vehíc. terrestres, sus part.	870578	1207092	1311594	1474646	1336749	6.39
'27	<b>Combustibles minerales, aceites minerales y prod.de su destilación</b>	<b>74074</b>	<b>72449</b>	<b>446330</b>	<b>451430</b>	<b>966821</b>	<b>4.62</b>
'90	Instrumentos, aparatos de óptica, fotografía, cinematografía, medida, control	715417	748875	879859	856767	919392	4.39
'30	Productos farmacéuticos	452262	589800	637299	689718	721505	3.45
'39	<b>Materias plásticas y manufacturas de estas materias</b>	<b>387953</b>	<b>460792</b>	<b>495015</b>	<b>499544</b>	<b>561455</b>	<b>2.68</b>
'75	<b>Níquel y manufacturas de níquel</b>	<b>18641</b>	<b>14422</b>	<b>11234</b>	<b>80493</b>	<b>417180</b>	<b>1.99</b>
'73	<b>Manufacturas de fundición, de hierro o de acero</b>	<b>283622</b>	<b>322468</b>	<b>542195</b>	<b>670482</b>	<b>384290</b>	<b>1.84</b>
'22	<b>Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre</b>	<b>212689</b>	<b>328811</b>	<b>387819</b>	<b>435407</b>	<b>358775</b>	<b>1.71</b>
'72	<b>Fundición, hierro y acero</b>	<b>386696</b>	<b>496011</b>	<b>419431</b>	<b>300702</b>	<b>354996</b>	<b>1.70</b>
'38	<b>Miscelánea de productos químicos</b>	<b>296818</b>	<b>339779</b>	<b>329781</b>	<b>335816</b>	<b>354986</b>	<b>1.70</b>
'29	Productos químicos orgánicos	289183	288135	274970	327548	308408	1.47
'48	<b>Papel, cartón; manufact. de pasta de celulosa, de papel/de cartón</b>	<b>342095</b>	<b>336885</b>	<b>337187</b>	<b>329034</b>	<b>306566</b>	<b>1.46</b>
'28	Prod. químicos inorgánicos ; compuestos inorgán./orgán. de los metales	136446	193732	170777	197643	198830	0.95
'04	<b>Leche y productos lácteos; huevos de ave; miel natural</b>	<b>89323</b>	<b>118917</b>	<b>132025</b>	<b>164414</b>	<b>198655</b>	<b>0.95</b>
'21	<b>Preparaciones alimenticias diversas</b>	<b>129951</b>	<b>119636</b>	<b>159828</b>	<b>172754</b>	<b>180491</b>	<b>0.86</b>
'33	<b>Aceites esenciales y resinoideas; prep.de perfumería, de tocador</b>	<b>179148</b>	<b>181787</b>	<b>178955</b>	<b>169149</b>	<b>178291</b>	<b>0.85</b>

Fuente: Trademap, base de datos de comercio exterior de NNUU, 2015

Según la Oficina Comercial de España en Kuala Lumpur, en 2013, las principales rúbricas de exportación de Malasia a la UE son productos electrónicos y eléctricos<sup>1410</sup>; semiconductores; equipos de proceso de datos y telecomunicaciones (replicando la pauta del comercio ya vista con los EEUU), así como aceite de palma. La UE en 2014 concentraría sus exportaciones a Malasia en los semiconductores (dentro de la partida 85 en código HS de dos dígitos, la primera partida de exportación con el 20.22% de las exportaciones), maquinaria y bienes de equipo (dentro de la segunda partida de exportación, la 87, con el 16.87% de las exportaciones); navegación aérea y espacial (partida 87, la tercera, con el 12.67%); vehículos y material de transporte (partida 87, la cuarta, con el 6.7%); combustibles (la quinta partida, la 27, con el 4.62%), e instrumentos de óptica, fotografía y medida (la sexta, la 90, con el 4.39%), y productos farmacéuticos (partida 30, con el 3.45%). Estas 7 primeras partidas suponen más del 65% de la exportación de la UE (véase la Tabla 33).

## 1.8 El comercio de servicios

Singapur es, sin duda el primer cliente y suministrador de servicios tanto de EEUU como de la Unión Europea en el Sudeste Asiático (ASEAN), octavo cliente de la Unión Europea, con grandes superávits a favor de la misma (véase la Tabla 34). Las importaciones de la UE de Singapur significaron 13.115 millones de euros, y las exportaciones de la UE a Singapur fueron 16.491 millones, con un superávit de 3376 millones en a favor de la UE. El comercio (exportaciones más importaciones) de servicios de la UE con Singapur es más del 55% del comercio total de la ASEAN con la UE. Las partidas más importantes de la exportación de la UE a la ASEAN, en orden de importancia son: cargos por uso de la propiedad intelectual; servicios de transporte, de telecomunicaciones; a los negocios, y royalties por el uso de Propiedad Intelectual. La exportación de la UE a Singapur en orden de importancia: servicios de transporte (aéreo, sobre todo, para la condición geográfica y logística de Singapur); otros servicios a los negocios; royalties por el uso de la propiedad intelectual (el mejor país de la región, prueba de la dependencia de la tecnología occidental y el rol de difusión de la tecnología a escala ASEAN de Singapur); de telecomunicaciones, ordenadores y servicios de información, y financieros<sup>1411</sup>. La UE sería el principal socio suministrador de servicios a Singapur, con un 18% del total (15.6% con origen EEUU y 10% de la ASEAN): Singapur significa tecnología, una oportunidad para la empresa española.

Según *Clara Portela y María García*<sup>1412</sup> en su reciente artículo para el Real Instituto Elcano, la reciente negociación del Acuerdo de Libre Comercio entre la UE y Singapur (2014)<sup>1413</sup>, pueda en un futuro mejorar las posibilidades para el sector español de infraestructuras en Singapur (véase el epígrafe III.3.2), pues se incorporan la liberalización de los sectores de servicios incluido el financiero; la apertura de los mercados de

---

<sup>1410</sup> "Malasia, Informe Económico y Comercial", Oficina Comercial de España en Kuala Lumpur, Malasia, septiembre de 2014, 42 páginas, pp. 35-37.

<sup>1411</sup> Fuente: "EU-Singapore, Trade and Investment, 2015 Edition", Bruselas, Comisión Europea, Unión Europea, 2015, 35 páginas. Informe anual de las relaciones entre la UE y Singapur, 31 páginas, p. 18 y pp. 24-25.

<sup>1412</sup> PORTELA, CLARA, y GARCÍA, MARÍA, "Cómo incrementar la presencia empresarial española en Singapur: oportunidades tras la firma del Acuerdo de Libre Comercio con la UE", Madrid, Real Instituto Elcano, documento de trabajo, ARI 35/2014, 14 de julio de 2014, 12 páginas.

<sup>1413</sup> Fuente: Página de Singapur, en la sección de Política Comercial de la página de la Unión Europea, < en URL: <http://ec.europa.eu/trade/policy/countries-and-regions/countries/singapore/>>, (accedida el 14.08.2015).

licitaciones públicas<sup>1414</sup> a empresas extranjeras; política de competencia, y la mejora de las leyes vigentes de Propiedad Intelectual e Industrial de Singapur, las mejores del entorno. Aunque en teoría abra oportunidades para la oferta exportadora española de servicios, no estamos seguros del impacto de este acuerdo en Singapur. Esto es así por la cultura de la autocensura; la intervención del Estado en la economía; el filtrado de información y falta de transparencia sobre actividades del Sector Público en Singapur (véase el epígrafe I.3.3); la distancia cultural entre los negocios chinos y españoles; la ausencia de una red extensa de relaciones de las grandes empresas españolas con las chinas y el Estado a alto nivel (*guanxi*); la falta de presencia, experiencia y tradición (epígrafe III.3.1), entre otras razones. Todos estos son factores que, aunque Singapur sea considerado uno de los países menos corruptos de Asia, y las condiciones objetivas sean excelentes para la implantación, puedan afectar la transparencia, equidad o acceso en iguales condiciones las empresas locales o extranjeras, a las crecientes oportunidades al calor de los procesos de liberalización.

Tabla 34  
Comercio UE-Singapur de servicios, en millones de Euros

	Importaciones			Exportaciones			Saldo		
	2011	2012	2013	2011	2012	2013	2011	2012	2013
<b>SMSIFPT</b> <sup>1415</sup>	84	108	85	336	264	234	252	156	149
<b>S. Mantenimiento y reparación</b>	88	92	167	230	192	245	141	100	77
<b>S. transporte</b>	4,192	4,190	5,044	3,198	3,421	4,755	-994	-769	-289
<i>Tpte. aéreo</i>	2,749	2,591	3,241	2,462	2,615	3,911	-287	24	670
<i>Tpte. marítimo</i>	1,146	1,286	1,460	511	557	560	-636	-729	-899
<i>Tpte. , otros tipos</i>	287	300	335	200	191	224	-88	-109	-111
<b>Postales y courier</b>	8	10	10	25	56	60	17	46	51
<b>Viajes</b>	334	440	470	464	532	507	131	93	37
<b>Construcción</b>	133	199	182	83	167	147	-50	-32	-35
<b>Servicios de seguro y pensiones</b>	87	118	57	370	238	375	283	120	319
<b>Servicios financieros</b>	1,546	1,337	2,067	1,327	1,419	1,605	-219	81	-462
<b>Cargos uso prop intelectual</b>	1	76	460	3,375	1,849	2,472	3,374	1,773	2,012
<b>Telecomun, ordenadores y serv. de información</b>	542	622	741	1,535	2,021	1,943	993	1,399	1,202
<b>Otros servicios de negocios</b>	3,860	3,892	3,661	2,698	3,261	3,914	-1,162	-632	253
<b>Personales, culturales, recreativos</b>	48	54	44	76	149	129	29	95	85
<b>Bienes y servicios públicos</b>	73	150	125	33	28	36	-40	-122	-90
<b>Servicios no clasificados</b>	2	4	2	-	-146	128	-2	143	126
<b>Total</b>	10,998	11,292	13,115	13,750	13,743	16,550	2,753	2,450	3,435

Fuente: "EU-Singapore, Trade and Investment, 2015 Edition", Bruselas, Comisión Europea, Unión Europea, 2015, 35 páginas. Informe anual de las relaciones entre la UE y Singapur, 31 páginas, pp. 24-25.

<sup>1414</sup> Fuente: "Chapter 10, Government Procurement" en "EU-Singapore Free Trade Agreement. Authentic text as of May 2015", Singapur y Bruselas, 29 de junio de 2015, en la página Web de la Unión Europea, en: <URL: <http://trade.ec.europa.eu/doclib/press/index.cfm?id=961>>, (accedida el 19.08.2015). Texto del acuerdo de libre comercio entre la Unión Europea y Singapur a mayo de 2015, capítulo sobre contratos y licitaciones públicas.

<sup>1415</sup> Nota: SMSIFPT, significa "servicios manufactureros sobre inputs físicos propiedad de terceros".

Singapur tiene una importancia estratégica para redistribuir tanto servicios como mercancías al Este y Sudeste Asiático. En el ranking mundial de exportadores de servicios, España ocupa la posición número 7ª, con 144 mil millones de dólares, y Singapur la 12ª con 117 mil millones, y en el ranking de importadores de servicios, Singapur es el 9º importador mundial de servicios y Malasia ocuparía las posiciones 29ª, como exportador con 39 mil millones, y la posición 28ª como importador, con 44 mil millones<sup>1416</sup>. En la balanza bilateral de servicios de Singapur con España, se supone existe cierta actividad, sobre todo si se toma en cuenta el status de paraíso fiscal de la Isla Estado. Si nos ceñimos a la información ofrecida por la Oficina Comercial de España en Singapur, que dice carecer de estadísticas sobre el comercio exterior de servicios español con Singapur en 2013<sup>1417</sup>, suponemos que es bastante pequeño con relación a la Europa Occidental y EEUU

**Tabla 35**

Singapur, Importaciones de Servicios por tipos de servicio, en miles de dólares

Cod.	Descripción del servicio	2010	2011	2012	2013	2014
<b>S</b>	<b>Todos los servicios</b>	<b>101212000</b>	<b>117437000</b>	<b>129126000</b>	<b>141622000</b>	<b>141559008</b>
<b>SOX</b>	<b>Memo item: servicios comerciales</b>	<b>101020360</b>	<b>117229648</b>	<b>128920504</b>	<b>141392640</b>	<b>141322704</b>
'3	Transportes	29772500	33973600	<b>36484300</b>	37774600	39326600
'10	Otros servicios empresariales	24169200	27833300	<b>32708600</b>	40321700	37471300
'4	Viajes	18699800	21498300	<b>22956900</b>	24177800	23930800
'8	Cargos por el uso de la propiedad intelectual n.i.o.p.	16609800	19523000	21615800	21935000	22230200
'9	Servicios de telecomunicaciones, informática e información	3537640	4811030	5527190	6936550	7371450
'6	Servicios de seguros y pensiones	4041190	4537220	4484600	4614560	4765400
'7	Servicios financieros	2562360	3118760	3241160	3758330	4347180
'5	Construcción	514848	750531	755396	743866	756324
'2	Servicios de mantenimiento y reparación n.i.o.p.	641067	693526	669773	675378	663904
'11	Servicios personales, culturales y creativos	472018	490310	476283	454407	459650
'12	Bienes y servicios del gobierno n.i.o.p.	191638	207350	205493	229361	236297
Fuente: Trademap, base de datos de comercio exterior de NNUU, 2015, en base a estadísticas del Fondo Monetario Internacional.						

<sup>1416</sup> AAVV, "El comercio exterior español en 2013", Madrid, editado por la Secretaría General Técnica, Secretaría de Estado de Comercio de España, Boletín Económico de Información Comercial Española, nº 3053, julio de 2014, p. 58.

<sup>1416</sup> Fuente: Elaboración propia, en base a las tablas de comercio exterior de Trademap, la base datos de comercio exterior de NNUU, 2014.

<sup>1417</sup> Fuente: "Singapur, Informe Económico y Comercial", Oficina Comercial de España en Singapur, 2013, 60 página 44.



**Tabla 36**

Singapur, Importaciones de Servicios por países, en miles de dólares

Exportadores	2010	2011	2012	2013
Mundo	101020400	117229600	128920500	141392600
Unión Europea	16669990	19441640	20519890	25650120
ASEAN	5149210	5920988	6272086	7062815
EEUU	18136790	15867720	21730680	22027490
Holanda	4919436	5022500	6204868	7802126
Reino Unido	5608540	6512824	6092120	6587869
China	3922010	5189858	5684335	6421562
Japón	4195715	5547711	4989357	5061216
Suiza	1886235	2794288	4135539	4597539
Australia	2289312	3440665	3860828	4256933
Hong Kong, China	3158979	3181160	3394789	3876129
Francia	1603802	1907647	2300509	2708943
India	2132364	2356533	2373328	2575082
Alemania	1902516	2378158	2182719	2321106
Malasia	1563905	1832753	2030120	2140094
Taiwán	1701858	1760483	1818466	1991289
Corea	1369700	1678433	1869839	1881403
Indonesia	1339191	1436499	1508146	1573563
UAE	812242	1036350	1155576	1496524
Tailandia	1008867	1145351	1110924	1269400
Dinamarca	563472	767543	883986	1030129
Canadá	436154	564248	579748	922720
Filipinas	550638	662994	665370	903540
Noruega	748436	836235	755793	878926
Vietnam	493506	591598	698499	733397
Panamá	349686	363418	417227	727404
Nueva Zelanda	246056	446501	604715	608487
Bélgica	177630	303233	320642	491968
Italia	269525	404522	357932	314233
Sudafrica	108470	129434	184447	223368
Myanmar	55225	61298	65937	139295
Arabia Saudí	107443	168392	130033	131144
Camboya	81774	106457	106267	100216
Brunei	28529	34744	52333	47870

Fuente: Trademap, base de datos de comercio exterior de NNUU, 2015

En el ranking de importaciones de servicios a Singapur, España ni siquiera aparece entre los primeros 30 suministradores en las Estadísticas de NNUU (Tabla 36). Sin embargo, tras realizar entrevistas con más de 30 empresas en la zona (algunas financieras como *BBVA*, *Sabadell* o *Santander*), creemos que existen grandes posibilidades para el comercio de servicios español: financieros (véase el epígrafe II.2.1); servicios a empresas (consultorías de ramos técnicos; finanzas; RRHH); de transporte; telecomunicaciones; propiedad intelectual (contenidos: películas, música, sobre todo software); informáticos, software y turísticos (viajes), entre otros. Para comprender la importancia futura que pueda tener el turismo tanto malasio como singapurense para España, baste observar las importaciones de servicios de transporte, en su categoría "viajes", que importa casi 23.000 millones en Singapur y más de 11000 millones en Malasia (Tabla 35 y Tabla 37, el cod. 4). Existe un volumen muy respetable de turistas malasios y singapurenses que visitan destinos europeos, aunque sin estadísticas fiables en la mano, intuimos que pocos visitan España.

En Malasia<sup>1418</sup> se alcanzó un déficit en la balanza de servicios de 2800 millones de dólares (el año anterior habría sido superavitaria), desde entonces la tendencia al aumento del déficit es palpable, con 5400 millones en 2015 casi se ha doblado, aparejado con fuertes crecimientos del sector en el PIB (en 2012 crecieron el 6.4%, en 2013 el 5.9%): existen pues indicios de amplias oportunidades para la empresa española. En 2010 se habrían moderaron los ingresos por el saldo negativo de la balanza de transporte y construcción, y cayeron los altísimos ingresos por turismo, problema que entendemos relacionado con el proceso de islamización de la mayoría malaya (musulmana) y la inseguridad en las playas de la Malasia insular o la frontera con Singapur (véase el epígrafe I.2.4). En 2012, habría aumentado el déficit de la balanza de servicios hasta 4400 millones, por las mismas razones. De cualquier modo, el turismo es el sector de exportación de servicios más grande de Malasia (9ª potencia a nivel mundial), y habría crecido desde entonces, lo que pueda abrir, como en Singapur, posibilidades para el sector español de equipamientos y de hoteles y hostelería. El sector del turismo, incluido el turismo médico, habría crecido a una tasa del 6.7% desde 2013, con unos ingresos de 11 mil millones de dólares americanos (abre oportunidades para la empresa española, por equipamientos e implantación sobre todo en Malasia, pero tb. en Singapur)<sup>1419</sup>. Tanto en Malasia como en Singapur (véase el epígrafe I.3.3), existen problemas con la calidad de los servicios basados en trabajadores no cualificados, y dificultades para obtener la fuerza de trabajo adecuada para ellos (hoteles, comercios, construcción). Malasia precisa de trabajadores cualificados en todos los ramos, incluidos los servicios, lo que está directamente relacionado con el déficit de balanza de pagos en Malasia, pero el mercado malasio es muy proteccionista. Entendemos que los problemas para formar capital humano de calidad, así como los bajos niveles del sistema educativo malasio, secundario y terciario, también tiene que ver con este déficit creciente (véase el epígrafe I.2.3).

---

<sup>1418</sup> Fuente: "Malasia, Informe Económico y Comercial", Oficina Comercial de España en Kuala Lumpur, Malasia, 42 páginas, pp. 18-19.

<sup>1419</sup> Fuente: "EEUU Malasia Trade and Investment, 2015", Kuala Lumpur, Delegación de la Unión Europea en Malasia, 2015, 25 páginas, en p. 8.

Tabla 37  
Malasia, Importaciones de Servicios por tipos de servicio, en miles de dólares

Cod	Descripción del servicio	Valor importada en 2010	Valor importada en 2011	Valor importada en 2012	Valor importada en 2013	Valor importada en 2014
S	Todos los servicios	32469400	38174300	42419700	44581500	44896788
SOX	Memo item: servicios comerciales	32225228	37912496	42202004	44425716	44714828
'3	Transportes	11853200	13253600	13490900	14185600	14775045
'4	Viajes	8324060	10179900	11545400	11950300	12080022
'10	Otros servicios empresariales	6233060	7533270	8383450	8656340	8202231
'9	Servicios de telecomunicaciones, informática e información	1982700	2365840	2747580	3212700	3090618
'5	Construcción	1182870	1347350	2348310	2524470	2624074
'8	Cargos por el uso de la propiedad intelectual n.i.o.p.	1318010	1634190	1532380	1418840	1492382
'6	Servicios de seguros y pensiones	560663	693807	953270	991192	990729
'11	Servicios personales, culturales y creativos	289343	347542	598809	835771	860321
'7	Servicios financieros	331879	358732	369300	404928	356052
'2	Servicios de mantenimiento y reparación n.i.o.p.	149388	198257	232571	245574	243354
'12	Bienes y servicios del gobierno n.i.o.p.	244171	261806	217697	155783	181959
Fuente: Trademap, base de datos de comercio exterior de NNUU, 2015 (en base a estadísticas del Fondo Monetario Internacional)						

Malasia no fomenta especialmente la creatividad, y su respeto de la Propiedad Intelectual e Industrial es bastante escaso: baste ver la diferencia entre los pagos por servicios de la Propiedad Intelectual en Malasia (1492.3 millones de dólares), frente a los pagos realizados por Singapur, donde la Seguridad Jurídica de la Propiedad Intelectual es mucho mayor (22230.2 millones). Malasia sólo pagaría un escasísimo 6% de los enormes pagos singapurenses: este dato es estratégico para las empresas españolas con contenido tecnológico frente a Singapur (cod. 9 en la Tabla 35 y la Tabla 37). Además, el Departamento de Comercio de EEUU habría puesto a Malasia en su lista de vigilancia del Informe anual 301 el año 2000<sup>1420</sup> por protección inadecuada de los Derechos de Propiedad Intelectual, aunque la habría quitado en 2011 (lo que es increíble, por la piratería rampante de productos americanos en las industrias de contenidos). De cualquier modo, en el informe de 2015, existen referencias bastante explícitas sobre la piratería en Malasia: estar dentro o fuera de la lista del 301 parece ser una cuestión de prestigio nacional, y la salida de la misma una medida para inducir un comportamiento aceptable para los intereses americanos (creemos conocen bien Malasia, y saben la importancia que tienen las apariencias y en su estrategia en Asia). Sin embargo, entendemos injustificadas las referencias a España en el Informe 301 de 2015: Creemos por nuestra experiencia subjetiva sobre el terreno, que la situación en España es

<sup>1420</sup> Op. cit. SODHY, PAMELA, 2012, p. 18. En 2010, Malasia estaba incluida en la lista del Informe 301.

incomparablemente mejor a la malasia<sup>1421</sup>. Por otra parte, la contraparte malasia en las negociaciones del *TTP*, tendría reservas sobre sectores industriales como puedan ser el farmacéutico (las provisiones en *TTP* para respeto a la Propiedad Industrial en las patentes de medicamentos, pueda significar el encarecimiento de medicamentos pirateados de bajo coste para los menos favorecidos en Malasia y afectar la balanza de servicios negativamente).

El comercio de servicios norteamericano con Malasia<sup>1422</sup> habría alcanzado los 2450 millones de dólares y las importaciones de 1360 millones en 2012: un tercio de las exportaciones americanas a Malasia son servicios a los negocios, profesionales y técnicos. En Malasia y especialmente en Singapur, las empresas americanas han tenido un rol clave en el desarrollo de la industria malasia de la generación energética, del petróleo y el gas (véase epígrafe II.1.3), como pueda ser la asistencia técnica americana en los descubrimientos de nuevos yacimientos petrolíferos en *Terengannu* y *Sabah*, en 2005. En Singapur, son las empresas americanas las que tenderían a dominar el sector de servicios legales, financieros y técnicos para sus empresas exportadoras en estos sectores<sup>1423</sup> (también en equipamientos). Esto tiene importancia para los intereses españoles, dadas las dificultades para la homologación de productos con contenido técnico o tecnológico en Singapur<sup>1424</sup>. En estos aspectos, como en el reconocimiento de títulos de ingenieros (obtenido recientemente) o profesionales españoles, es donde tendría que intervenir la Diplomacia Económica española en Singapur, intensificando sus servicios de apoyo, y facilitando el acceso a la homologación y la asesoría técnica, aspectos que puedan condicionar tanto la contratación de profesionales españoles cualificados para servicios (ingenierías; consultorías, arquitectura; científicos, docentes, técnicos), como la compra de equipamiento fabricado en España. Los volúmenes de exportaciones norteamericanas permiten suponer que existen nichos para los servicios profesionales españoles en las industrias de la generación energética, petróleo y el gas (aunque no sea un sector liberalizado) tanto en Malasia como en Singapur, aunque tanto ingenieros, auditores y arquitectos lo tengan difícil para trabajar en los mercados protegidos de Malasia<sup>1425</sup>. Aunque Singapur depende fuertemente del trabajo cualificado extranjero, esto está condicionado al futuro de la política de emigración del Gobierno de Singapur (que es dónde hay grandes oportunidades para la emigración de españoles), que ha endurecido recientemente las condiciones para la inmigración de profesionales cualificados<sup>1426</sup>. En la negociación del *Trans Pacific Partneriat* (TTP) entre Malasia y los EEUU, el negociador americano también apunta a estos sectores no liberalizados en términos barreras de acceso y restricciones a la participación en el capital de empresas extranjeras en empresas de servicios y contratación pública (altamente protegidos, al calor del *etnopopulismo* malayista<sup>1427</sup>), en los sectores de la ingeniería; la arquitectura y las finanzas (intereses que por tanto se alinean con los españoles en el marco de las negociaciones de la UE con Malasia<sup>1428</sup>).

---

<sup>1421</sup> Véanse: FROMAN, MICHAEL B.G. (Embajador, Secretario de Comercio de los EEUU), "2015 Special 301 Report", Washington, Oficina del Secretario de Comercio de los EEUU, abril de 2015, 78 páginas, p. 13, y KIRK, RON, "2010 Special 301 Report", Washington, Oficina del Secretario de Comercio de los EEUU, abril de 2010, pp. 34-35.

<sup>1422</sup> Op. cit., RINEHART, IAN, 26.07.2013, pp. 6-9.

<sup>1423</sup> Op. cit., CHAN Y. K. (04.2013), y op. cit., CHAN Y. K. (10.2011).

<sup>1424</sup> Fuente: "Singapur, 2013, Informe Económico y Comercial", Singapur, Oficina Comercial de España, oct. de 2013, p. 40.

<sup>1425</sup> Op. cit. SODHY, PAMELA, 2012, p. 44.

<sup>1426</sup> CHUN HAN WONG, "Singapore Tightens Hiring Rules for Foreign Skilled Labor", edición de Asia del *Wall Street Journal* (Nueva York, 23.09.2013), en vínculo (accedido el 18.08.2015)

< URL: <http://www.wsj.com/articles/SB1000142405270230375960457909286388803466> >.

<sup>1427</sup> Op. cit., SODHY, PAMELA, 2012, p. 67.

<sup>1428</sup> Ibid., 2012, p. 44.

El comercio de servicios con Malasia con la UE sería bastante más pequeño que el comercio de bienes, aunque este hubiera sido netamente beneficioso para la Unión Europea (en torno a los 4200 millones de Euros de exportaciones, con un superávit de 1000 millones en 2013)<sup>1429</sup>. El comercio de servicios es el segundo por valor en la ASEAN para la UE después del de Singapur, supone el 9% del comercio de servicios de Malasia, y aunque partiera de niveles relativamente bajos crece muy rápidamente: exponencialmente desde 2004, con incrementos anuales del 8% hasta 2014<sup>1430</sup>, en línea con el crecimiento del sector favorecido desde 2009 por las liberalizaciones parciales del Gobierno de *Najib Tun Razak* en su programa de transformación económica, lo que significa indicios de grandes posibilidades para la oferta exportadora española. En Malasia los servicios significan el 55% del PIB en 2014 y se supone que alcanzarán el 58% en 2020. Entre los temas tratados en las negociaciones para el acuerdo libre comercio (ALC) entre la UE y Malasia, en ciernes (agosto de 2015)<sup>1431</sup>, y en consonancia con el *TTP* entre los EEUU y la ASEAN (véase el epígrafe III.1.3), otra vez aparecen el respeto de la Propiedad Intelectual de la Unión y la eliminación de barreras de entrada para las empresas europeas a los mercados de servicios malasios, con especial atención a la contratación pública malayista (musulmana), de enorme importancia para España en el campo de las infraestructuras en Malasia (véase el epígrafe III.3.2): este es un tema altamente delicado, y entendemos otra vez que puedan pasar décadas hasta que estos sectores se abran a la competencia europea.

Sin embargo, la política de liberalización de algunos sectores de servicios, del Gobierno de *Najib Tun Razak* desde 2009, pueda significar oportunidades para implantaciones de empresas españolas<sup>1432</sup> (Tabla 38). Entre los servicios exentos de la política liberalizadora del Gobierno de Najib (siguen protegidos), que son estratégicos para España en 2012 están la arquitectura; la ingeniería, los despachos de abogados y el comercio minorista y mayorista, así como los hoteles y restaurantes de menos de cuatro estrellas (donde las PYMEs españolas son muy competitivas a escala global<sup>1433</sup>). Las españolas *Inditex (Zara)* y *Grupo Cortefiel* tienen representación en base a franquicias con empresas locales) y hoteles y restaurantes de menos de cuatro estrellas. El sector de las telecomunicaciones, protegidísimo, sólo autoriza participaciones extranjeras hasta el 30% del capital social y los precios están regulados para algunas líneas de servicio (no parece nada recomendable competir contra la ERE *Telekom Malasia*, malayista, si los precios los fija el Estado).

---

<sup>1429</sup> Fuente: "EU Malasia Trade and Investment, 2015", Kuala Lumpur, Delegación de la Unión Europea en Malasia, p. 9, 24 páginas. Informe del comercio e inversiones bilaterales entre Malasia y la UE del año 2013.

<sup>1430</sup> Fuente: "EU Malasia Trade and Investment, 2015", Kuala Lumpur, Delegación de la Unión Europea en Malasia, 2015, p. 8, 25 páginas. Informe de comercio e inversiones bilaterales entre Malasia y la UE del año 2015.

<sup>1431</sup> MALMSTROM, CECILIA, "The EU in Asia: ASEAN & Malaysia", Kuala Lumpur, Malasia, discurso de Cecilia Malmström, en su calidad de Comisaria de Comercio de la Unión Europea en el evento "Malaysia-EU Business", 26.4.2015, en el marco de la Reunión Anual entre los Ministros de Economía de la ASEAN (AEM), y el Comisario de Comercio de la Unión.

<sup>1432</sup> Fuente: "Malasia, Informe Económico Comercial", Oficina Comercial de España en Kuala Lumpur, octubre de 2003, 39 páginas, p. 14.

<sup>1433</sup> Fuente: "Malasia, 2013, Informe Económico y Comercial", Oficina Comercial de España en Malasia, octubre de 2013, 39 páginas, p. 19.

**Tabla 38**  
Lista de sectores liberalizados en Malasia en 2009

<b>Informática y servicios relacionados:</b>	<b>Servicios de negocios</b>
<i>Servicios de consultoría relacionados con la implantación de software</i>	<i>Centros de distribución regional</i>
<i>Servicios de implantación de software</i>	<i>Centrales de compra internacionales</i>
<i>Servicios de procesamiento de datos</i>	<i>Servicios de inspecciones técnicas y análisis</i>
<i>Servicios de bases de datos</i>	
<i>Servic. de mantenimiento / reparación de equipos informáticos</i>	<i>Servicios de arrendamientos financieros sin operadores</i>
<i>Otros servicios: recuperación de datos, servicios de preparación de datos y servicios de desarrollo de contenido creativo</i>	<i>Servicios de renting/leasing para embarcaciones excluido el cabotaje y tráfico internacional</i>
	<i>Alquiler de embarcaciones sin tripulación para envíos internacionales</i>
<b>Salud y servicios sociales:</b>	
<i>Todos los servicios veterinarios</i>	<b>Servicios auxiliares y de apoyo</b>
<i>Servicios geriátricos y hacia minusválidos</i>	<i>Servicios de agencia marítima</i>
<i>Servicios pediátricos de día</i>	<i>Servicios de salvamento marítimo</i>
<i>Servicios de reinserción social para minusválidos</i>	
Servicios turísticos:	<b>Servicios de transporte:</b>
<i>Parques temáticos</i>	<i>Transporte de carga de la clase C</i>
<i>Centros convenciones y exhibición para más de 5000 espectadores</i>	<i>Servicios deportivos y otros servicios recreacionales</i>
<i>Agencias de viaje y turoperadores (únicamente transporte doméstico)</i>	<i>Promoción de eventos deportivos y servicios de organización de eventos</i>
<i>Servicios de hotelería y restauración (sólo 4 y 5 estrellas)</i>	
<i>Servicios de restauración (solo para hoteles de 4 y 5 estrellas)</i>	
<i>Servicios de consumo de bebidas (sólo para hoteles de 4 y 5 estrellas)</i>	
Fuente: "Malasia, Informe Económico Comercial", Oficina Comercial de España en Kuala Lumpur, octubre del 2003, 39 páginas, p. 14.	

Los servicios legales son coto reservado para personas con pasaporte malasio y es necesario un examen de bahasa (malayo). Los abogados extranjeros pueden ofrecer servicios de consultoría a firmas malasias, pero las firmas extranjeras no pueden operar en el país. Se pueden conceder exenciones, como todo en Malasia, es negociable. Sin embargo, sí que pueden operar en el paraíso fiscal del *Territorio Federal de Labuan* en la prometedor Malasia Insular, de gran interés para las firmas españolas en el campo financiero y productivo, ya que no había ningún banco/empresa españoles aprovechando la batería de incentivos, fiscales y no fiscales<sup>1434</sup>. Para las firmas de auditoría, la participación extranjera lo es del 30% como máximo autorizado: sólo aquellos extranjeros con residencia permanente (lo que es difícilísimo de obtener y lleva años) o malasios pueden ejercer, y deben de estar registrados en el *Malaysian Institute of Accountants*. En el sector de arquitectura/ingeniería

<sup>1434</sup> Fuente: Lista de bancos en Labuan en la página oficial del IBC, en <URL: <https://www.labuanibfc.com/areas-of-business/209-315/financial-services/list-of-labuan-banks-and-investment-banks.html>>, y Incentivos fiscales para Labuan, en el sitio web del Ministerio de Finanzas de Malasia en (accedidas el 31.12.2015), en < URL: [http://www.treasury.gov.my/index.php?option=com\\_content&view=article&id=707&Itemid=2535&lang=enç](http://www.treasury.gov.my/index.php?option=com_content&view=article&id=707&Itemid=2535&lang=enç) >

(estratégico para España), los profesionales extranjeros (españoles) sólo pueden trabajar para empresas malasias en condiciones bastante controladas por superiores malasios: tendrían la facultad de producir planos; diseños y maquinaria, que puedan ser visados por las autoridades competentes en el entorno malayista (*Board of Architects* y el *Board of Engineers*), al cargo de la aprobación de permisos para profesionales extranjeros y las licencias. Estos son aspectos que limitan la emigración española de excelentes profesionales en paro a Malasia, un tipo de servicios que podrían dejar muy buena imagen país para España y que deberían de ser prioritarios en la política comercial con Malasia. La participación de firmas extranjeras en proyectos está limitada, así como el techo de participación extranjera en firmas nacionales del 30%. Para las firmas de ingeniería, si se quiere contratar ingenieros extranjeros, habría que demostrar que la empresa malasia no ha sido capaz de encontrar un ingeniero malasio de igual cualificación. La discriminación en contra de profesionales extranjeros se da en todos los ramos técnicos. Sabemos que ha aumentado el número de españoles trabajando como arquitectos en estas condiciones en Malasia y según la Oficina Comercial de España los prospectos en este sector son prometedores<sup>1435</sup>. Curiosamente, existe un barrio que se llama "*Valencia*" en Kuala Lumpur.

Sin embargo, existen sectores en los que no hay restricciones a la contratación de trabajadores cualificados extranjeros, ni límite para la participación del capital extranjero, como lo es el clúster de empresas en Tecnologías de la Información y la Comunicación; Electrónica, Software y Telecomunicaciones, donde un 25% de las firmas del sector (2250) son extranjeras, acicate para la exportación de servicios malasios que ya significan el 3.4% de las exportaciones totales de servicios malasias en 2008 (esta pueda ser una oportunidad para *Telefónica* o cualesquiera empresas españolas que quieran expandirse en el mercado asiático). Estos son programas conocidos por AMETIC, la asociación de empresarios españoles de las TICs, administrados por el *Multimedia Super Corridor*, la agencia malasia de promoción del sector a cargo de las exenciones en la *Participación y Cuota Bumiputra*, que ofrece una serie de beneficios por implantarse en Malasia (tienen especial interés en contenidos digitales de todo tipo; animaciones; software y antivirus). El doctorando ya difundió entre empresarios españolas información sobre las oportunidades que ofrece el *MSC* en Malasia en 2001<sup>1436</sup>. Existen tb. oportunidades de inversión para España en el sector liberalizado a efectos de participaciones en el capital de *servicios informáticos* (hay una plétora de ingenieros y consultores anglosajones, con sueldos muy altos, una oportunidad clara para los buenos profesionales españoles). Combinando los dos sectores, si pueda tener interés para España el mercado audiovisual tanto malasio como singaporense en el campo digital y convencional, pero especialmente los juegos y sobre todo el software, la producción española de cine; series de TV; documentales, contenidos: esto precisaría interaccionar a alto nivel con las empresas *Astro*; *Telekom Malaysia* en Malasia y *Mediacorp* en Singapur: la enorme creatividad española, lo exótico y divertido que encuentran algunos malasio - singaporenses nuestro país (el cine de *Almodóvar*), pueda ser una oportunidad para el sector. La liberalización de la hostelería/hoteles de alto nivel pueda ser una oportunidad para España, sector anejo al de agroalimentarios y delicatessen, aspectos tratados con profundidad en el capítulo IV, dada nuestra competitividad en todas estas líneas de servicio y producto. De cualquier modo, este sector ya está saturado, hay alguna presencia española de calidad, y dónde si se ven oportunidades es en términos de consultoría y formación en servicios: hoteles como

---

<sup>1435</sup> DELGADO DÍAZ, BELEN, " El mercado de los servicios de arquitectura en Malasia", nota informativa supervisada por la Oficina Comercial de España en Malasia, Instituto Español de Comercio Exterior, 29 páginas, 2012, pp. 19-20.

<sup>1436</sup> Fuente: Experiencia del autor como Director de Misión Comercial a Malasia, de AMETIC, 2001, en calidad de becario de la Secretaria de Comercio de España, Secretaría de Comercio Exterior.

*Le Meridien; Hilton; Westin*, de las principales cadenas internacionales, que ofrecen unos niveles de calidad de servicio que dejan bastante que desear. Los precios de los hoteles en Malasia son muy parecidos a los de España, y mucho más bajos que los de Singapur. Esto pueda explicar que la cadena *Meliá*, que cuenta con un pequeño hotel en Malasia y varios en la región, no haya incrementado sus inversiones en este país. En todo caso las oportunidades se centrarían en nichos concretos, y en la habilidad de sacar partido de los inmigrantes en Malasia, bastante mal aprovechados y con buena disposición al trabajo como en Singapur (epígrafe I.3.3). Aunque el mercado es altamente proteccionista, no hay grandes problemas para que se establezcan informáticos; profesionales del Marketing (el doctorando tuvo su propia mini empresa en Malasia con socios locales, aunque el visado tardó 18 meses); diseñadores gráficos (3D, infografías), y todos los demás de las industrias de contenidos, software y programación, hostelería y turismo de alto nivel (sectores liberalizados para la implantación), en los que ya hay alguna española, aunque poca. Sin embargo existen bastantes españoles prestando servicios en la economía sumergida en 2014, con la crisis hay muchos jóvenes saliendo y entrando cada tres meses del país al expirar sus visados de "*visita social*", que están sujetos al proteccionismo malasio para con la prestación de servicios, los "agentes" y los múltiples obstáculos para la obtención de visados, y que encuentran dificultades para ofrecerlos en las redes chinas cerradas de la guanxi. Es aquí donde se echa de menos el trabajo de la Embajada de España en Malasia.

No estamos seguros de qué interés puedan tener las Finanzas Islámicas para España: Malasia se está convirtiendo en uno de sus centros más importantes. A junio de 2011, Malasia acaparaba el 65% del mercado global *susuk* y según la Delegación de la Unión, el 10% de sus activos, con emisiones de hasta 134 mil millones de dólares, siendo este el subsector financiero favorecido claramente por el Gobierno<sup>1437</sup>. Dada la menor difusión de la lengua inglesa en España que en otros países protestantes europeos; los bajos impuestos de Malasia (los ingresos del Estado se mueven en torno al 16% del PIB, y los ingresos por Impuestos de la Renta suponen en torno al 2.6% del mismo)<sup>1438</sup>, así como la distancia geográfica de España (como Singapur, Malasia es un país ideal para llevarse el dinero, muy lejos del control de la AEAT), es posible que los volúmenes de comercio de servicios sean algo mayores que los 40 millones que indica la Oficina Comercial de España. La exportación española sería muy reducida, incluso más pequeña que la exportación desde países en la zona ASEAN, bastante más pequeños que las exportaciones de los grandes países occidentales: unos 40 millones de Euros, liderado por los servicios turísticos e informáticos<sup>1439</sup> (este tb. es un capítulo de exportación de servicios malasios que crece bastante aunque tiene un tamaño relativamente pequeño).

---

<sup>1437</sup> Op. cit., SODHY, PAMELA, 2012, p. 70

<sup>1438</sup> Fuente: "Malaysia Selected Issues", Informe País del Fondo Monetario Internacional al cargo de la legación del FMI en Malasia, n°14/82, 14 Feb. 2014, pp. 9-13. Los tipos del IRPF no son mucho más bajos que en España, pero la capacidad administrativa es mucho menor. Los impuestos son muy reducidos y muchas transacciones no se registran.

<sup>1439</sup> Fuente: "Malasia, Informe Económico y Comercial", Oficina Comercial de España en Kuala Lumpur, Malasia, 42 páginas, pp. 32 y 34.



## 2. Las Relaciones Económicas de Malasia y Singapur con otros países

### 2.1 Las relaciones económicas con el Reino Unido

La presencia histórica del Reino Unido tanto en la economía singapurense como la malasia, se aprecia en una variedad de sectores. El sector financiero; petroquímico y de distribución comercial, importantísimos para la economía británica (de la cual Singapur es un reflejo), tienen su representación, entre otras, a través de grandes multinacionales británicas: p. ej., los bancos *HSBC*, *Royal Bank of Scotland* y *Standard Chartered* (este último ganó 2200 millones de dólares de ingresos en Singapur en 2014<sup>1440</sup>), pilares de la expansión comercial del Imperio Británico en Asia, o la sociedad británica de la auditora global *Price Waterhouse Coopers* (PWC). Los bancos británicos tienen gran apelación en la banca comercial a nivel de sucursales en barrios afluentes; en la banca privada, y un rol fundamental en el mercado Forex de divisas; derivados; banca de inversiones; financiación del comercio exterior y banca privada. Y son los líderes europeos a seguir por las empresas financieras españolas en términos de modelos y tipos de negocio (en activos; experiencia, conocimiento del mercado de la ASEAN), si se concretaran o abrieran oportunidades de acuerdo a la liberalización de la prestación de servicios en función del *Acuerdo de Libre Comercio entre la UE y Singapur* en ciernes (2014), que también abarca las actividades de seguro, lo que está por ver en un futuro<sup>14411442</sup>. La intención es tanto la eliminación de barreras al comercio de servicios, como barreras de entrada a la implantación de empresas financieras, pero tenemos dudas sobre el ritmo y las actividades que van a cubrir esa posible liberalización, que se mueve en la misma línea de las negociaciones para el posible Acuerdo del Libre Comercio *Trans Pacific Partenariat*, del *Gobierno Obama* de los EEUU sobre servicios financieros<sup>1443</sup>. Serían pues necesarios estudios en profundidad sobre las negociaciones específicas con la Unión Europea/EEUU que se escapan al ámbito genérico de este estudio.

Aquí observamos tres tipos de oportunidades en un entorno de liberalización: el préstamo inmobiliario, la banca privada y la financiación de start-ups, para empresas con activos o modelos de negocio tecnológicos o intangibles para las que algunos bancos españoles puedan mayor experiencia. Estamos pensando, aparte de los gigantes españoles con pequeñas oficinas de representación en Singapur y en Malasia (*BBVA*, *Sabadell* y *Banco Santander*), en posibilidades futuras oportunidades para empresas como la *Banca March*, líderes en España en banca privada, que no tienen representación en Singapur<sup>1444</sup> (para los millonarios que abundan en los condominios de Singapur). *Banco Santander* controla al enorme banco británico *Abbey* y ha tomado el control

---

<sup>1440</sup> Fuente: "Standard Chartered Singapore delivers income of US\$2,027 million and operating profit of US\$851 million for FY2014", comunicado de prensa del banco Standard Chartered, en su página oficial, en el vínculo (accedido el 18.09.2015) < URL: [https://www.sc.com/sg/news-media/4\\_march\\_Standard\\_Chartered\\_Singapore\\_delivers\\_income\\_and\\_operating\\_profit.html](https://www.sc.com/sg/news-media/4_march_Standard_Chartered_Singapore_delivers_income_and_operating_profit.html) >

<sup>1441</sup>Nota: Sobre todo para banca privada (personas afluentes), véase el Apéndice 8-B-2 del "Memorandum, EU-Singapore Free Trade Agreement. Authentic text as of May 2015", Singapur y Bruselas, Texto del acuerdo de libre comercio entre la Unión Europea y Singapur a mayo de 2015, 29 de junio de 2015, en la página Web de la Unión Europea, en: <URL: <http://trade.ec.europa.eu/doclib/press/index.cfm?id=961>>, (accedida el 19.08.2015).

<sup>1442</sup> Fuente: "EU-Singapore Trade Agreement", en la página Web de la Embajada de Alemania en Singapur, en <URL: [http://www.singapur.diplo.de/Vertretung/singapur/en/05/seite\\_freihandelsabkommen\\_eu\\_sgp.html](http://www.singapur.diplo.de/Vertretung/singapur/en/05/seite_freihandelsabkommen_eu_sgp.html)>, (20.08.2015)

<sup>1443</sup> ANÓNIMO, "Outlines of TTP", en la página del Departamento de Comercio de los EEUU, 12.10.2011, en < URL: <https://ustr.gov/tpp/outlines-of-TPP>>, (accedido el 27.08.2015).

<sup>1444</sup> Fuente: Página Web de la Banca Marcha March, secciones de informes corporativos y localizador de oficinas internacionales en < URL: <http://www.bancamarch.es/en/>>, (accedido el 19.08.2015).

de otros sectores importantes del sistema financiero británico, como son sociedades de préstamo inmobiliario como *Alliance & Leicester* y el banco *Bradford & Bingley*, escindido del anterior, oportunidad que se entiende se habrá identificado para Singapur, por las instituciones legales, mercantiles y financieras comunes con el Reino Unido para el sector inmobiliario. El negocio corporativo que ya desarrollan las sucursales de los bancos españoles (*BBVA, Santander y Sabadell*<sup>1445</sup>), también tiene visos de crecer: la financiación del comercio exterior del creciente comercio singapurense con países iberoamericanos<sup>1446</sup>, donde los corresponsales bancos españoles dominan los mercados, y la financiación de las inversiones industriales: si las exportaciones españolas crecen tanto a Malasia, Singapur o la ASEAN al ritmo tan intenso que lo están haciendo, lo lógico es que se dé un incremento notable de las implantaciones productivas españolas industriales en la ASEAN, fuera de Singapur en el medio y largo plazo. Si que estamos convencidos de que en los ámbitos empresariales singapurenses, en general se desconoce el control que ejerce la multinacional española *Banco Santander* sobre la banca del Reino Unido, algo que entendemos pueda mejorar la imagen y reputación de España a efectos económicos, de "atributos duros" en Singapur. El Reino Unido también tiene una presencia destacada en el mercado de seguro en empresas como *Prudential*, lo que permite pensar en posibilidades futuras para empresas del seguro españolas del tipo de *Mapfre*, si se liberalizara la industria del seguro singapurense del seguro de vida (en el marco del ALC con la EU y el TTP con EEUU). De cualquier modo, en el marco de la ASEAN, los crecientes niveles de vida sólo auguran un fuerte crecimiento de la industria del seguro.

Lógicamente, *Rolls Royce, Jaguar, Rover, Burberry's, Asprey y Dunhill*, son marcas de empresas de consumo de lujo británicas que tienen presencia y apelación entre la élite financiera singapurense, y entre los ejecutivos de bancos de países anglosajones. Es interesante constatar el floreciente mercado de objetos de arte de exportación desde el Reino Unido y EEUU a Singapur, de la partida 97: la exportación del Reino Unido alcanzó casi 66 millones de euros en el año 2012, y que pueda significar posibilidades para los artistas, galeristas y casas de subastas españoles. En términos de distribución comercial al por menor, los gustos de la ex metrópoli siguen influyendo las pautas de consumo de bienes suntuarios, menaje del hogar, moda o textiles, en las ex colonias de Malasia y Singapur: la presencia de los almacenes británicos *Debenhams, Marks & Spencer* o la enorme empresa *John Lewis* (el equivalente de *El Corte Inglés* en el Reino Unido)<sup>1447</sup>, que acaba de firmar acuerdos de implantación en Singapur. En principio, los grandes almacenes británicos e hipermercados de alta calidad, en términos de calidad de productos, no serían comparables al líder español en Europa, los grandes almacenes *El Corte Inglés*. Esta empresa, que ha sufrido los embates de la crisis ante la contracción de la demanda interna en España de 2008 a 2011, pero ha tenido una política de expansión exterior muy conservadora antes de la crisis del 2008. La escasa internacionalización de *El Corte Inglés* se centra en los mercados portugués, mejicano, peruano e incluso el de Arabia Saudí<sup>1448</sup>, a través de su división de agencia de viajes y a través de portales online para bienes de delicatessen para expatriados. Fuera de España sólo tiene un gran establecimiento en Lisboa. Los

---

<sup>1445</sup> Fuente: Entrevista con Jordi Salafranca, director del Banco Sabadell en sus oficinas, Singapur (25.10.2013); entrevista con José María López Arenas, Vice Presidente de Coberturas Globales de BBVA, en sus oficinas en Singapur (15.07.2013).

<sup>1446</sup> Fuente, Trademap, Base de Datos de Comercio Exterior de NNUU, 2014: El comercio entre Singapur y los países de Iberoamérica y el Caribe habría pasado de 11.996.088 miles de dólares en 2010 a 14.403.162 miles en 2014, todo esto a pesar de la crisis económica intensa que se experimenta en estos países desde 2012.

<sup>1447</sup> BUTLER, SARAH, "John Lewis steps into Singapore as part of wholesale export plans", *The Guardian* online (Londres, 07.03.2015), en < URL: <http://www.theguardian.com/business/2015/mar/07/john-lewis-singapore-wholesale-export-plans-annual-profits-concessions>>, (accedido el 19.09.2015).

<sup>1448</sup> DELGADO, CRISTINA, "El Corte Inglés acelera los planes de internacionalización para crecer", *El País* (Madrid, 31.08.2014), en < URL: [http://economia.elpais.com/economia/2014/08/31/actualidad/1409503098\\_509369.html](http://economia.elpais.com/economia/2014/08/31/actualidad/1409503098_509369.html)>.

grandes almacenes británicos del estilo de *John Lewis* o *Sainsbury's*, cuentan con un excelente merchandising y publicidad, comunicación: Singapur es el lugar ideal para mejorar el conocimiento del marketing de grandes almacenes con influencia global, desde británicos a japoneses: Singapur, en Asia es dónde está el dinero, y *El Corte Inglés* y otras cadenas españolas cuentan con marcas propias y extranjeras de una calidad excelente en un mercado afluyente de millonarios y profesionales cualificados altamente marquista, que no existen en las líneas de producto de muchos establecimientos británicos.

Tabla 39

**Comercio bilateral entre el Reino Unido y Singapur en miles de Euros, 23 primeras partidas**

Código del producto	Descripción del producto	Reino Unido exporta hacia Singapur		
		Valor en 2010	Valor en 2011	Valor en 2012
<b>TOTAL</b>	<b>Todos los productos</b>	<b>3.823.948,98</b>	<b>4.191.565,35</b>	<b>5.369.411,59</b>
'84	Maquinas, reactores nucleares, calderas, aparatos y artefactos mecánicos.	1.679.562,81	1.740.782,33	2.490.861,58
'22	<b>Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre</b>	<b>286.000,94</b>	<b>408.359,13</b>	<b>455.137,35</b>
'85	Maquinas, aparatos y material eléctrico, sus partes; aparatos de grabación	357.009,23	345.139,17	342.491,54
'87	Vehículos automóviles, tractores, ciclos, demás vehic. terrestres, sus partes	197.472,34	249.165,15	286.726,15
'90	Instrumentos, aparatos de óptica, fotografía, cinematografía, medida, control	202.689,65	246.665,93	279.233,64
'71	<b>Perlas finas o cultivadas, piedras preciosas, semipreciosas y similares</b>	<b>33.584,18</b>	<b>49.225,49</b>	<b>203.744,03</b>
'29	Productos químicos orgánicos	104.225,72	142.799,37	197.362,64
'88	Navegación aérea o espacial	132,54	106.756,34	118.881,79
'73	<b>Manufacturas de fundición, de hierro o de acero</b>	<b>70.671,66</b>	<b>85.203,19</b>	<b>108.027,91</b>
'30	Productos farmacéuticos	98.417,24	89.383,15	98.182,52
'49	<b>Productos editoriales, de la prensa/de otras industrias graficas</b>	<b>66.223,24</b>	<b>68.331,84</b>	<b>74.328,72</b>
'27	<b>Combustibles minerales, aceites minerales y prod.de su destilación</b>	<b>21.563,58</b>	<b>39.195,59</b>	<b>68.464,41</b>
'97	<b>Objetos de arte, de colección o de antigüedad</b>	<b>48.430,32</b>	<b>41.747,94</b>	<b>65.854,94</b>
'39	<b>Materias plásticas y manufacturas de estas materias</b>	<b>62.028,61</b>	<b>56.559,45</b>	<b>52.720,49</b>
'38	<b>Miscelánea de productos químicos</b>	<b>39.380,6</b>	<b>37.998,75</b>	<b>47.544,32</b>
'75	<b>Níquel y manufacturas de níquel</b>	<b>12.904,71</b>	<b>44.622,65</b>	<b>38.360,63</b>
'72	<b>Fundición, hierro y acero</b>	<b>37.446,7</b>	<b>39.929,35</b>	<b>33.986,89</b>
'62	<b>Prendas y complementos de vestir, excepto los de punto</b>	<b>20.720,89</b>	<b>20.911,3</b>	<b>27.481,87</b>
'82	<b>Herramientas, útiles, articul.de cuchillera, cubiertos de mesa, de met.com</b>	<b>12.657,7</b>	<b>13.907,6</b>	<b>26.881,6</b>
'94	<b>Muebles; mobiliario médico quirúrgico; artículos de cama y similares</b>	<b>18.532,45</b>	<b>18.943,37</b>	<b>25.945,42</b>
Fuente: Trademap, base de datos de comercio exterior de NNUU, 2015				

Además, Singapur marca la pauta al nivel del Sudeste Asiático en términos de moda y decoración del hogar<sup>1449</sup>. En moda, calzado y textiles del hogar, los productos británicos son más que visibles tanto en Malasia como en Singapur: P. ej., tiendas como *Top Shop*; *Dorothy Perkins*; *Peacocks*; *Laura Ashley*, *Hackett* y *Clarks*, entre muchas otras. Lógicamente, todas estas están en el radar de las empresas españolas franquiciadas presentes tanto en Malasia como en Singapur, del Grupo *Cortefiel* (Mango) y del Grupo *Inditex* (Zara). Sin embargo, es posible que haya nichos de más alto nivel y calidad que no cubran estas empresas y que *El Corte Inglés* o *Zara Home* podrían perfectamente cubrir el mercado con producto español de buena calidad, como demuestran los desarrollos de la industria inglesa de textiles de lujo<sup>1450</sup> (más que por proximidad, por rapidez en la respuesta a los gustos, la calidad, y la rotación de modelos al estilo de la "moda rápida", donde España es líder).

Los hipermercados británicos *Tesco* son la única empresa europea grande que le hace frente a la distribución japonesa ante el repliegue de la empresa francesa *Carrefour* tanto en Malasia como en Singapur: la forma en la que *Tesco* se "pelea" con los suministradores y distribuidores chinos define una pauta posiblemente a imitar, esto se manifiesta en precios bajos para productos de consumo diario. Por otra parte, es posible que empresas españolas de distribución de alimentos como *Mercadona*, *Caprabo* o empresas de gran tamaño como *Día* (que ya cuenta con establecimientos en Shanghái, ciudad con alto poder adquisitivo<sup>1451</sup>), puedan tener posibilidades, especialmente en Singapur, dadas las capacidades extraordinarias de logística de su puerto y lo minúsculo del país, donde el producto alimentario, refrigerado o congelado o menos perecedero, pueda entrar en almacén controlado a escasas horas de ser descargado. Los múltiples supermercados de la empresa *Cold Storage*<sup>1452</sup> (de la empresa *Dairy Farm*, que pertenece al antiguo "hong" británico *Jardine*, ahora en manos de chinos de Hong Kong), vende estos productos de países anglosajones y de la Europa Continental a precios de excesivos en Malasia y Singapur. La oportunidad para las empresas españolas está en poner en marcha redes de pequeñas tiendas para vender el producto español de delicatessen en Asia (tal es la mala calidad de determinadas líneas de producto local o importado que lo que se vende en *Día* o *Mercadona* pasaría por delicatessen de primera), complementarias de las oportunidades en el sector de la franquicia, de otros sectores como la hostelería y los alimentos. Finalmente, la empresa *Courts* de origen británico (competencia de *Harvey Norman*, australiana), es una verdadera potencia en términos de distribución de productos de consumo eléctrico y electrónico, con cientos de tiendas en ambos países.

Las multinacionales del petróleo británicas, *Shell* y *BP*, tienen fuerte implantación tanto en Malasia como en Singapur desde tiempos coloniales. En Malasia, estas empresas son altamente visibles en miles de gasolineras por todo el país: junto a una gasolinera de la empresa nacional de petróleos *Petronas*, lo normal es encontrarse con otra de la empresa *Shell*. Esta es una consecuencia de diferentes acuerdos históricos desde la

---

<sup>1449</sup> Fuente: "EU-Singapore, Trade and Investment, 2015 Edition", Bruselas, Comisión Europea, Unión Europea, 2015, 35 páginas. Informe anual de relaciones económicas entre la UE y Singapur, 31 páginas, p. 31.

<sup>1450</sup> DAY, PETER, "Stitch in Time", Londres, Reino Unido en Global Business, programa de radio de la BBC presentado por Peter Day, 12.01.2014, disponible en Podcast en <URL: <http://www.bbc.co.uk/programmes/p01p1wnw> >, (accedido el 15.01.2015). El Podcast incluye entrevistas cortas a responsables institucionales y empresariales del textil británico de primera categoría.

<sup>1451</sup> Véase la Memoria Corporativa de la empresa de supermercados *Día SA* en su sitio web, en (accedido el 19.08.2015) <URL: <http://memoriaanual2014.diacorporate.com/capitulo/informe-actividades/resultados/mercados-emergentes>>.

<sup>1452</sup> Véanse los sitios web de la empresa *Cold Storage* en Singapur, en <URL: <https://coldstorage.com.sg/>>, la de su subsidiaria malasia en <URL: <http://www.coldstorage.com.my/>>, para los catálogos de productos.

Independencia hasta nuestros días, desde la exploración "downstream", hasta la distribución y refino "upstream", con el gigante anglo-holandés *Shell*<sup>1453</sup>. El gigante británico *Glaxo*<sup>1454</sup>, tiene presencia notable en Malasia con productos como *Panadol*, *Horlicks*, *Scott's* y *Eno*. Si alguien quiere bicarbonato *Eno* o aspirinas de paracetamol *Panadol*, las dos marcas de *Glaxo* son las referencias a nivel nacional, económicas y presentes en los miles de tiendas de conveniencia malasio-singapurenses. Casi la mitad de la cerveza en Malasia es producida por *Guinness Anchor* (48% del total)<sup>1455</sup><sup>1456</sup>, una subsidiaria de la multinacional británica *Diageo*, con enorme presencia en esta región, con una fábrica de más de 90000m2. En el Estado de Selangor, la única empresa que les hace sombra es la multinacional *Carlsberg* de origen danés, la principal competidora con el otro 50% del mercado. En el 2% restante, el mercado de cervezas exóticas importadas (como las españolas, que tienen mucho futuro) es un mercado creciente en ambos países por que la cerveza local no es de gran calidad, aunque los aranceles de importación sean altísimos, así como el precio del alcohol.

La mayor parte de las empresas británicas en Singapur, se dejan ver en Malasia a través de subsidiarias malasias: grandes bancos; franquicias, grandes almacenes de moda, y en una variedad de sectores de servicios. El sector de la educación en lengua inglesa para la primaria y la secundaria, o el de títulos de universidades británicas, es un negocio enorme para el Reino Unido por los lazos coloniales, especialmente en Malasia: tanto la Universidad de *Southampton*, como la de *Nottingham*, la de *Reading* o la *Escuela de Medicina de Newcastle*, las cuatro públicas, tienen campus permanentes en Malasia. El sector de educación británico es un partenaire privilegiado que se ha beneficiado grandemente de la expansión del sector universitario malasio, y la compatibilidad de los estándares profesionales en Singapur (contabilidad, finanzas, ingeniería, medicina): la subcontratación de la impartición de títulos de universidades públicas británicas a empresas privadas de la formación es un negocio floreciente en Malasia. Aquí se abre un nicho de mercado para las empresas españolas de Masters en inglés de alto nivel, entre las mejores del mundo, que ya estudia el Instituto de Empresa desde Singapur<sup>1457</sup>: el MBA o Master en Finanzas del Instituto de Empresa, ESADE, IESE o el de otras escuelas de negocios españolas de primera línea.

Las multinacionales británicas de consultoría de RRHH, como *Hays*; *Reed*; *Michael Page* o *Cápita* están muy presentes en Malasia y Singapur, lo que induce a pensar existieran nichos para empresas españolas de consultoría, dados los problemas de productividad y gestión de la fuerza de trabajo indicados en el epígrafe I.3.3 en Singapur. Las oportunidades aparecerían no sólo en el alto nivel, bien cubierto por consultoras británicas, si no a nivel de trabajadores de base y cuadros medios (*países de muchos generales, pocos sargentos*). Además las

---

<sup>1453</sup> VON DER MEDHEN, FRED, y TRONER, AL, "Petronas, a National Oil Company with an International Vision", documento de trabajo preparado para el estudio sobre energía en del Instituto James Baker III de Política Pública y el Centro de la Energía de Japón (Japan Petroleum Energy Centre), Universidad de Rice, Houston, Texas, EEUU, 2007, 45 páginas, pp. 2-21. Explica la Historia de *Petronas* y la evolución de la exploración petrolífera en Malasia y el rol de las multinacionales, sobre todo de países anglosajones.

<sup>1454</sup><sup>1454</sup> Fuente: página web de productos, en el sitio web de *Glaxo Smith Kline*, en <URL: <http://www.gsk.com/en-gb/products/our-consumer-healthcare-products/>>, (accedido el 27.12.2015).

<sup>1455</sup> Fuente: "Beer in Malaysia", Londres, presentación del Estudio de Mercado de la consultora Euromonitor sobre la cerveza en Malasia, noviembre de 2014, 40 páginas, en la página web de la misma, en <URL: <http://www.euromonitor.com/beer-in-malaysia/report>>.

<sup>1456</sup> Fuente: Página Web de *Guinness Anchor Sdn Bhd* en Malasia.

<sup>1457</sup> Fuente: Ranking de cursos máster en negocios (MBA) de la revista *The Economist*, y Ranking de MBAs del diario *Financial Times*, en <URL: <http://www.economist.com/whichmba/full-time-mba-ranking?page=2>>, y en <URL: <http://rankings.ft.com/businessschoolrankings/global-mba-ranking-2015>>, (accedidos el 28.08.2015).

empresas británicas<sup>1458</sup> ofrecen una variedad de servicios en Malasia en este sector de servicios de empresa: desde bufetes de abogados, consultoras de RRPP o propiedad intelectual, a pequeños bufetes de consultores de negocios, auditores o inversiones o empresas inmobiliarias de élite (p. ej., la multinacional *Knight Frank* está presente en el mercado local) para la venta de propiedades en el Reino Unido y Australia (pocos malasios y singapurenses se han sentido atraídos por el mercado español, favorito de los súbditos de la metrópoli británica, lo que pueda ser una oportunidad de negocio para España en el largo plazo), orientados a las clases afluentes y al acompañamiento del personal expatriado anglosajón y europeo (desde mudanzas, a clubs privados).

En las seis primeras partidas de exportación británicas a Malasia, dominan los sectores de tecnologías medias y altas (partidas 84; 85; 90, 30 y 88 de la Tabla 40), y estas significan en torno al 70% de su exportación. La especialización de la exportación británica a Malasia en servicios de alto nivel, determina este patrón de exportaciones intensivas en tecnología. Llama la atención la subsidiaria de consultoría ferroviaria de la multinacional de ingeniería *Ballfour Beaty*<sup>1459</sup>, detrás de los proyectos de infraestructuras ferroviarias del Gobierno de Malasia, empresa a seguir por la competencia española por las oportunidades que se abren en el sector. A efectos de los intereses de España interesaría prestar atención a las partidas 88 de navegación aérea y espacial y la 93 de armamentos y equipamiento de seguridad en Malasia: la empresa *BAE Systems Malaysia*, fabricante del caza militar *eurofighter Typhoon*, en consorcio con empresas europeas incluidas españolas, esta al cargo la formación y mantenimiento de los *Hawk* de las fuerzas aéreas malasias (*RMAF*)<sup>1460</sup>, y está detrás de las ventas de hardware militar para propósitos navales. Por otra parte, es interesante mentar la presencia de la empresa *Augusta Westland*<sup>1461</sup>, ítalo-británica de helicópteros del grupo *Finmeccanica*, para formación y mantenimiento de helicópteros de la RMAF. Estas son empresas a las que les sigue la pista la española *Indra*<sup>1462</sup>, que ya tiene alguna presencia en Malasia por nuestra competitividad en términos de costes de producción, adecuada para Malasia, para la que probablemente aparezcan oportunidades, especialmente en defensa aérea, simuladores, control aéreo y otras aplicaciones militares de la electrónica profesional, así como en ciberseguridad para plantas energéticas (ofrecidos por *Augusta*). *Eurocopter* del consorcio *Airbus/EADS* también tiene planta de mantenimiento de helicópteros en *Subang Jaya*, Malasia.

Tanto en el sector ferroviario como en el de Defensa la mayor parte del stock anticuado de Malasia (trenes, armamento), es de origen británico y la mayor parte de los militares de alto rango, educados en el Reino Unido. En el caso específico de la Defensa, este es un sector prioritario en el punto de mira de *UKTI*, la agencia de promoción de exportaciones del Gobierno del Reino Unido: el Gobierno de Malasia estaría intentando re- centrar sus suministros en unos pocos proveedores en su programa de modernización de las fuerzas armadas, abandonando la diversificación de fuentes de armamento previa. La Marina malasia querría pasar de serlo de aguas de poca profundidad a ser operativa en aguas profundas, con voluntad de proyectar fuerza a más largas distancias, en concordancia con el panorama estratégico actual del Mar de China. El Ministerio de Defensa de

<sup>1458</sup> Fuente: Directorio de la Cámara de Comercio del Reino Unido en Malasia, 2015.

<sup>1459</sup> Fuente: Página Web de *Ballfour-Beaty*, en < URL: <http://www.balfourbeatty.com/index.asp?pageid=88> >

<sup>1460</sup> Fuente: Página Web de BAE Systems, en < URL: [http://www.baesystems.com/landing/BAES\\_046242/malaysia](http://www.baesystems.com/landing/BAES_046242/malaysia) >

<sup>1461</sup> Fuente: Página Web de *Augusta-Westland* Malaysia, en < URL: <http://www.leonardocompany.com/en/finmeccanica-nel-mondo/international-presence-2/malaysia-3?WT.ac=Malaysia> >, (todos los vínculos en esta sección fueron accedidos el 23.12.2015).

<sup>1462</sup> Fuente: Página de soluciones de Defensa para fuerzas aéreas de Indra, en < URL: <http://www.indracompany.com/en/industries/defense> > (todos los vínculos en esta sección fueron accedidos el 29.08.2015).

Malasia también habría manifestado su interés en equipamiento para la movilidad de las tropas malasias a nivel internacional y en casos de desastres humanitarios, estas ya participan en misiones humanitarias de NNUU en el Líbano, Yemen y el Sur de Filipinas. Malasia también estaría intentando atraer la implantación de industrias de Defensa en su territorio, lo que tiene coherencia dada su posición geográfica y rol estratégico en el comercio aéreo con sus dos operadores *Air Asia* y *Malaysian Airlines*, importantísimos en el transporte aéreo de la ASEAN, a los que sirve el consorcio europeo *Airbus* en *Sepang*, Selangor. Según UKTI, las importaciones malasias de armamento de 2006 a 2010 vendrían de Italia (24%); Reino Unido (23%); Brasil (21%); Alemania (6%)<sup>1463</sup>.

Tabla 40  
Comercio bilateral entre el Reino Unido y Malasia en miles de Euros, 20 primeras partidas  
(en gris, tecnologías bajas o medias bajas, en amarillo agroalimentarios en rosa, bienes suntuarios)

Código	Descripción del producto	Reino Unido exporta hacia Malasia		
		2010	2011	2012
<b>TOTAL</b>	<b>Todos los productos</b>	<b>1.431.785,75</b>	<b>1.679.539,62</b>	<b>1.826.445,58</b>
'84	Maquinas, reactores nucleares, calderas, aparatos y artefactos mecánicos.	409.221,5	377.446,65	436.979,91
'87	Vehículos automóviles, tractores, ciclos, demás vehic. terrestres, sus part	253.410,83	333.182,98	358.420,51
'85	Maquinas, aparatos y material eléctrico, sus partes; aparatos de grabaci	170.885,75	231.617,49	319.138,49
'90	Instrumentos, aparatos de óptica, fotografía, cinematografía, medida, contr.	71.436,04	76.166,94	96.144,55
'30	Productos farmacéuticos	45.027,92	45.678,05	56.875,74
'88	Navegación aérea o espacial	285,42	69.003,14	51.425,87
'73	<b>Manufacturas de fundición, de hierro o de acero</b>	<b>30.643,42</b>	<b>37.644,8</b>	<b>46.861,62</b>
'38	Miscelánea de productos químicos	27.493,3	47.944,65	39.863,64
'72	<b>Fundición, hierro y acero</b>	<b>78.560,89</b>	<b>81.030,4</b>	<b>39.495,86</b>
'39	<b>Materias plásticas y manufacturas de estas materias</b>	<b>30.033,42</b>	<b>43.773,3</b>	<b>34.998,48</b>
'48	<b>Papel, cartón; manufact. de pasta de celulosa, de papel/de cartón</b>	<b>23.255,74</b>	<b>26.166,05</b>	<b>32.151,86</b>
'93	Armas y municiones y sus partes y accesorios	101,67	21.556,03	26.611,01
'22	Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre	16.618,88	17.520,38	20.846,22
'33	<b>Aceites esenciales y resinoides; prep.de perfumería, de tocador</b>	<b>11.715,6</b>	<b>13.575,91</b>	<b>19.118,5</b>
'19	<b>Prep. a base de cereales, harina, almidón, fécula o leche; pastelería</b>	<b>13.275,22</b>	<b>13.455,29</b>	<b>16.528,47</b>
'78	<b>Plomo y manufacturas de plomo</b>	<b>1.075,39</b>	<b>4.747,87</b>	<b>14.939,15</b>
'40	<b>Caucho y manufacturas de caucho</b>	<b>12.473,2</b>	<b>11.322,23</b>	<b>14.599,35</b>
'49	<b>Productos editoriales, de la prensa/de otras industrias graficas</b>	<b>7.970,56</b>	<b>8.196,95</b>	<b>13.632,85</b>
'68	<b>Manufacturas de piedra; yeso; cemento; amianto, mica o materias análogas</b>	<b>19.766,74</b>	<b>22.024,86</b>	<b>13.391,81</b>
'76	<b>Aluminio y manufacturas de aluminio</b>	<b>11.543,9</b>	<b>25.273,63</b>	<b>11.070,81</b>
Fuente: Trademap, base de datos de comercio exterior de NNUU, 2014				

<sup>1463</sup> Fuente: "Ukti DSO Priority Market Brief: Malaysia", Kuala Lumpur, Delegación de UKTI, la agencia de promoción de exportaciones del Reino Unido en Malasia, nota informativa sobre el sector prioritario de armamentos de Malasia, 2011.

De cualquier modo, cualesquiera contratos tendrían que pasar por el *Ministerio de Defensa*, que estaba al cargo del mismo Primer Ministro de Malasia a la hora de escribir estas líneas. Nos referimos a *Najib Tun Razak*, sobre el que se han vertido una miríada de alegaciones de corrupción sobre el caso de los submarinos fabricados en España, los *Scorpene*. La impresión subjetiva es que la corrupción en el entorno *etnopopulista* del UMNO malayo (musulmán), es la primera variable a considerar a la hora de emprender estudios del mercado de armamento de Malasia, necesarios para las industrias españolas en Malasia (véase el epígrafe I.2.3). El ascenso chino y la rivalidad sino americana pueden ser determinantes del crecimiento del mercado del sector de la Defensa tanto en Malasia como en Singapur: los gastos en Defensa de ambas naciones probablemente sigan creciendo para acompañar el fuerte crecimiento del gasto militar chino: el gasto de Defensa sobre el PIB de Malasia es relativamente bajo (1.5%), frente al de Singapur (3.1%) y también lo es frente al de la RP China (2.1%), aunque sube marcadamente en el periodo 2014-2015. Según Reuters, asistiríamos a un incremento interanual "histórico"<sup>1464</sup>. Según la consultora *McKinsey*<sup>1465</sup> el gasto de la ASEAN (Malasia, Singapur y los demás), experimenta un crecimiento bastante respetable a escala global (4%), contrastable con el incremento del gasto de la RP China, mucho mayor (10%)<sup>1466</sup>. El alto crecimiento del gasto militar de todos los países BRIC, incluidas China e India; las altas tasas de crecimiento económico de la ASEAN; las necesidades de modernización del stock armamentístico, ante el creciente ritmo de innovación en el sector, y la voluntad de desarrollo de las industrias locales, serían los drivers detrás del posible crecimiento del gasto armamentístico en la ASEAN en los próximos años. Siempre según *McKinsey*, a excepción de Singapur altamente activo en la producción y la I+D+I del sector, que en 2014 habría decidido renovar su flota de aviones militares (contrato de 2400 millones de dólares USA para modernizar sus cazas F14 de fabricación norteamericana), los demás países ASEAN serían dependientes de la importación de tecnologías y hardware militares extranjeros. Además, la implantación de empresas de alta tecnología militar podría tener impactos de difusión de esas tecnologías en otros sectores industriales. *McKinsey* apunta al éxito de Turquía, para asegurarse la transmisión de tecnologías punta en su relación con las empresas extranjeras y desarrollar su sector de armamentos autóctono. Este es un aspecto que sin duda tiene apelación entre los planificadores y políticos malayos (musulmanes), bastante próximos a los turcos del *Gobierno Erdogan*. Singapur (1883 dólares) y Malasia (161) son los países con mayores gastos de defensa per cápita, y tienen el primer (9720 millones de dólares) y el tercer presupuesto de Defensa más altos (4700 millones) de la ASEAN, respectivamente. Indonesia, con el segundo (6870 millones), es un país bastante menos moderno y más pobre que Malasia, cuyas fuerzas armadas serían bastante más modernas y están mejor equipadas: Malasia mira lógicamente a Singapur con recelo, es lógico que desee su propio complejo industrial militar. Los países de la ASEAN significarían el segundo mercado importador de armamento a escala global. Además, Singapur (5°); Malasia (15°), Indonesia (25°) y Vietnam (27°) estarían entre los 30 primeros importadores mundiales de armamento, y en las importaciones de la ASEAN, Singapur y

---

<sup>1464</sup> Fuente: "*Research and Markets: Future of the Malaysian Defense Industry 2015-2020 - Market Attractiveness, Competitive Landscape and Forecasts*", comunicado de Prensa de la Agencia Reuters, 22. 04.2015, sobre el lanzamiento de un Estudio de Mercado comercial de la firma *Research and Markets*, sobre el mercado de Defensa en Malasia. El gasto en Defensa habría experimentado un incremento histórico en 2014, de 4700 millones de RM a 5400, creciendo un 3.66%, y se espera que alcance los 7200 en 2020.

<sup>1465</sup> DOWDY, JOHN et al., "South East Asia: the Next Growth Opportunity in Defense", Singapur, Consultora *McKinsey* Campus de Innovación de la Práctica Aeroespacial de la Consultora *McKinsey*, febrero de 2014, 17 páginas, pp. 1-16. Informe sobre el futuro del sector armamentístico en la ASEAN.

<sup>1466</sup> Fuente: Estadísticas del Banco Mundial, 2014.



Malasia suponen más del 56% del total. Aviones (40%); Barcos (36%); Misiles (10%); vehículos blindados (6%), resto de sectores (8%), es la distribución de la importación de armamento de la ASEAN en 2012. A parte de la venta por la empresa *DCNH Thales*, de los submarinos *Scorpene*, cuya fabricación fue subcontratada a la española *Navantia* a la *Marina de Malasia (RMN)*, se sabe que la RMAF cuenta con varios aviones de *EADS - CASA* fabricados en Indonesia con patente española. Según *McKinsey*, en términos de importaciones de Defensa, sólo es en Indonesia donde España tiene más fortuna en 2012: se vendieron 2 aviones CN-295 y 9 aviones C-295 de *EADS-CASA*, parte de una tradición de suministro de aviones españoles de transporte a hélice de *CASA* al Gobierno de Indonesia que viene de largo. Según el Agregado Militar de España en *Kuala Lumpur*, serían precisos bastantes medios y las RRPP a alto nivel especializadas: la escasez de medios y estrategias para estos propósitos de nuestra Diplomacia Económica en ambos países, podrían ser un escollo para la venta de más productos españoles, pudiendo haber espacio para vender patrulleras españolas: quizá hubiera oportunidades vendiendo embarcaciones militares o de guardacostas al Gobierno de Singapur<sup>1467</sup>. La Oficina Comercial de España en Malasia identifica el sector de "*material para defensa y seguridad*", como un sector de oportunidad<sup>1468</sup>.

## 2.2 Las relaciones económicas con Francia

Francia contaría con 600 filiales de empresas de todo tamaño, con una presencia notable de empresas multinacionales y casi 200 empresarios que emplearían a 40.000 personas en Singapur<sup>1469</sup>. Hay 11700 franceses registrados, pero se supone que residen unos 15000, luego la población francesa en Singapur se ha doblado desde 2008 (más de 7 veces la española). Existe una presencia de largo en una gran variedad de sectores de la economía local, con predilección por los sectores de la electrónica y tecnologías de la información; los servicios a empresas; la industria mecánica, la siderurgia y la defensa. Las grandes empresas francesas estarían bien posicionadas gracias a la obtención de contratos emblemáticos para la ciudad: Por ejemplo, el complejo deportivo *SportsHub*, construido por la empresa *Dragages (Boygues Construction)*. En el sector de la energía, la gran empresa *Alstom* tiene una presencia notable a través de la instalación y mantenimiento de centrales de gas, y en la construcción de infraestructuras de transporte: *Alstom* pone en marcha la primera línea automática de metro en Singapur en 2013 (la *Circle Line*). En el sector de alto interés estratégico de almacenamiento de energía, la empresa francesa *Geostock*, puso en marcha una instalación gigantesca de almacenaje subterráneo de hidrocarburos, en una joint venture con empresas singapurenses y holandesas: no existe más espacio en la mini isla Estado y las instalaciones lo son subterráneas. Finalmente, la empresa *Thales*, al control de aeropuertos y espacio aéreo, puso en marcha el sistema de control del espacio aéreo de Singapur, el LORADS II en 2014 (la competencia de la empresa española *Indra*, líder mundial en estos sectores de electrónica profesional).

La pregunta es ¿cómo es posible que las empresas españolas, líderes en estos sectores en los que destaca Francia en Singapur, sólo se hayan aprovechado marginalmente de la gran expansión de la construcción, de las infraestructuras y las plantas industriales y de generación y refino energético de Singapur? El ICEX, cree

---

<sup>1467</sup> Fuente: Entrevista con el Capitán de Navío, Javier Feal Vázquez, Agregado de Defensa de la Embajada de España en Malasia, en las oficinas de la embajada, Kuala Lumpur (05.06.2014).

<sup>1468</sup> Informe Económico y Comercial", Oficina Comercial de España en Kuala Lumpur, Malasia, 2014, 42 páginas, p. 34.

<sup>1469</sup> ANÓNIMO, "Présence française à Singapour et investissements bilatéraux", Singapur, Dirección General del Tesoro, Embajada de Francia en Singapur, nota informativa sobre inversiones bilaterales entre Francia y Singapur, 2015, 2 páginas.

que Hong Kong y su hinterland económico son "regiones por descubrir". La presencia española tanto en Malasia como en Singapur es francamente reducida, el patrón en toda Asia<sup>1470</sup>: aquí habría que reflexionar sobre Marketing y Diplomacia Económica y en las capacidades de financiación que entendemos sean ventajas competitivas de los franceses. El problema no parece ser ni ventaja en costes de producción, ni en calidad en puesta en marcha de proyectos de infraestructuras. La imagen de escasez de "atributos duros" de la Marca España frente al "savoir faire" francés o inglés, puedan tener mucho que ver con esta asignación, que entendemos algo irracional, en este tipo de contratación: la mayor tradición y presencia económica, la mejor aclimatación a las culturas políticas malayas y las redes de negocios chinas singapurenses de los hombres de negocios franceses e ingleses, con origen en el periodo colonial, es algo fuera de toda duda, pero no explica la escasa participación española en proyectos de envergadura. Como las grandes empresas británicas, las francesas traen consigo una cohorte de pequeñas sucursales y PYMEs de servicios a las empresas de infraestructuras (RRHH; marketing, ingeniería y finanzas), como *Mercuri Urval*, que podrían ser de interés para el sector de infraestructuras español. Esto es así ante el previsible crecimiento de la participación de empresas españolas a escala asiática en grandes proyectos, tanto para el reclutamiento de personal y la mejora de la productividad del trabajo en los servicios, como para otras áreas funcionales de la empresa: Singapur es la localización ideal para este tipo de servicios a escala regional.

El stock de inversiones francesas en Singapur (Tabla 22 (B)) es bastante más pequeño que el stock de inversiones tanto de empresas anglosajonas, alemanas u holandesas, pero enormemente mayor que las españolas: Según la Embajada Francesa, es el inversor número 18 en términos de IDE en 2013. y el sexto inversor europeo con 7495 millones de dólares en 2013. Las inversiones francesas supondrían un 1.5% del stock de IDE en Singapur, en disminución por las dificultades económicas en Francia bajo el Gobierno *Hollande*. En Singapur<sup>1471</sup> se concentra el 61% de la IDE francesa en la ASEAN en Singapur en 2013 (más de 7400 de los 12.200 millones de Euros invertidos en la ASEAN, y es el sexto inversor en términos de Stock en Singapur), los siguientes destinos de inversión serían Tailandia (2200 millones de Euros, donde habría que seguir la pista de las inversiones francesas futuras en el sector agroalimentario, en pos del interés español, dada la intensa cooperación a nivel agronómico con las universidades tailandesas<sup>1472</sup>), Indonesia (1.200 millones), Filipinas (709 Millones) y Vietnam (267 millones).

La crisis económica también estaría afectando un proceso de desinversión francesa a escala de la ASEAN, uno de los síntomas de la contracción de los flujos de inversión franceses a escala global que habrían pasado de 26400 millones de Euros en 2012, a 7600 millones de Euros en 2013. Las empresas francesas en la ASEAN tendrían problemas en la metrópoli afectada por la contracción de la demanda, estarían vendiendo activos y habrían repatriado capital. El proceso de repatriación de capitales habría sido bastante intenso desde 2012 a 2015: el stock de inversiones francés en Singapur se habría reducido un 7.8% en 2013, alcanzando los 8100 millones de Euros, entre otras causas por la deslocalización de actividades de "back office" a la India, con

---

<sup>1470</sup> ANÓNIMO, "Infraestructuras en Hong Kong", Madrid, Instituto Español de Comercio Exterior, ICEX, revista El Exportador, sección Mercados, nº 137 de enero de 2010, en página 2 (epígrafe "una región por descubrir").

<sup>1471</sup> Fuente: "Les Investissements directs français en ASEAN et à Singapour", Singapur, Dirección General del Tesoro, Servicio Económico Regional, nota informativa sobre inversiones de la Embajada de Francia en Singapur, 4 páginas, 2015.

<sup>1472</sup> AAVV, "Les politiques agricoles a travers le monde, quelques exemples", Paris, Francia, coordinado por el Bureau de Relaciones Internacionales del Ministère de Agriculture, Pêche y la Forêt, 2014, 6 páginas.

costes mucho más bajos. Además, Francia habría reducido sus inversiones en sectores de servicios bastante rentables en Singapur en los que España destaca: transporte y logística; servicios hoteleros y actividades científicas. El stock de IDE singapurense en Francia<sup>1473</sup> es relativamente limitado: 766 millones de Euros en 2013. Singapur es el primer inversor entre los países de la ASEAN en Francia y distribuye sus inversiones en el inmobiliario y la hostelería (*Capital Land Limited, Millenium Hotels Limited*); las nuevas tecnologías de la información y las telecomunicaciones, y sectores industriales. En términos financieros, la inversión singapurense sería sustancialmente mayor: Los fondos soberanos singapurense *Temasek* y *GIC* estarían entre los principales inversores en Francia, fundamentalmente a través de acciones en empresas listadas en el CAC 40 (el IBEX francés), títulos de deuda pública e inversiones inmobiliarias (inversión simbólica en las *Torres del Barrio de La Defense* en París). La principal filial singapurense sería la del grupo *Citadines* (apartahoteles), propiedad de Temasek. En el entorno de dificultades económicas del Gobierno Hollande en Francia (2012-2015), tb. se habría dado una contracción del stock de inversiones singapurense en Francia, que habrían caído de 1600 millones de Euros en 2011 a 766 millones de Euros en 2013. Francia desinvierte en Singapur, y vice versa, en sectores en los que España es competitiva: El estancamiento y limitaciones a la capacidad de emitir flujos de IDE desde Francia a la ASEAN, pueda abrir oportunidades para la empresa española en Singapur, al ritmo de la mejora en términos macroeconómicos de España de 2012 a 2015. A la inversa, el tipo de sectores en los que desinvierte Singapur en Francia, en los que España destaca, puedan ser una oportunidad para captar inversiones singapurense en España: lo que le da pábulo a indicios de posibilidades de inversión en España de los fondos soberanos singapurense, y oportunidades para la mejora de la reputación española como se discute en los epígrafes I.3.3 y III.3: como en las infraestructuras, los franceses como los británicos tendrían más presencia, reputación, mejor estrategia cooperación entre su Diplomacia Económica y el sector privado a la hora de captar la inversión de los fondos.

Una gran parte de las inversiones directas extranjeras francesas en Malasia<sup>1474</sup>, están relacionadas con grandes grupos que han establecido su sede regional en este país como: *Arkema* (productos químicos); *Lafarge* (cemento y materiales de construcción), y *Safrán* (alta tecnología aeroespacial, defensa y seguridad); *STMicroelectronics* (el gigante de la producción de semiconductores franco-italiano). Aunque Malasia cuente con la segunda economía de la ASEAN, en términos de PIB per cápita, y sea el segundo cliente de Francia en la ASEAN, este es el país que cuenta con el stock francés más pequeño de inversiones entre los países de la ASEAN<sup>1475</sup> (después de Brunei). Se habla de una cantidad muy pequeña, unos 82 millones de Euros. En el marco de desinversión francesa a escala de la ASEAN, Francia habría desinvertido en Malasia por cuarto año consecutivo: de 2010 a 2013, la desinversión en Malasia habría significado flujos de salida de capitales franceses repatriado del orden de -421 millones de Euros. La empresa de hipermercados y tiendas de conveniencia *Carrefour* habría vendido sus operaciones al grupo japonés *AEON*; la empresa *Lafarge* de materiales de construcción habría vendido una parte de sus participaciones en su filial malasia (es curioso que la empresa de cementos mejicana *Cemex*, competidora de Lafarge, sea cada vez más visible), y la empresa *Sogelease* habría

---

<sup>1473</sup> Fuente: "Présence française à Singapour et investissements bilatéraux", Singapur, Dirección General del Tesoro, Embajada de Francia en Singapur, nota informativa sobre inversiones bilaterales entre Francia y Singapur, 2015, 2 páginas.

<sup>1474</sup> QUIRY, PAUL, et al., "Les échanges commerciaux entre la France et la Malaisie en 2014", Kuala Lumpur, editado por Xavier Flamand, Servicio Económico de la Embajada de Francia en Malasia, 17.03.2015., 3 páginas, nota informativa sobre las relaciones comerciales bilaterales entre Francia y Malasia.

<sup>1475</sup> Fuente: "Les Investissements directs français en ASEAN et à Singapour", Singapur, Dirección General del Tesoro, Servicio Económico Regional, nota informativa sobre inversiones de la Embajada de Francia en Singapur, 4 páginas, 2015.

cerrado su filial malasia. Sin embargo, en el año 2012 la situación pueda haber cambiado, ante la apertura de una planta de productos químicos de la empresa *Arkema*<sup>1476</sup> en Malasia por 200 millones de dólares. Al igual que en Singapur ante el repliegue de la IDE francesa, se intuyen oportunidades para la inversión española en algunos sectores que Francia abandona, como son los supermercados y grandes almacenes. Las inversiones francesas tanto en Indonesia (3% anual de 2009 a 2012) habrían progresado lentamente hasta 2013, cayéndose en 2013, con una desinversión de -496 millones de Euros en ese sólo año (en los sectores manufactureros y de distribución); las empresas francesas habrían desinvertido en Vietnam (-53 millones en 2013), sobre todo en el sector de seguros y financiero, y habrían aumentado en Tailandia. Si bien ese mismo año cayeron las inversiones en Vietnam e Indonesia, suben espectacularmente en Tailandia con un flujo de 250 millones, amparado por la inversión en infraestructuras, como base para la reconstrucción tras la catástrofe de las inundaciones en Bangkok. La presencia en Indonesia sería relativamente reducida (160 empresas francesas implantadas), por los obstáculos políticos y legales a la implantación (las diferentes fuentes indican que con relación a Malasia, tanto Indonesia como Tailandia son mercados más complicados para la implantación). En comparación con otros países de la región, hay: 600 empresas francesas en Singapur; 300 en Vietnam, 250 en Malasia y 235 en Tailandia (esto probablemente sea así porque aunque las empresas francesas no mantengan altas inversiones en Malasia y Vietnam, si las utilicen como plataforma para delegaciones comerciales con alcance asiático, o como instrumento para ofrecer servicios). Francia mantendría stocks de inversión relativamente pequeños en Camboya (161 millones de Euros), Laos (160 millones) y Myanmar (168 millones). Pero el dinamismo de estas economías y sus menores costes de producción frente a los demás países de la ASEAN, estarían atrayendo la inversión francesa a la zona: El crecimiento de las inversiones en Laos lo habrían sido del 66% anual como media desde 2005, fundamentalmente en el sector hidroeléctrico, y también habrían crecido Myanmar, donde serían prioritarias las industrias extractivas: España cuenta con capacidades sobradas en ambos sectores. Sale inversión francesa de Singapur, Indonesia y Malasia, pero entra en Tailandia; Laos, Camboya y Myanmar y esto es importantísimo, cuanto menor intensidad tecnológica tiene el sector industrial, para los intereses de España.

Singapur es bastante importante para Francia<sup>1477</sup> a nivel comercial: el superávit de la balanza bilateral es muy favorable para Francia, significó 2200 millones de Euros en 2014, lo que significa una mejora nada desdeñable desde el año 2009 en el que se registraron 1900 millones de Euros. El excedente comercial de 2014 no se estaría desarrollando en una coyuntura favorable: las exportaciones habrían caído de 2013 a 2014, y el superávit de 2014 se explicaría fundamentalmente por la contracción de las exportaciones en un contexto de crisis económica en Francia, que caen un 7.2%. Existe una sobre dependencia de las exportaciones del sector aeronáutico a Singapur (*Airbus*), lo que explica cambios de gran magnitud en la exportación de un año a otro. Por tanto, lo que diferencia la oferta francesa de la alemana en 2014, es el alto componente de altas tecnologías aeronáuticas (partidas 88), combinado con el de aquellas industrias intensivas en Marketing y RRPP con bajo contenido tecnológico, como son: el brandy y los vinos espumosos franceses (partida 22, Tabla 41), que es la primera partida de exportación; la cosmética (partida 33, véase la sección 4.3, todo tipo de productos cosméticos desde *Clarins* a *Biotherm*); las manufacturas de cuero (partida 42), las perlas finas y piedras preciosas (joyería) y

---

<sup>1476</sup> Fuente: Página Web de la empresa Arkema en Malasia.

<sup>1477</sup> ANÓNIMO, "Les échanges commerciaux bilatéraux France - Singapour", Singapur, Dirección General del Tesoro, Servicio Económico Regional, nota informativa sobre el comercio bilateral de la Embajada de Francia en Singapur, 2 páginas, 2015.

las prendas y complementos de vestir (partida 62, de las grandes multinacionales francesas, la mayor parte en el sector de lujo con gran presencia en Malasia y Singapur, del tipo de *Chanel o Louis Vuitton*).

Es la relación entre Marketing de alto nivel, altos precios y calidades, lo que define aquellas partidas que afectan positivamente la imagen de Francia en Singapur y, Malasia, que se analizarán en comparación con las españolas en el capítulo IV. Las demás partidas de exportación francesas a Malasia y Singapur que coincidan con las 33 primeras partidas de exportación española al mundo, se analizarán comparativamente en los epígrafes III.1.2 y III.2.1. Como el Reino Unido, Francia utiliza a Singapur, como muestrario y plataforma de re exportación de todas sus industrias de lujo: cosméticos; cueros, bienes suntuarios, alcoholes, alimentos y delicatessen, a escala regional del Sudeste Asiático. La gran empresa *Airbus/EADS* (automáticamente "adjudicada" como empresa "francesa" por la Embajada Francesa, aunque sea un consorcio empresas europeas con apoyo público, que incluye capital español), le da servicio a las flotas comerciales de los aviones que produce para *Singapore Airlines* y *Tiger Air*, y en Malasia, para la competencia de la *Malaysian Airlines* y *Air Asia*<sup>1478</sup>. *Airbus/EADS* domina en el mercado singapurense frente a la americana *Boeing*, la competencia, y tiene cada vez más presencia en el sector de la defensa de Malasia. Esta es la segunda exportación francesa de bienes a Singapur y la segunda a Malasia.

También hay gran presencia, lógica, en el sector de delicatessen y agroalimentario, aparejado con el ocio y la hostelería, gracias al supuesto "*savoir faire*" francés, desde patés y quesos a vinos y viandas: la calidad de los "chefs" franceses expatriados al Sudeste Asiático dejaría bastante que desear, la hostelería y el turismo españoles son sectores de futuro en Malasia y Singapur y en toda la ASEAN, además de la antipatía que provoca el típico chauvinismo y xenofobia francesa en materias relativas a hostelería; restauración y similares, es una constatación basada en la experiencia sobre la calidad regular y altísimo precio de la oferta de servicios sobre el terreno. Lógicamente, estos sectores, donde España es muy competitiva, tb. son una gran oportunidad para España. Hablar el idioma francés es signo de prestigio y distinción tanto en Malasia como en Singapur (en un país donde tanto las jerarquías se respetan y las relaciones sociales son importantísimas, y todo lo francés se entiende como distinguido), suponemos que por influjo del cine norteamericano, no extraña pues que bastantes españoles con gustos afrancesados<sup>1479</sup> se aproximen a estas redes francesas de negocios para maximizar sus oportunidades profesionales, probablemente más inclusivas y próximas que las inglesas o americanas.

---

<sup>1478</sup> Fuente: entrevista a Manuel Juárez de la Rasilla Jefe de Ingeniería de Reparación de Estructuras, en el domicilio del doctorando, en Subang Jaya, Estado de Selangor (06.06.14, 14.00 h.).

<sup>1479</sup> Fuente: Entrevista con Nicolas Fraile Taboada, ex consultor de negocios de *Price Waterhouse Coopers* en Madrid (2010), ex consultor de formación para *Marcus Evans* en Malasia, empresario de hostelería en Malasia (13.08.13, 17.00 AM), en su restaurante, PISCO de Kuala Lumpur.

Tabla 41

Comercio bilateral entre Singapur y Francia en miles de dólares americanos  
(en gris tecnologías bajas o medias-bajas, en amarillo agroalimentarios y en púrpura suntuarios)

Cód.	Descripción del producto	Singapur importa desde Francia				
		210	2011	2012	2013	2014
<b>TOTAL</b>	<b>Todos los productos</b>	<b>7442244</b>	<b>8490571</b>	<b>9124646</b>	<b>8098634</b>	<b>8110891</b>
'22	Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre	791032	1018532	1109341	1265734	1297316
'88	Navegación aérea o espacial	1764666	1820968	532894	910144	1064605
'85	Maquinas, aparatos y material eléctrico, sus partes ;aparatos de grabación	1035184	1010068	944074	879633	1056073
'33	Aceites esenciales y resinoideos; prep. de perfumería, de tocador	707306	882961	851473	968943	1008195
'84	Maquinas, reactores nucleares, calderas, aparatos y artefactos mecánicos.	747889	745897	910487	816319	983842
'30	Productos farmacéuticos	512413	915731	774002	628898	512164
'42	Manuf.de cuero; articul. de guarnicionería, talabartería, viaje....	196176	247511	257067	329996	394130
'71	Perlas finas o cultivadas, piedras preciosas, semipreciosas y similares	89295	97800	184301	221398	251270
'38	Miscelánea de productos químicos.	208575	239002	217474	238423	223141
'90	Instrumentos, aparatos de óptica, fotografía, cinematografía, medida, contr	240563	150461	182189	219018	186371
'99	Materias no a otra parte especificadas	151478	182831	2107954	482617	122520
'27	Combustibles minerales, aceites minerales y prod.de su destilación	163042	257366	129276	197030	120472
'87	Vehículos automóviles, tractores, ciclos, demás vehic. terrestres, sus partes	31309	46350	70473	76571	92995
'29	Productos químicos orgánicos	257453	139627	116593	96361	81731
'39	Materias plásticas y manufacturas de estas materias	53013	62858	62903	75124	74992
'04	Leche y productos lácteos; huevos de ave; miel natural;	40706	56967	47654	58949	72186
'73	Manufacturas de fundición, de hierro o de acero	65976	79276	86426	81388	46114
'40	Caucho y manufacturas de caucho	28893	73360	59245	46387	40754
'62	Prendas y complementos de vestir, excepto los de punto	18809	29789	35860	35677	34513
'32	Extractos curtientes/tintóreos; taninos, sus derivados; pinturas	25645	26939	29730	27059	31918
'94	Muebles; mobiliario médico quirúrgico; artículos de cama y similares	15905	19576	23552	25910	27533
'34	Jabones, agentes de superficie orgánicos, preparac. para lavar, etc.	8469	9786	24737	24191	26573
'61	Prendas y complementos de vestir, de punto	14857	16855	22436	19255	19597
	Fuente: Trademap, base de datos de comercio exterior de NNUU, 2015					

El comercio de Malasia con Francia habría crecido sustancialmente de 2009 a 2014, aunque hubiera decrecido algo más del 7% de 2013 a 2014, alcanzando los 4200 millones de Euros en 2014. Malasia es el segundo socio comercial de Francia en la ASEAN, y la balanza de pagos es positiva para Francia desde 2012. Además, Francia es el segundo suministrador a Malasia de la Unión Europea después de Alemania en 2014 y el comercio es superavitario, en torno a 560 millones de Euros: en el ranking de excedentes comerciales franceses,

ocupa la posición número 16. Malasia es bastante más importante para Francia como suministrador y cliente que lo es para España. A diferencia de Singapur, en las primeras partidas de exportación francesa a Malasia (Tabla 42), sólo predominan las exportaciones de alta tecnología (como las partidas 88; 30, 90) en forma de la sobredependencia de las exportaciones en la venta de aviones del consorcio europeo *Airbus*, frente a las tecnologías de intensidad tecnológica media alta (84; 85, 87 y demás). La balanza de pagos francesa experimenta alteraciones considerables repentinas, en función de las órdenes de aviones *Airbus* y material aeronáutico de un año al otro. Sin embargo, como en Singapur, tb. existe una alta representación de sectores de bienes de consumo suntuario intensivos en baja tecnología y Marketing (alto precio y calidad, suntuarios y de lujo), determinantes de la visibilidad y la calidad de la marca país francesa en Malasia, como son los de las partidas 22; 33, 42 y la 71.

Tabla 42 (A)  
Comercio bilateral entre Malasia y Francia en miles de dólares americanos  
(en gris tecnologías bajas o medias-bajas, en amarillo agroalimentarios y en púrpura suntuarios)

Cód.	Descripción del producto	Malasia importa desde Francia				
		2010	2011	2012	2013	2014
<b>TOTAL</b>	<b>Todos los productos</b>	<b>1950104</b>	<b>3475161</b>	<b>4215101</b>	<b>4274415</b>	<b>3808210</b>
'88	Navegación aérea o espacial	626627	1697061	2616123	2654596	2318360
'85	Maquinas, aparatos y material eléctrico, sus partes; aparatos de grabación	435739	642181	334335	381656	210848
'84	Maquinas, reactores nucleares, calderas, aparatos y artefactos mecánicos.	154521	193155	255456	245152	198286
'22	Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre	93296	128521	147035	151723	161887
'30	Productos farmacéuticos	83650	116956	117882	124267	127392
'33	Aceites esenciales y resinoides; prep.de perfumería, de tocador	76267	79577	77556	69548	75925
'04	Leche y productos lácteos; huevos de ave; miel natural;	27523	39663	40557	45793	61013
'90	Instrumentos, aparatos de óptica, fotografía, cinematografía, medida, contr	40952	48318	59334	64696	61002
'87	Vehículos automóviles, tractores, ciclos , demás vehic. terrestres, sus partes	25757	44750	58304	43932	51313
'27	Combustibles minerales, aceites minerales y prod.de su destilación	5291	5200	7224	6656	50752
'42	Manuf.de cuero; articul.de guarnicioneria, talabarteria, viaje...	5704	18008	39961	50753	48998
'73	Manufacturas de fundición, de hierro o de acero	17147	50153	42635	38001	39922
'39	Materias plásticas y manufacturas de estas materias	28554	37333	53195	31945	37700
'71	Perlas finas o cultivadas, piedras preciosas, semipreciosas y similares	5410	18914	6257	19439	28995
'29	Productos químicos orgánicos	21677	24067	21912	23701	23654
'99	Materias no a otra parte especificadas	14096	20171	24042	19603	19817
'48	Papel, cartón; manufact. de pasta de celulosa, de papel/de cartón	15584	13222	12820	34038	18957
'38	Miscellaneous chemical products.	24527	17806	17730	16415	17941
'70	Vidrio y manufacturas de vidrio	7423	10138	11576	16175	16111
'40	Caucho y manufacturas de caucho	12352	16233	17383	16075	16006
'72	Fundición, hierro y acero	10724	22551	31604	11539	15781
'21	Preparaciones alimenticias diversas	10683	15215	15243	15057	14216

Fuente: Trademap, base de datos de comercio exterior de NNUU, 2015

Por categorías de productos entendemos que existen indicios de oportunidades en nichos concretos para la empresa española en casi todas las categorías de las exportaciones francesas, excluida la exportación de aeronaves completas (Tabla 42 (B)). Finalmente, Las importaciones francesas de Malasia, determinada por la sobre especialización exportadora malasia en hidrocarburos, productos electrónicos y eléctricos habrían decrecido en el año 2014: más de dos tercios lo serían de productos de las partidas 84 y 85 (68%); los productos de caucho, plástico y minerales diversos (7.20%); los medios de transporte; los productos de las industrias agroalimentarias (4.50%, aceite de palma; frutas tropicales y otros); y los productos químicos y cosméticos (3.50%). La importación tanto de cosméticos como de material de transporte induce a pensar en deslocalizaciones de actividades productivas en Francia, en forma de subcontratación a empresas malasias (posiblemente interesantes para España).

**Tabla 42 (B)**

Exportaciones francesas a Malasia por categorías de productos, 2014

Categoría de productos	Porcentaje total de las exportaciones en 2014
Medios de transporte (aviones, automóviles, etc.)	64.8%
Equipamientos mecánicos, material eléctrico, electrónico e informático	16.9%
Productos de la industria agroalimentaria	5.9%
Productos químicos, perfumes y cosmética	3.4%
Productos farmacéuticos	2.3%
Productos metálicos y metalúrgicos	2.0%
Productos de caucho, plástico y productos minerales diversos	1.5%
Textiles; vestido, cuero y zapatos	1.0%
Fuente: Embajada de Francia en Malasia, 2014	

### 2.3 Las relaciones económicas con Italia

Ni Singapur ni Malasia, son mercados grandes para la exportación de Italia, aunque experimenten altas tasas de crecimiento, y tampoco lo es el Este de Asia en general<sup>1480</sup>. La participación de esta gran potencia comercial en el comercio del Este Asiático está por debajo del 1% del total de su comercio mundial. Además, fuera de Europa, la presencia relativa de Italia frente a otras potencias es mucho más alta, p. ej., en el Norte de África u Oriente Medio. El comercio con los países de la ASEAN sería aún más reducido (Tabla 61). Sin embargo, el crecimiento del comercio italiano con el Este de Asia habría sido significativo: los mercados europeos (principal destino de exportaciones italianas, el 50%) se contraen de 2009 a 2015, y estos junto con los norteamericanos pierden porcentaje de participación en el comercio mundial (aunque crece la exportación

<sup>1480</sup> AAVV, "Italy and the World, Summary of the Report 2013-2014", Roma, coordinado por Gianpaolo Bruno, informe sobre el sector exterior italiano del grupo de trabajo del Departamento de Planificación Estratégica del Istituto de Commercio Estero (ICE), Gobierno de Italia, noviembre de 2014, 53 páginas, pp. 12-20.



italiana a EEUU y el número de empleados de empresas italianas en ese país). Por otra parte, crecen todos los emergentes, incluidos los asiáticos.

El comercio de Italia con Singapur es más pequeño que el de Singapur con todos los demás países de la Europa Occidental considerados en este capítulo menos España, pero ha crecido muy intensamente de 2010 a 2015, como se puede percibir en la Tabla 43. Por otra parte, la durísima crisis económica Italiana (el PIB cayó a niveles del año 2000 en el año 2013), al compás de la española, y por tanto la mejora de sus precios relativos (los precios de exportación bajan frente a precios de importación y mejora la competitividad de 2009 a 2013), habrían contribuido a la reciente mejora de la balanza de pagos (2012 en adelante). Sin embargo, la mejora de las balanzas de pagos se habría explicado más por la contracción de las importaciones que por el dinamismo de las exportaciones. La posición financiera neta italiana ha caído a niveles del -32% del PIB. En suma, la economía italiana, como la francesa, estarían, según sus instituciones públicas, en un mal momento.

**Tabla 43**

Saldo Comercial de Italia con el mundo y los países de la ASEAN en miles de dólares

Socios	2010	2011	2012	2013	2014	Expor 2014	Import 2014
Mundo	40144542	35575686	12424735	38758750	56708832	528368362	471659530
ASEAN	-1448755	-1953312	258923	271876	266407	9457425	9191018
<b>Singapur</b>	<b>1512402</b>	<b>2040260</b>	<b>2116940</b>	<b>2218610</b>	<b>2497744</b>	<b>2801318</b>	<b>303574</b>
Tailandia	-485987	-334618	471927	471345	-48825	1687196	1736021
Indonesia	-1895936	-2604827	-1096912	-1040044	-1067094	1584503	2651597
Malasia	<b>-37201</b>	<b>-78829</b>	<b>322754</b>	<b>431430</b>	<b>647656</b>	<b>1553101</b>	<b>905445</b>
Viet Nam	-409706	-994909	-1693958	-1997797	-2014678	972185	2986863
Filipinas	-93633	105353	214337	323104	335053	582967	247914
Myanmar	12714	11764	15329	46345	110258	153079	42821
Brunei	10313	19699	50078	39531	58528	60233	1705
Camboya	-62767	-108241	-127690	-208386	-244298	52064	296362
Laos	1046	-8964	-13882	-12262	-7937	10779	18716

Fuente: Trademap, base de datos de comercio exterior de NNUU, 2015

La isla Estado<sup>1481</sup> es el principal país destinatario de exportaciones italianas en el área ASEAN, con el mayor saldo comercial acreedor en Asia y en la zona ASEAN, en torno a los 2500 millones de dólares en 2014, y le sigue el saldo comercial con Malasia, cercano a los 650 millones de Euros: Malasia y muy especialmente Singapur, son un negocio excelente para Italia. Son estos dos países con mayor nivel de desarrollo económico y tecnológico en el ámbito de la ASEAN los que son capaces de comprar productos italianos de alto valor añadido, diseño, calidad, precio y tecnologías medias altas o altas. Los principales productos importados por Italia de Singapur en 2011 serían, en orden de importancia: 1º productos químicos; 2º maquinaria, 3º productos energéticos; 4º productos petrolíferos refinados; 5º productos alimentarios y 6º materias plásticas.

<sup>1481</sup> Fuente: "Rapporti Commerciali, Italia-Singapore", Singapur, nota informativa de la Embajada de Italia en Singapur sobre las relaciones comerciales entre ambos países, septiembre de 2012, 7 páginas.

**Tabla 44**

Comercio bilateral entre Italia y Singapur en miles de dólares americanos  
(en gris tecnologías bajas o medias-bajas, en amarillo agroalimentarios y en púrpura suntuarios)

Cod.	Descripción del producto	Italia exporta hacia Singapur				
		2010	2011	2012	2013	2014
<b>TOTAL</b>	<b>Todos los productos</b>	<b>1818962</b>	<b>2435019</b>	<b>2445049</b>	<b>2520910</b>	<b>2801318</b>
'84	Maquinas, reactores nucleares, calderas, aparatos y artefactos mecánicos.	516508	614708	607770	752793	652612
'27	<b>Combustibles minerales, aceites minerales y prod.de su destilación</b>	<b>111261</b>	<b>247421</b>	<b>159649</b>	<b>61430</b>	<b>285436</b>
'85	Maquinas, aparatos y material eléctrico, sus partes; aparatos de grabación	248308	266994	243183	239681	223149
'42	<b>Manuf.de cuero; articul.de guarnicioneria, talabartería, viaje...</b>	<b>41059</b>	<b>73572</b>	<b>101876</b>	<b>130240</b>	<b>150509</b>
'73	<b>Manufacturas de fundición, de hierro o de acero</b>	<b>73164</b>	<b>165457</b>	<b>141578</b>	<b>133068</b>	<b>139979</b>
'88	Navegación aérea o espacial	3909	5277	56841	140441	132282
'87	Vehículos automóviles, tractores, ciclos, demás vehículos. terrestres, sus part	104087	133750	141932	121990	124997
'93	<b>Armas y municiones y sus partes y accesorios</b>	<b>238</b>	<b>581</b>	<b>44013</b>	<b>16367</b>	<b>101113</b>
'38	Miscelánea de productos químicos	63313	80000	82071	82178	92955
'90	Instrumentos, aparatos de óptica, fotografía, cinematografía, medida, control	84015	86793	89991	81166	80038
'39	<b>Materias plásticas y manufacturas de estas materias</b>	<b>68251</b>	<b>77937</b>	<b>67222</b>	<b>63847</b>	<b>70889</b>
'94	<b>Muebles; mobiliario médico quirúrgico; artículos de cama y similares</b>	<b>63228</b>	<b>78356</b>	<b>74839</b>	<b>69862</b>	<b>68122</b>
'33	<b>Aceites esenciales y resinoides; prep.de perfumería, de tocador</b>	<b>53016</b>	<b>57055</b>	<b>55797</b>	<b>65230</b>	<b>66701</b>
'89	Navegación marítima o fluvial	8610	65322	39504	18491	65376
'71	<b>Perlas finas o cultivadas, piedras preciosas, semipreciosas y similares</b>	<b>42123</b>	<b>51273</b>	<b>53784</b>	<b>66058</b>	<b>59242</b>
'64	<b>Calzado, polainas, botines y artículos análogos y sus partes</b>	<b>21449</b>	<b>31073</b>	<b>31818</b>	<b>46381</b>	<b>45338</b>
'62	<b>Prendas y complementos de vestir, excepto los de punto</b>	<b>25895</b>	<b>36772</b>	<b>34787</b>	<b>45870</b>	<b>44184</b>
'29	Productos químicos orgánicos	27027	46212	38887	29083	31587
'22	<b>Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre</b>	<b>15127</b>	<b>21310</b>	<b>24652</b>	<b>25560</b>	<b>28761</b>
'18	<b>Cacao y sus preparaciones</b>	<b>7697</b>	<b>13131</b>	<b>17361</b>	<b>17173</b>	<b>22241</b>
'69	<b>Productos cerámicos</b>	<b>13255</b>	<b>18081</b>	<b>20542</b>	<b>21914</b>	<b>20851</b>
'68	<b>Manufacturas de piedra, yeso, cemento, amianto, mica o materias análogas</b>	<b>25500</b>	<b>23879</b>	<b>22199</b>	<b>20175</b>	<b>17508</b>
'72	<b>Fundición, hierro y acero</b>	<b>15548</b>	<b>18940</b>	<b>20460</b>	<b>17452</b>	<b>17257</b>
Fuente: Trademap, base de datos de comercio exterior de NNUU, 2015						

Italia también tiene una gran presencia en Singapur en el sector de los bienes de consumo suntuario de lujo de alta gama, por sus altos niveles de vida: moda; mobiliario; agroalimentario, y bien sean las típicas marcas italianas de automóviles: *Ferrari*; *Maserati*, *Lamborghini*, también se venden modelos *Fiat-Chrysler* y *Alfa Romeo* de menor precio y calidad, en mucha menor proporción que alemanes o japoneses (partida 87)<sup>1482</sup> (con

<sup>1482</sup> Fuente: Nota informativa de la Cámara de Comercio e Industria Alemana en Singapur del mercado de la automoción, 2014, 3 páginas.

mayor presencia en Malasia, con menores niveles de vida). La representación de las empresas de moda de lujo, tanto en Singapur como en Malasia, es apreciable, y es posible que España tenga grandes posibilidades compitiendo con empresas de alto nivel que aumentan la visibilidad de la Marca Italia como *Salvatore Ferragamo; Prada; Gucci; Armani, Armani Exchange y Hermenegildo Zegna*, como se analizará en los epígrafes IV.2, IV.3 y IV.4: los problemas en el Marketing del producto español de gran calidad, empiezan con la ausencia de marcas españolas de prestigio (partidas 42; 33; 71, 64 y 62 en la Tabla 44).

La alta presencia de productos italianos de lujo, de alto precio y calidad hace ganar bastante visibilidad y enteros a la marca Italia especialmente en Singapur: la asociación de la marca Italia a estos sectores es un trabajo excelente de las agencias de promoción y empresas italianas en la región. La imagen de Italia y Francia en mercados marquistas, elitistas y con culturas jerárquicas como Singapur y Malasia, la aprehenden sobre todo las mujeres, y estas probablemente sean chinas (véanse los epígrafes IV.2 y IV.4 para una explicación más detallada). Llama la atención que la cuarta partida de la exportación italiana sean los bolsos, las carteras y los productos de cuero, luego aquí habría que recordar la calidad excepcional del producto español de piel como puedan ser los de *Ubrique* (como veremos en el epígrafe IV.2, la española *Loewe*, compite en este submercado en Singapur y Malasia, aunque dependa de un grupo extranjero, el resto del producto español es apreciado por calidad, pero con un Marketing que lo hace imperceptible). Por partidas, los bolsos, carteras y productos de cuero (partida cod. 42); los cosméticos (33); las perlas finas y cultivadas, piedras preciosas joyas (71); el calzado (64), y las prendas textiles de moda (62) ya significan más del 13% de la exportación italiana a Singapur, y si se le añadiera el mobiliario de calidad (dentro de la 94) y las bebidas alcohólicas italianas importadas (22), que en estos países son un consumo de las clases medias y altas, la proporción sería bastante mayor. La pasta, la pizza, el aceite de oliva y la idea de restaurante mediterráneo es un negocio netamente "*italiano*" en esta parte de Asia: España podría perfectamente hacerle la competencia a marcas con gran presencia como *Barilla* (italiana). Identificamos oportunidades para España, con una inversión en *merchandising* considerable para empresas como el *Grupo Gallo* fabricante de *Pastas Gallo* y *Avecrem*. La pasta italiana tiene la misma textura que los *tallarines chinos*, que se consumen de forma masiva en toda Asia con caldos en sobre y pastillas.

En la exportación italiana a Malasia, mucho más próxima a la exportación alemana; francesa y británica dominan las tecnologías altas y medias altas (las partidas 84; 85; 88; 90; 30, 87 y 28 significan casi el 70% de las exportaciones italianas a Malasia). A estas partidas les siguen aquellas con contenido intensivo en Marketing y bajas tecnologías, que generalmente incluyen un componente de alta calidad y/o diseño y/o de consumo suntuario, con gran impacto en la imagen país (partidas 71; 42; 41; 43, 64 y otras), a las que por la condición de país en desarrollo de Malasia, se le podrían añadir la 21 y 94. El mix particular de la exportación italiana, de tecnologías más altas por un lado, y por el otro de productos con mayor intensidad en Marketing; visibilidad, diseño, consumo suntuario e impacto en la marca país (Tabla 44 y Tabla 45), es interesante para España por el bajo contenido en tecnología; calidad y diseño en los productos exportados por España a Malasia y Singapur<sup>1483</sup> (Tabla 69, en epígrafe III.1.2). Este patrón contrasta con el de la exportación española global, con un mayor

---

<sup>1483</sup> AAVV, "El comercio exterior español en 2013", Madrid, editado por la Secretaría General Técnica, Secretaría de Estado de Comercio de España, Boletín Económico de Información Comercial Española, nº 3053, julio de 2014, p. 76-79. La clasificación de sectores utilizada en todo el estudio es la utilizada por la Secretaría de Comercio en esta publicación. La comparación con Singapur se realiza en el epígrafe III.1.2.

componente de tecnologías medias altas y altas, lo que refuerza la impresión de desconocimiento de los atributos "duros" de las marcas, productos y servicios españoles en Malasia y Singapur. Esto se intentará demostrar, primero (epígrafes III.1.2 y III.2.1), en la comparación de las 30 primeras partidas de exportación españolas al mundo, con las exportaciones españolas, italianas y francesas de esas partidas a Malasia y Singapur. Después, se seguirá la pista por partidas y estudios de mercado de los productos italianos y franceses con mayor contenido en Marketing (epígrafes IV.2, IV.3 y IV.4), a la búsqueda de oportunidades para la empresa española, de interés clave para España, a efectos de imagen país en el Sudeste Asiático. Además, en términos de porcentaje, Italia es el país cuyas exportaciones a Malasia crecen más (46.4%) después de las españolas (114%) y francesas (75%) de 2010 a 2014 entre las grandes potencias comerciales europeas consideradas en el estudio. La proximidad estructural de la economía italiana a la española y la cercanía cultural, puedan abrir caminos para explorar oportunidades para la exportación y la implantación españolas en la región.

Entre las empresas italianas más importantes en Singapur en 2012 se encuentran: la italo-francesa *ST Microelectronics* de electrónica (circuitos integrados, subsistemas y semiconductores), el primer productor europeo y el quinto mundial, la mayor inversión directa italiana en el país, que desde 1970 tiene presencia en el país con cinco plantas de producción. *Prysmian Cables and System* (antiguamente *Pirelli Cavi*), que produce cables de alta tecnología para aplicaciones en el sector de la energía y las telecomunicaciones, tiene sus cuarteles asiáticos en Singapur. En Singapur habría unos 2000 ciudadanos italianos, una proporción parecida a la de españoles en función a la mayor población total de Italia con relación a la española, y en Singapur operarían 160 empresas que utilizarían la isla Estado como base regional para controlar sus operaciones en toda el área de Asia Pacífico. El *Grupo Pirelli*, que vende neumáticos en toda la ASEAN y se procura del caucho en las plantaciones en los países de la ASEAN (Malasia es el cuarto productor mundial y de la ASEAN, detrás de Tailandia; Indonesia y Vietnam); *AGIP Trading and Shipping Spa*, adquisición y venta de productos petrolíferos, es la división de trading del *Grupo ENI*, la empresa de gas y petróleos que compite con las españolas *Repsol* y *Cepsa* a escala global, la primera de las cuales tiene sucursal para trading de hidrocarburos en Singapur (en paralelo a la importancia de la ASEAN como productor de crudo (Malasia e Indonesia) y Singapur como nodo regional de la industria, para su reexportación al Este de Asia y la India). Además, la multinacional italiana *Indesit*, dirige la comercialización de productos de climatización, almacenamiento y calentamiento de agua desde Singapur al área Asia Pacífico, y coordina sus cuatro establecimientos productivos en Asia. Finalmente, *Meridionale Impianti*, en la construcción de maquinaria y aparatos de alta tecnología, y apoyo en el diseño de plantas para la industria electrónica, entre sus clientes está la empresa *ST Microelectrónica*, en el párrafo anterior.

En lo relativo a la construcción, donde España es bastante competitiva y lleva años exportando a estos mercados, está la empresa de materiales de construcción *Mapei*, con su delegación comercial para Asia en Singapur y un establecimiento productivo; *Richetti*, baldosas cerámicas de lujo para pavimentos y revestimientos; *Coim* (productos químicos); *Italmec Industry Singapore* (grúas, manipuladores, brazos mecánicos para aplicaciones industriales); *Piaggio*, la empresa de motocicletas *Vespa*, que coordina sus actividades comerciales para todo Asia en Singapur; *Carlo Gavazzi Automation* (sensores; interruptores, capacitadores, material eléctrico y optoelectrónica); la multinacional *Perfetti Van Melle* (golosinas, que compró a la española *Chupa Chups* y por tanto sus plantas en China), que coordina sus seis plantas en Asia desde

Singapur, así como sus actividades comerciales (aquí sí que entendemos existen oportunidades para implantación de España tanto en Malasia o Indonesia, por influencia de los gustos de los países de la Commonwealth Británica, el mercado es enorme y la calidad del producto local, mediocre, empezando por el chocolate). *Telecom Italia*, que ofrece su red de comunicaciones *Sparkle* a clientes singapurenses como proveedor de servicios completos (la española *Telefónica*<sup>1484</sup>, acaba de abrir su delegación en Singapur, que piensa utilizar para expandir sus operaciones asiáticas).

**Tabla 45**

Comercio bilateral entre Italia y Malasia en miles de dólares americanos, 23 primeras partidas  
(en gris tecnologías bajas o medias-bajas, en amarillo agroalimentarios y en púrpura suntuarios)

Cod	Descripción del producto	Malasia importa desde Italia				
		2010	2011	2012	2013	2014
<b>TOTAL</b>	<b>Todos los productos</b>	<b>1415713</b>	<b>1649095</b>	<b>1709044</b>	<b>1863977</b>	<b>1783157</b>
'84	Maquinas, reactores nucleares, calderas, aparatos y artefactos mecánicos.	328571	420208	512792	535358	579281
'85	Maquinas, aparatos y material eléctrico, sus partes; aparatos de grabación.	410104	382504	384224	401193	348121
<b>'73</b>	<b>Manufacturas de fundición, de hierro o de acero</b>	<b>76319</b>	<b>61066</b>	<b>91275</b>	<b>124478</b>	<b>103941</b>
'88	Navegación aérea o espacial	126021	172712	86865	106378	98799
'90	Instrumentos, aparatos de óptica, fotografía, cinematografía, medida, control	40959	51612	65355	84980	69365
'30	Productos farmacéuticos	39687	48484	50539	54685	60287
'87	Vehículos automóviles, tractores, ciclos, demás vehic. terrestres, sus partes	36666	39126	51661	57154	48214
'28	Prod. químicos inorgánicos; compuestos inorgánicos/orgán.de los metales	26317	41231	22692	46902	42664
'71	Perlas finas o cultivadas, piedras preciosas, semipreciosas y similares	1834	11663	26757	42466	33035
'42	Manuf.de cuero; articul.de guarnicioneria, talabartería, viaje...	16760	25276	28225	29558	30769
'39	Materias plásticas y manufacturas de estas materias	21039	28663	31912	26347	29167
'41	Pieles (excepto la peletería) y cueros	19890	24632	25330	26357	25987
'38	Miscelánea de productos químicos	23101	32295	33075	29726	25318
'21	Preparaciones alimenticias diversas	3072	2555	12708	26137	25266
'33	Aceites esenciales y resinoides; prep.de perfumería, de tocador	17458	16061	14835	15512	18402
'29	Productos químicos orgánicos	16972	16302	18011	16567	16916
'99	Materias no a otra parte especificadas	16110	18314	17781	16064	16459
'94	Muebles; mobiliario médico quirúrgico; artículos de cama y similares	13154	14405	13954	12327	14514
'40	Caucho y manufacturas de caucho	20962	24101	23383	16403	13151
'72	Fundicion, hierro y acero	13490	16370	19232	12268	12003
'64	Calzado, polainas, botines y artículos análogos y sus partes	6303	10571	9859	7906	10995
'18	Cacao y sus preparaciones	14471	19671	20969	17606	10664
'32	Extractos curtientes/tintóreos ;taninos, sus derivados; pinturas	14583	11434	10184	15073	10326
Fuente: Trademap, base de datos de comercio exterior de NNUU, 2015.						

<sup>1484</sup> Fuente: "Telefónica Global Solutions targets new growth in Asia with a new office in Singapore", Madrid, Londres y Singapur, Comunicado de prensa de la empresa Telefónica, 12.11. 2013.

Finalmente, en el sector financiero están presentes los bancos *Intesa Sanpaolo* y *Unicredit*, que como los bancos españoles destacados en la zona no ofrecen servicios de retail, son oficinas de representación al cargo de clientes corporativos, para propósitos de comercio exterior e industriales. Finalmente, existiría una presencia italiana en el transporte marítimo por la importancia del nodo singapurense en este sector a escala global: en los cruceros turísticos, a través de la empresa *Costa Cruceros* y *Silversea*. También operarían otras tres empresas, *D'amico Shipping Singapore*, en el fletamento de barcos silo y petroleros; *Siba Ships*, líder mundial en transporte de animales, y *Fratelli Cosulich*, en el bunkering.

## 2.4 Las relaciones económicas con Alemania

Alemania supone el 20% del comercio de Singapur con la Unión Europea, como primer exportador europeo a Singapur. *IE Singapore*, la agencia de promoción de la internacionalización de las empresas singapurenses, tiene una sucursal en Frankfurt desde las que centraliza sus actividades industriales en Europa y otra en Londres: a la hora de escribir estas líneas ni *IE Singapore*<sup>1485</sup>, ni *Matrade*, su equivalente de Malasia, contaban con una oficina de representación en Madrid o en Barcelona con alcance iberoamericano (todo lo relativo a España en *Matrade* se lleva desde París), algo que sería bastante útil para ampliar el comercio bilateral y redes de contactos. Los sectores de tecnologías medias altas dominan la exportación alemana a Singapur, y las altas y medias altas dominan las diez primeras partidas de exportación (84; 85; 87; 90; 29, 88 en la Tabla 46). En la implantación o exportación alemana en Malasia tb. predominan los sectores industriales de tecnologías medias altas (que tb. significan la mayor proporción de las exportaciones españolas globales), lo que induce a pensar que estudios exhaustivos sobre la presencia industrial alemana en Malasia (Tabla 47), pudieran llevar a pistas para orientar la exportación e implantación españolas a Malasia y Singapur, escoradas a las tecnologías bajas y medias (véanse los epígrafes III.1.2 y III.2.2).

Dada la competitividad de la industria alemana, la importancia de su base exportadora y la tensión competitiva en términos de maquinaria eléctrica y mecánica, utillaje y otros sectores de media y alta tecnología como la automoción (3ª partida de exportación alemana a Singapur), no es extraño que el Acuerdo de libre Comercio (ALC) entre Singapur y la UE de 2012<sup>1486</sup>, en paralelo con la negociación establecida con Malasia y otros países ASEAN, se vea con buenos ojos desde la Oficina Comercial de Alemania en Singapur<sup>1487</sup>: con este acuerdo desaparecerían las barreras al sector de la automoción (85), financiero y las barreras a la industria electrónica, las energías renovables y la contratación pública (véase la sección 2.4.1 sobre el comercio de servicios). En el comunicado de esta Oficina se expresa: "*Estas son muy buenas noticias para la economía alemana*", otra cosa es que también comenten que, según un Informe de la Comisión Europea, gracias a este

---

<sup>1485</sup> Fuente, sitios web de *Matrade* y *IE Singapore*, en la sección red de oficinas internacionales (10.09.2015)

<sup>1486</sup> Fuente: Anexo 2-B, "Memorandum", en "EU-Singapore Free Trade Agreement. Authentic text as of May 2015", Singapur y Bruselas, Texto del acuerdo de libre comercio entre la Unión Europea y Singapur a mayo de 2015, 29 de junio de 2015, en la página Web de la Unión Europea, en: <URL: <http://trade.ec.europa.eu/doclib/press/index.cfm?id=961>>, (accedida el 19.08.2015).

<sup>1487</sup> Fuente: "EU-Singapore Trade Agreement", en la página Web de la Embajada de Alemania en Singapur, en <URL: [http://www.singapur.diplo.de/Vertretung/singapur/en/05/seite\\_freihandelsabkommen\\_eu\\_sgp.html](http://www.singapur.diplo.de/Vertretung/singapur/en/05/seite_freihandelsabkommen_eu_sgp.html)>, (20.08.2015)

acuerdo las exportaciones singapurenses se espera que crezcan más del doble de rápido (3400 millones de Euros) que las exportaciones europeas a Singapur (1400 millones) en los próximos diez años: no se sabe si es una visión netamente nacionalista sobre la economía europea o que los alemanes creen en la "*destrucción creativa del capitalismo*". Donde está claro que pueda haber ganancias para Alemania con el ALC es el sector de la automoción: La empresa automovilística *Mercedes Benz* (Grupo Daimler)<sup>1488</sup>, ya ensambla algunos modelos en el mercado asiático desde Indonesia, y *BMW* utiliza una empresa con socios malasio para el ensamblaje de partes importadas de Alemania en Malasia<sup>1489</sup>. Símbolos de estatus, especialmente entre los miembros de la élite de la Diáspora China malasio singapurenses, los automóviles de lujo alemanes invaden las calles del centro de Singapur y Kuala Lumpur.

Tabla 46<sup>1490</sup>

**Comercio bilateral entre Alemania y Singapur en miles de Euros**  
(en gris tecnologías bajas o medias-bajas, en amarillo agroalimentarios y en púrpura suntuarios)

Cod.	Descripción del producto	Alemania exporta hacia Singapur		
		2010	2011	2012
<b>TOTAL</b>	<b>Todos los productos</b>	<b>5.858.987,76</b>	<b>6.486.505,11</b>	<b>6.572.707,51</b>
'84	Maquinas, reactores nucleares, calderas, aparatos y artefactos mecánicos.	1.426.471,29	1.507.677,95	1.679.673,71
'85	Maquinas, aparatos y material eléctrico, sus partes; aparatos de grabación	1.127.014,38	1.148.152,3	1.149.572,38
'87	Vehículos automóviles, tractores, ciclos, demás vehic. terrestres, sus partes	595.690,65	713.030,49	663.915,26
'90	Instrumentos, aparatos de óptica, fotografía, cinematografía, medida, contr	434.564,77	454.413,4	480.152,04
'99	<b>Materias no a otra parte especificadas</b>	<b>395.777,59</b>	<b>523.924,85</b>	<b>439.498,4</b>
'39	<b>Materias plásticas y manufacturas de estas materias</b>	<b>198.342,14</b>	<b>197.511,51</b>	<b>223.734,94</b>
'74	<b>Cobre y manufacturas de cobre</b>	<b>185.314,68</b>	<b>223.775,93</b>	<b>152.224,86</b>
'29	Productos químicos orgánicos	97.285,37	123.466,15	145.172,44
'88	Navegación aérea o espacial	128.699,94	222.954,58	144.642,15
'28	Prod. químicos inorgán.; compuestos inorgán./orgán.de los metales	109.508,55	99.980,24	140.599,65
'73	<b>Manufacturas de fundición, de hierro o de acero</b>	<b>92.407,7</b>	<b>105.097,14</b>	<b>111.678,53</b>
'38	<b>Miscelánea de productos químicos</b>	<b>104.853,78</b>	<b>94.223,63</b>	<b>91.319,05</b>
'40	<b>Caucho y manufacturas de caucho</b>	<b>64.526,56</b>	<b>71.930,26</b>	<b>85.208,26</b>
'33	<b>Aceites esenciales y resinoides; preparados. de perfumería, de tocador</b>	<b>55.071,69</b>	<b>67.945,58</b>	<b>85.018,53</b>
'30	Productos farmacéuticos	84.054,58	86.690,8	81.608,96
'82	<b>Herramientas, útiles, articul.de cuchillería, cubiertos de mesa, de met.com</b>	<b>69.565,4</b>	<b>75.264,46</b>	<b>79.558,55</b>
'72	<b>Fundición, hierro y acero</b>	<b>42.494,57</b>	<b>77.230,96</b>	<b>78.266,25</b>
'32	<b>Extractos curtientes/tintóreos; taninos, sus derivados; pinturas</b>	<b>64.851,14</b>	<b>78.301,44</b>	<b>67.380,5</b>
'71	<b>Perlas finas o cultivadas, piedras preciosas, semipreciosas y similares</b>	<b>92.288,71</b>	<b>88.347,85</b>	<b>59.499,99</b>
'94	<b>Muebles; mobiliario médico quirúrgico; artículos de cama y similares</b>	<b>43.972,86</b>	<b>48.646,82</b>	<b>54.859,54</b>
'89	Navegación marítima o fluvial	61.705,54	867,3	41.902,39
'76	<b>Aluminio y manufacturas de aluminio</b>	<b>31.632,2</b>	<b>48.836,36</b>	<b>37.049,67</b>
'24	<b>Tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados</b>	<b>11.455,04</b>	<b>24.475,97</b>	<b>36.978,14</b>
'48	<b>Papel, cartón; manufact. de pasta de celulosa, de papel/de cartón</b>	<b>38.600,42</b>	<b>37.628,28</b>	<b>32.853,21</b>

Fuente: Trademap, base de datos de comercio exterior de NNUU, 2014

<sup>1488</sup> Fuente: sitio web corporativo del grupo Daimler, sucursales de la empresa en la ASEAN.

<sup>1489</sup> Fuente: sitio web corporativo del grupo BMW, de empresas basadas en los mercados asiáticos.

<sup>1490</sup> Fuente: Trademap, Base de Datos de Comercio Exterior de NNUU, 2015.

Como se analiza en la sección 3.1, España pueda tener mucho que ganar prestando atención a la dinámica de liberalización de la inversión extranjera en la ASEAN en general (en Malasia en particular) y la evolución de comercio intrarregional de partes de automóviles (la comparación con Francia e Italia del sector automovilístico, partida 87 en el epígrafe III.1.2 y III.2.2). Por otra parte, las exportaciones de cosmética (33) y especialmente las de joyería (71) ningunean a las españolas, sectores que entendemos albergan oportunidades para la oferta nacional española.

Los productos y soluciones alemanas tienen una imagen extraordinaria en Singapur<sup>1491</sup><sup>1492</sup>, donde se considera la economía de referencia en términos de tecnología e industria en Europa y es la base para las operaciones de sus multinacionales a escala regional de la ASEAN (1300 empresas alemanas en Singapur). Lo normal es que las multinacionales industriales alemanas sitúen la I+D+I, los cuarteles regionales, plantas de altas de alta tecnología y las divisiones de marketing en Singapur, y las plantas de producción y algunos laboratorios en Malasia: *Infineon*, gigante de la electrónica, tiene sus cuarteles regionales asiáticos en Singapur<sup>1493</sup>, pero su planta principal en Malasia (su planta de semiconductores en Malaca, exporta en torno a mil millones de euros al año)<sup>1494</sup>; *BASF*<sup>1495</sup><sup>1496</sup>, la empresa química más grande del mundo cuenta con un centro de formación especializado en Singapur, pero cuenta con varias plantas en Malasia que sirven a la industria de los automóviles; la electrónica y la electricidad de consumo, además producen polímeros acrílicos para revestimientos decorativos y las industrias de la construcción y la decoración; *Bayer* realiza proyectos de investigación en oncología, cardiología y oftalmología en cooperación con los hospitales públicos singapurenses y el campus de la Universidad americana *Duke* en Singapur<sup>1497</sup>, pero cuenta con divisiones de investigación de cultivos, de pesticidas-control de plagas y ofrece productos-soluciones industriales medioambientales en Malasia (como apoyo al sector de exportación de plantaciones malasias), además de ser líder en la fabricación de una variedad de nuevos materiales plásticos (policarbonatos y poliuretanos) y revestimientos<sup>1498</sup>. *Continental AG*, centraliza su Investigación y Desarrollo de productos, pruebas de partes de automóviles para las industrias para el mercado asiático en Singapur<sup>1499</sup> (empresa que debería de estudiar el clúster español de industrias de partes de automóviles, por la enorme competitividad de la oferta española de partes asociadas en SERNAUTO), pero tiene dos plantas de producción de neumáticos en Malasia y la red comercial de neumáticos y talleres de reparaciones más grande del país con 1200 talleres; *Faber & Castell* (lápices, tienen fábrica en Malasia); *Siemens*, opera en los sectores de energía, salud, automatización industrial, infraestructuras del metro de Singapur (competencia de empresas españolas como *Indra* en este último subsector)<sup>1500</sup>; *Volkswagen*, *BMW* y *Mercedes*, cuentan con distribuidoras de vehículos de lujo y semi lujo tanto en Singapur como en Malasia (Mercedes y BMW son marcas de culto, definen el estatus social en ambos países altamente marquistas); *Adidas*, presente en todos los

---

<sup>1491</sup> Fuente: Directorio de la Cámara de Comercio Alemana en Singapur.

<sup>1492</sup> Fuente: Directorio de la Cámara de Comercio Alemana en Malasia, 2015.

<sup>1493</sup> Fuente: sitio web corporativo de *Infineon*.

<sup>1494</sup> Fuente: sitio web de *Infineon* Malaysia.

<sup>1495</sup> Fuente: sitio web corporativo de *Bayer* Malaysia.

<sup>1496</sup> Fuente: sitio web de *BASF* Malaysia.

<sup>1497</sup> ANÓNIMO, "Bayer & Singapore's EDB To Foster Translational Research", Singapur, en *Asian Scientist* (16.07.2015) en < URL: <http://www.asianscientist.com/2015/07/pharma/bayer-healthcare-singapore-edb-translational-research/>

<sup>1498</sup>BOGAERTS, MARC, "Malaysia, Major Chemicals Players", nota informativa sobre el sector químico de Malasia, Agencia para el Comercio Exterior del Gobierno de Bélgica, septiembre de 2014.

<sup>1499</sup> Fuente: sitio web de *Continental* Singapur.

<sup>1500</sup> Fuente: sitio web internacional de *Siemens*.



centros comerciales, marca la pauta en moda juvenil deportiva en Malasia y Singapur, y promueve sus marcas de alto nivel vía la marca *Sheila McCartney*, a seguir en términos de imagen país, y *Allianz*, la multinacional del seguro, tiene una fuerte presencia en el Mercado malasio, entre otras empresas alemanas de importancia.

**Tabla 47**

Comercio bilateral entre Alemania y Malasia en miles de Euros, 29 primeras partidas

Cod	Descripción del producto	Alemania exporta hacia Malasia				
		2008	2009	2010	2011	2012
<b>TOT.</b>	<b>Todos los productos</b>	<b>3940650,2</b>	<b>3249433,63</b>	<b>4287095,99</b>	<b>4359389,94</b>	<b>4963412,54</b>
'85	Maquinas, aparatos y material eléctrico, sus partes; aparatos de grabación	1896681,87	1501261,86	1891653,86	1665659,3	1919724,84
'84	Maquinas, reactores nucleares, calderas, aparatos y artefactos mecánicos.	684328,66	525106,97	716549,55	728552,06	778175,27
'87	Vehículos automóviles, tractores, ciclos, demás vehic. terrestres, sus part	178333,73	140985,77	261300,8	378952,93	444692,46
'90	Instrumentos, aparatos de óptica, fotografía, cinematografía, medida, control	211661,93	160066,1	239047,41	210559,72	259210,84
'73	<b>Manufacturas de fundición, de hierro o de acero</b>	<b>71418,72</b>	<b>39742,44</b>	<b>54357,03</b>	<b>69291,04</b>	<b>172504,24</b>
'99	<b>Materias no a otra parte especificadas</b>	<b>39779,47</b>	<b>61081,43</b>	<b>81963,29</b>	<b>102153,5</b>	<b>138699,3</b>
'39	<b>Materias plásticas y manufacturas de estas materias</b>	<b>75661,12</b>	<b>67306,74</b>	<b>88774,86</b>	<b>98411,5</b>	<b>105410,66</b>
'38	Miscellaneous chemical products.	58764,92	69402,63	133204,08	146739,54	102509,61
'31	<b>Abonos</b>	<b>7249,87</b>	<b>92640,33</b>	<b>103306,21</b>	<b>100764,97</b>	<b>98823,23</b>
'74	<b>Cobre y manufacturas de cobre</b>	<b>22539,37</b>	<b>10418,53</b>	<b>20354,89</b>	<b>53245,35</b>	<b>91601,3</b>
'88	Navegación aérea o espacial	9201,16	7931,85	12977,76	42462,31	80559,26
'30	Productos farmacéuticos	47064	48191,27	54299,04	69909,2	71461,88
'28	Prod. químicos inorgánicos.; compuestos inorgánicos /orgán.de los metales	14738,3	18087,23	34822,23	33664,43	57888,12
'48	<b>Papel, cartón; manufact. de pasta de celulosa, de papel/de cartón</b>	<b>59084,36</b>	<b>44993,29</b>	<b>54312,59</b>	<b>62153,08</b>	<b>53890,71</b>
'72	<b>Fundición, hierro y acero</b>	<b>95366,33</b>	<b>87637,57</b>	<b>47586,87</b>	<b>48174,4</b>	<b>48833,5</b>
'29	Productos químicos orgánicos	22682,77	36493,55	45890,95	51772,81	48153,92
'76	<b>Aluminio y manufacturas de aluminio</b>	<b>33982,02</b>	<b>19054,51</b>	<b>36326,13</b>	<b>47807,52</b>	<b>37403,46</b>
'32	<b>Extractos curtientes/tintóreos; taninos, sus derivados; pinturas</b>	<b>23093,28</b>	<b>22031,65</b>	<b>26140,02</b>	<b>38501,32</b>	<b>35262,85</b>
'40	<b>Caucho y manufacturas de caucho</b>	<b>31710,62</b>	<b>30733,6</b>	<b>26118,18</b>	<b>25999,49</b>	<b>30661,29</b>
'25	Sal; azufre; tierras y piedras; yesos, cales y cementos	21241,91	15108,67	21454,38	26797,14	29870,51
'18	<b>Cacao y sus preparaciones</b>	<b>1577,48</b>	<b>7878,79</b>	<b>19925,64</b>	<b>44293,11</b>	<b>29723,56</b>
'70	Vidrio y manufacturas de vidrio	50766,76	77404,04	82070,22	54013,57	27426,66
'71	<b>Perlas finas o cultivadas, piedras preciosas, semipreciosas y similares</b>	<b>6271,85</b>	<b>6425,36</b>	<b>20732,94</b>	<b>19257,12</b>	<b>23842,14</b>
'11	<b>Productos de la molinera; malta; almidón y fécula; inulina; gluten de trigo</b>	<b>9481,17</b>	<b>9543,75</b>	<b>9910,48</b>	<b>12520,5</b>	<b>21025,84</b>
'34	Jabones, agentes de superficie orgánicos, preparac. para lavar, etc.	14473,91	12791,92	15268,62	16737,8	18057,91
'33	<b>Aceites esenciales y resinoides; prep.de perfumería, de tocador</b>	<b>12125,71</b>	<b>17259,06</b>	<b>15910,24</b>	<b>19924,11</b>	<b>17632,59</b>
'94	Muebles; mobiliario médico quirúrgico; artículos de cama y similares	10504,73	10838,72	20177,17	16276,15	16662,2
'04	<b>Leche y productos lácteos; huevos de ave; miel natural;</b>	<b>2639,1</b>	<b>3344,97</b>	<b>7773,25</b>	<b>9739,13</b>	<b>16316,97</b>
'35	<b>Materias albuminoideas; prod. a base de almidón o de fécula modificados</b>	<b>6461,47</b>	<b>4174,58</b>	<b>10381,15</b>	<b>14571</b>	<b>13394,92</b>

Fuente: Trademap, base de datos de comercio exterior de NNUU, 2014

Según Sodhy<sup>1501</sup>, dos factores determinaron la creciente presencia de la IDE alemana en Malasia: primero, el clima enrarecido tras los atentados del 11.09.2011 en Nueva York, en un entorno de repliegue de las inversiones y el comercio americanos por dificultades económicas internas; segundo, la competencia entre la RP China y la ASEAN para captar inversiones de las empresas multinacionales. Estos dos factores habrían sido aprovechados por Alemania para aumentar su influencia en Malasia, convirtiéndose en el primer inversor en Malasia en 2002. Alemania registra el mayor superávit comercial de los países de la Unión con Malasia, y sus inversiones industriales reflejan el crecimiento exponencial de la industria, como apoyo a los clústeres químico, eléctrico y electrónico de exportación, y a las industrias extractivas malasios. El Instituto Germano-Malasio (GMI) especializado en tecnologías altas, forma a especialistas en electrónica industrial y en gestión de operaciones para la industria malasia<sup>1502</sup>.

## 2.5 Las relaciones económicas con Australia y Nueva Zelanda

Lógicamente, la situación geográfica de Singapur, es de una importancia logística estratégica para el comercio exterior australiano y neozelandés con Europa, Sur de Asia y Oriente Medio, como puerta de los Estrechos (el puerto de Darwin, en el extremo norte de Australia estaría a 11.190 millas náuticas de Rotterdam, en Holanda, las ventajas logísticas para el transporte aéreo y marítimo de Singapur son evidentes). *El Acuerdo de los Cinco Poderes* y los lazos históricos con Malasia y Singapur en el seno de la Commonwealth, determinan la política exterior australiana para con la gran nación vecina. El comercio con Malasia y Singapur, sería mucho más importante para estos dos países que para los demás países occidentales considerados en el estudio (véase la Tabla 53, más adelante): Australia es una potencia regional a escala de Asia Pacífico, aunque su cultura y estructura política occidental, difieran marcadamente de la del resto de países de la región, y existan dudas sobre la conveniencia de una mayor integración y dependencia económica de los países asiáticos de corte más autoritario como la RP China<sup>1503</sup>.

Singapur es el principal cliente de Australia en la ASEAN, y su volumen se dobla de con creces en una década, pasando de 2005 a 2014<sup>1504</sup>, de 3.051.573 a 7.609.099 miles de dólares. Desde 2003 (enmiendas posteriores) está en vigor el *Acuerdo de Libre Comercio en Australia y Singapur (SAFTA)*: este acuerdo mejora significativamente el acceso de empresas de servicios al mercado singapurense, particularmente en la educación (Australia, donde estudian decenas de miles de malasios y singapurenses, la importante escuela de negocios australiana *Monash*, tiene un campus en Malasia); consultoría medioambiental, telecomunicaciones y servicios profesionales (financieros; legales), sectores todos ellos con una nutrida implantación australiana en Singapur. Como el *TTP* entre Malasia, Singapur y EEUU, o el *ALC* de la UE con Singapur, en el entorno liberalizador del comercio con Singapur en las últimas dos décadas, el *SAFTA* incide en aspectos como la reducción de aranceles

---

<sup>1501</sup> Op. cit., SODHY, PAMELA, 2012, pp. 18-19.

<sup>1502</sup> Fuente: Página Web del Instituto Germano Malasio (GMI).

<sup>1503</sup> Fuente: Programa "*Asia Pacific*" de la ABC (interrumpido sin explicaciones en agosto de 2014), de la Radio Televisión de Australia (*Australian Broadcasting Corporation*): archivo de podcasts de programas de noticias de 2010 a 2014, en < URL: <http://www.radioaustralia.net.au/international/radio/program/asia-pacific>>. En este archivo existe una variedad de emisiones en las que se cuestionan aspectos relativos a los Derechos Humanos y la ausencia de libertades en todos y cada uno de los países de la ASEAN y el Este de Asia. Si bien está claro que la expansión de los intereses económicos australianos en la región de Asia Pacífico es constatable, no parece existir demasiada simpatía ni empatía en términos políticos entre el público australiano.

<sup>1504</sup> Fuente: Trademap, base de datos de comercio exterior de NNUU, 2015.

y barreras técnicas al comercio; la transparencia y equidad en la contratación pública singapurense<sup>1505</sup>, o el alto respeto de la propiedad intelectual. Entre los beneficios del acuerdo, estarían la eliminación progresiva del límite del número de licencias para bancos australianos en Singapur; el relajamiento de las condiciones para el establecimiento de firmas de abogados australianas, y el aumento del número de licenciaturas en leyes reconocidas en Singapur; la extensión de los visados de permanencia de ciudadanos australianos, entre otros aspectos. Australia es un socio estratégico de Singapur en el marco de la Commonwealth, y por tanto el marco para las relaciones comerciales bilaterales.

Obviamente, Australia y Nueva Zelanda cuentan con unos recursos naturales extraordinarios con relación a la enorme superficie de sus países y los escasos volúmenes de población<sup>1506</sup>: Australia cuenta con algo más de 23 millones de personas en 2014 y 7741220 km<sup>2</sup>. Estos son recursos mineros; agrícolas, pesqueros y forestales, que se traducen en potentísimas industrias de tecnologías medias y bajas de transformación muy modernas, que nutren un sector de exportación con alcance global e importantísimo para las economías del Sudeste y Este Asiático. En el análisis de las treinta partidas de exportación más importantes de Australia a Singapur, nos referimos, por una parte a los productos agrícolas, ganaderos, pesqueros relativos a/y de la industria agroalimentaria en la Tabla 49 (partidas 04; 02; 15; 17; 01; 08; 10; 07; 11; 03, 19 y 18), y las bebidas alcohólicas (sobre todo vino, de la partida 22). Por la otra parte apuntamos a los recursos minerales y forestales, e industrias extractivas y de su transformación (partidas 71; 74; 76; 73, 72 y 48). Junto a estos sectores cuya competitividad es determinada por la cantidad y calidad de los recursos naturales, que son los que dominan la exportación, en la oferta exportadora de Australia a Singapur también aparecen sectores industriales intensivos en tecnologías medias altas con más de un tercio del total de las exportaciones totales (partidas 84; 95; 90; 98; 30, 89 y 87 en la Tabla 49) prueba del alto nivel de desarrollo económico australiano, pero su alta importancia es secundaria frente a aquellos con base minera; agrícola, pesquera o forestal.

Destaca la partida 71, segunda partida de exportación después de los combustibles (27), es decir el oro, los diamantes y la joyería basada en oro y diamantes dentro de la partida 71 de la Tabla 48, más adelante. Oro es lo que quieren las mujeres chinas e indias en Malasia y Singapur, como depósito de valor para tiempos de vacas flacas. Los grandes grupos mineros australianos y británicos, los más grandes del mundo, sus participaciones cruzadas e influencia en los mercados de metales, tienen mucho que ver en este comercio internacional (*BHP Billiton; Rio Tinto, Glencore Statu, entre otras*<sup>1507</sup>). Esto también se refleja en las exportaciones de joyería a Singapur desde el Reino Unido, no siendo este un país productor: en las exportaciones británicas el componente de joyería (casi 200 millones de dólares, de la partida), supera al de oro sin transformar, mientras que la exportación de Australia, 30 veces mayor a la británica (2.924 millones de dólares), sobre todo son lingotes u oro con pequeñas transformaciones (subpartida 7118 en código HS)<sup>1508</sup>. Entendemos que puedan existir nichos

---

<sup>1505</sup> Fuente: "Singapore Australia FTA", texto íntegro del Acuerdo de Libre Comercio (ALC), entre Australia y Singapur de 2003, el SAFTA, así como notas sobre su evolución y aspectos estratégicos para Australia en su evolución, en la página del Departamento de AREE y Comercio del Gobierno de Australia, en

< URL: <http://dfat.gov.au/trade/agreements/safta/pages/singapore-australia-fta.aspx>>, (todas accedidas el 10.09.2015)

<sup>1506</sup> Fuente: "Natural Resources", en la página del Gobierno de Australia, contiene varios atlas y listados comprehensivos de los recursos naturales australianos por categorías, en páginas acreditadas, en

< URL: <http://www.australia.gov.au/information-and-services/environment/natural-resources> >

<sup>1507</sup> Fuente: "Top mining companies", principales empresas mineras a escala global, en la página Web "Statista", en <URL: <http://www.statista.com/statistics/272706/top-10-mining-companies-worldwide-based-on-market-value/> >

<sup>1508</sup> Fuente: Trademap, base de datos de comercio exterior de NNUU, 2014.

específicos en la exportación española tanto a Malasia y Singapur en joyería de transformación de piedras preciosas, oro y bisutería, ya que esta es diminuta (275000 dólares) y en España hay joyeros y bisutería de gran calidad. Singapur es uno de los mercados mundiales más importantes para el oro y metales preciosos, para depósito en lingotes en cajas fuertes locales, o como inversión a largo plazo<sup>1509</sup>. La exportación minúscula de joyería española de la partida 71 a Singapur, se puede comparar en frente a la enorme exportación de los EEUU en 2012 (302 millones de Euros, véase la Tabla 25 en el epígrafe II.1.3), y la gran exportación de la UE en 2014 (1030 millones de dólares, véase la Tabla 31 en la sección II.1.6).

**Tabla 48**  
Exportaciones de Australia a Singapur por rúbricas de la partida 71 en código HS, en miles de dólares

Código HS4	Descripción de producto	2012	2013	2014
<b>71</b>	<b>Perlas, piedras y metales preciosos, monedas, etc.</b>			
<b>7108</b>	<b>Oro sin transformar o semi manufacturado</b>	<b>1,391,029</b>	<b>870,016</b>	<b>2,861,423</b>
<b>7102</b>	<b>Diamantes, ni montados ni colocados</b>	<b>21,045</b>	<b>22,938</b>	<b>29,600</b>
<b>7113</b>	<b>Artículos de joyería y parte</b>	<b>25,623</b>	<b>28,955</b>	<b>23,202</b>
<b>7106</b>	<b>Plata sin transformar o semi manufacturada</b>	<b>4,242</b>	<b>16,293</b>	<b>5,366</b>
<b>7101</b>	<b>Perlas naturales o cultivadas</b>	<b>1,497</b>	<b>1,580</b>	<b>1,542</b>
<b>7117</b>	<b>Joyería de imitación</b>	<b>478</b>	<b>1,591</b>	<b>1,418</b>
Fuente: Trademap, base de datos de comercio exterior de NNUU, 2015.				

A parte del oro y los diamantes, dentro de las partidas de exportación que realzan la imagen país de Australia aumentando su visibilidad en Singapur y Malasia, estarían las bebidas alcohólicas, los productos agroalimentarios comerciales (snacks; bollería; chocolates, otros). En todo el Sudeste Asiático se comercializan en envases asociados a la marca país de Australia: la asociación entre producto australiano y neozelandés en la ASEAN con la calidad del alimento o la bebida, es automática para muchos consumidores locales. Esto es así, p. ej., desde los yogures de la marca francesa *Yoplait*, fabricados en Australia que se venden por altos precios en envases de kilo en Malasia, a los quesos, vinos y carne de vacuno premium. Las asociaciones entre el sector y la marca país es excelente para la marca país australiana, aumentando su visibilidad en el espacio asiático (p. ej., las marcas de vinos como *Penfolds* o *Wolf Blass*<sup>1510</sup>, o cervezas como *Victoria Bitter* o *Foster's*<sup>1511</sup>).

<sup>1509</sup> Fuente: "The Singapore Bullion Market. History", en la página Web de la Singapur Bullion Market Association, la asociación de empresas relacionadas con el mercado del oro y metales preciosos de Singapur, en < URL: <http://www.sbma.org.sg/the-singapore-bullion-market/> >, (accedidas el 11.09.2015).

<sup>1510</sup> Fuente: Página Web de las empresas de vinos *Penfolds* y *Wolf Blass*.

<sup>1511</sup> Fuente: "Australia 100 2013. The most valuable Australian brands of 2013", Londres, las 100 marcas australianas con mayor apelación, según la consultora británica *Brand Finance*, en la página Web de la misma empresa, 2013 en < URL: [http://brandirectory.com/league\\_tables/table/australia-100-2013](http://brandirectory.com/league_tables/table/australia-100-2013)>, (accedida el 10.09.2015).

**Tabla 49**  
**Comercio bilateral entre Australia y Singapur en miles de Euros, 30 primeras partidas**

Cod.	Descripción del producto	Australia exporta hacia Singapur		
		2010	2011	2012
TOTAL	Todos los productos	3261376,36	4724505,63	5733997,33
'27	Combustibles minerales, aceites minerales y prod.de su destilación	1223974,42	1903095,14	2506226,05
'71	Perlas finas o cultivadas, piedras preciosas, semipreciosas y similares	506384,12	909683,32	1125655,6
'84	Maquinas, reactores nucleares, calderas, aparatos y artefactos mecánicos.	250509,98	239111,55	256473,08
'04	Leche y productos lácteos; huevos de ave; miel natural;	139755,84	163133,44	164277,72
'02	Carne y despojos comestibles	116064,83	128811,36	142528,76
'85	Maquinas, aparatos y material eléctrico, sus partes; aparatos de grabación	105976,62	126704,14	132811,67
'15	Grasas y aceites animales o vegetales; grasas alimenticias; ceras	9963,95	90179,37	97992,02
'90	Instrumentos, aparatos de óptica, fotografía, cinematografía, medida, contr	68849,97	80379,21	97425,18
'88	Navegación aérea o espacial	22742,14	76232,99	80686,78
'17	Azúcares y artículos de confitería	70561,72	74295,22	77485,59
'30	Productos farmacéuticos	74330,86	80554,39	70206,13
'01	Animales vivos	10363,83	9862,62	58341,43
'89	Navegación marítima o fluvial	6161,67	54097,57	55106,03
'22	Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre	36198,1	43160,17	44672,81
'74	Cobre y manufacturas de cobre	36449,63	57128,8	44189,17
'76	Aluminio y manufacturas de aluminio	11229,87	61328,86	40807,59
'73	Manufacturas de fundición, de hierro o de acero	35758,31	39739,09	36671
'72	Fundición, hierro y acero	22278,25	38425,22	33713,19
'08	Frutos comestibles; cortezas de agrios o de melones	20440,74	24735,16	33399,05
'99	Materias no a otra parte especificadas	19163,52	22385,27	26233,89
'10	Cereales	14162,35	22588,46	25261,17
'39	Materias plásticas y manufacturas de estas materias	18173,23	20900,53	22077,09
'48	Papel, cartón; manufact. de pasta de celulosa, de papel/de cartón	20682,48	26336,93	19079,62
'07	Legumbres y hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios	17176,16	17742,23	18272,52
'11	Productos de la molinera; malta; almidón y fécula; inulina; gluten de trig	10764,47	9371,53	16397,84
'87	Vehículos automóviles, tractores, ciclos, demás vehic.terrestres,sus part	23989,24	15270,29	16322,41
'03	Pescados y crustáceos, moluscos y otros invertebrados acuáticos	15957,68	22086,6	15159,19
'32	Extractos curtientes/tintóreos; taninos, sus derivados; pinturas	9561,81	10800,99	14359,09
'33	Aceites esenciales y resinoides; prep.de perfumería, de tocador	17850,91	14508,54	14334,99
'19	Prep. a base de cereales, harina, almidón, fécula o leche; pastelería	6175,98	8279,51	12478,19
'18	Cacao y sus preparaciones	9377,3	9597,69	12388,77
Fuente: Trademap, base de datos de comercio exterior de NNUU, 2015.				

El merchandising de estos productos de consumo es excelente, como es el caso del vino australiano, cada vez mejor, así como la comunicación, como reflejo de la potente industria del marketing australiana. Los

australianos cuentan una buena comercialización y conocimiento de los mercados asiáticos locales, y ventajas por el alcance y volumen de producción regional como productos "occidentales" en el espacio asiático. España tiene una gran oportunidad en todos estos sectores, y especialmente en el producto gourmet o delicatessen.

Tabla 50  
Comercio bilateral entre Australia y Malasia en miles de Euros, 30 primeras partidas

Cod.	Descripción del producto	Australia exporta hacia Malasia		
		2010	2011	2012
<b>TOTAL</b>	<b>Todos los productos</b>	<b>2457151,43</b>	<b>3330317,05</b>	<b>4086872,03</b>
'27	Combustibles minerales, aceites minerales y prod.de su destilación	516903,84	905838,64	1120096,08
'74	Cobre y manufacturas de cobre	311689,12	484175,71	558122,82
'75	Níquel y manufacturas de níquel	263,58	282,88	292710,98
'10	Cereales	137513,18	225193,18	219530,71
'76	Aluminio y manufacturas de aluminio	167273,99	159568,76	150826,04
'30	Productos farmacéuticos	116603,28	137399,6	141164,15
'04	Leche y productos lácteos; huevos de ave; miel natural;	59819,09	66215,3	108765,81
'02	Carne y despojos comestibles	83259,33	92954,28	105332,91
'26	Minerales, escorias y cenizas	54508,39	77794,56	93009,45
'72	Fundición, hierro y acero	114006,67	82845,4	89549,34
'84	Maquinas, reactores nucleares, calderas, aparatos y artefactos mecánicos.	77636,86	99325,46	79271,63
'85	Maquinas, aparatos y material eléctrico, sus partes; aparatos de grabación	43846,34	68314,61	65743,75
'78	Plomo y manufacturas de plomo	43163,3	189221,95	57649,41
'32	Extractos curtientes/ tintóreos; taninos, sus derivados; pinturas	10374,37	28202,19	48195,13
'44	Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera	42892,2	48635,33	36931,48
'19	Prep. a base de cereales, harina, almidón, fecula o leche; pastelería	34258,93	38446,76	35618,97
'79	Cinc y manufacturas de cinc	46417,35	43745,3	33194,56
'01	Animales vivos	21521,41	16308,46	30650,4
'48	Papel, cartón; manufact. de pasta de celulosa, de papel/ de cartón	15226,44	22775,13	29840,19
'90	Instrumentos, aparatos de óptica, fotografía, cinematografía, medida, contr	20622,99	24639,67	24243,36
'22	Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre	20092,82	24514,03	23417,59
'07	Legumbres y hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios	19351,04	23678,32	22219,38
'52	Algodón	4743,63	20074,16	21443,38
'51	Lana y pelo fino u ordinario; hilados y tejidos de crin	11416,63	25565,84	19727,32
'08	Frutos comestibles; cortezas de agrios o de melones	11090,55	16929,5	18653,52
'89	Navegación marítima o fluvial	12111,72	6339,59	18065,69
'11	Productos de la molinera; malta; almidón y fecula; inulina; gluten de trigo	10879,69	13081,23	17750
'15	Grasas y aceites animales o vegetales; grasas alimenticias; ceras	11537,88	22781,59	16446,82
'39	Materias plásticas y manufacturas de estas materias	12197,57	26973,04	15176,3
'33	Aceites esenciales y resinoides; prep. de perfumería, de tocador	11028,04	12106,96	14796,85

Fuente: Trademap, base de datos de comercio exterior de NNUU, 2015.

El patrón de exportaciones australianas en base a sectores dependientes de la dotación relativa de recursos naturales en Australia, se replica en Malasia. Sin embargo en este grupo, en el análisis de las 30

exportaciones más importantes a Malasia, son los sectores los minerales; forestales, industrias extractivas y de transformación de minerales y productos forestales (partidas 74; 75; 76; 26; 72; 44; 78; 44; 79; 48), los que tienen preeminencia, abrumadora, sobre los productos agrícolas, ganaderos, pesqueros relativos a/y de la industria agroalimentaria en la Tabla 50 (partidas 10; 04; 02; 19; 01; 07; 08; 11; 15 y 33).

Tabla 51  
Exportaciones de Nueva Zelanda a Singapur en miles de Euros, primeras 30 partidas.

Cod.	Descripción del producto	Exportaciones		
		2010	2011	2012
TOT:	Todos los productos	441794,29	463418,77	529553,15
'04	Leche y productos lácteos; huevos de ave; miel natural;	186519,6	197159	187709,31
'27	Combustibles minerales, aceites minerales y prod.de su destilación	29839,88	68,21	55640,21
'02	Carne y despojos comestibles	33510,38	38794,25	41445,18
'84	Maquinas, reactores nucleares, calderas, aparatos y artefactos mecánicos.	28034,01	18873,01	27736,91
'35	Materias albuminoideas; prod. a base de almidón o de fécula modificados	9167,95	14425,97	20151,87
'15	Grasas y aceites animales o vegetales; grasas alimenticias; ceras	134,8	17527,56	19650,34
'85	Maquinas, aparatos y material eléctrico, sus partes; aparatos de grabación	18643,15	18600,91	18611,53
'72	Fundición, hierro y acero	3851,23	16958,22	16802,94
'08	Frutos comestibles; cortezas de agrios o de melones	9972,99	12687,07	15830,22
'22	Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre	10462,48	10646,63	13967,98
'90	Instrumentos, aparatos de óptica, fotografía, cinematografía, medida, contr	17706,32	18788,3	11789,27
'16	Preparaciones de carne, de pescado o de crustáceos, de moluscos..	12269,87	13784,11	10436,33
'21	Preparaciones alimenticias diversas	4580,96	5814,76	10152,52
'99	Materias no a otra parte especificadas	4552,34	18161,52	9985,35
'89	Navegación marítima o fluvial	901,43	390,57	8259,18
'03	Pescados y crustáceos, moluscos y otros invertebrados acuáticos	9025,62	6762,47	7790,31
'01	Animales vivos	7122,59	5832,71	7666,68
'19	Prep .a base de cereales, harina, almidón, fécula o leche; pastelería	8594,86	5701,32	4790,51
'44	Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera	2480,63	3445,49	3993,52
'47	Pasta de madera o de otras materias fibrosas celulósicas; papel..	666,47	6487,49	3845
'30	Productos farmacéuticos	2413,61	2484,14	3838,78
'07	Legumbres y hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios	3320,31	2982,41	3098,55
'39	Materias plásticas y manufacturas de estas materias	2469,34	2475,53	2368,43
'05	Los demás produc.de orig. animal, no comprendidos en otros capítulos	1619,11	1662,8	2248,69
'20	Prep.de legumbres ,hortalizas, frutos o de otras partes de plantas	4349,77	1564,43	2016,98
'38	Miscelánea de productos químicos	838,17	958,48	1706,73
'87	Vehículos automóviles, tractores, ciclos, demás vehíc. terrestres, sus partes	3301,49	1486,18	1587,77
'18	Cacao y sus preparaciones	612,25	1687,92	1416,7
'97	Objetos de arte, de colección o de antigüedad	132,54	689,24	1380,16
'29	Productos químicos orgánicos	533,93	517,65	1004,6
	Fuente: Trademap, base de datos de comercio exterior de NNUU, 2015.			

Esto es así por las necesidades de recursos minerales del sector industrial en Malasia, su importancia en el PIB y en la exportación (véase el epígrafe I.2.5). Sin embargo, las exportaciones de sectores de tecnologías medias altas o medias tienen mucha menor importancia relativa en Malasia que en el comercio de Australia con

Singapur. Llama también la atención la lana de las ovejas australianas (52) y el algodón (41), como materias primas textiles.

En las exportaciones de Nueva Zelanda a Malasia y Singapur, toman aun mayor protagonismo todas las industrias relativas al agro, la ganadería y a la producción de alimentos, frente a las industrias extractivas y transformativas de minerales y productos forestales. Estos dos grupos de industrias prevalecen frente a aquellas de naturaleza con un componente tecnológico medio alto, como reflejo del menor nivel de desarrollo económico neozelandés en comparación con el australiano. La primera exportación es leche; lácteos, huevos y miel (partida 04); la segunda, carne (partida 02); la quinta (partida 35), preparaciones en base a almidones y féculas, y la sexta, las grasas vegetales y animales (partida 15), suponen más de la exportación de Nueva Zelanda a Singapur.

La Seguridad Alimentaria es un problema estratégico para el minúsculo Estado de Singapur<sup>1512</sup>, casi sin superficie cultivable. y que mantiene diferencias políticas notables tanto con Malasia e Indonesia (véanse los epígrafes secciones I.4.2 y I.4.4). Singapur es casi completamente dependiente de las importaciones para satisfacer las necesidades alimentarias de su población (el sector agropecuario significa 0.04% del PIB de Singapur<sup>1513</sup>), luego las importaciones de Australia y Nueva Zelanda tienen un rol bastante importante, tanto por diversificación de fuentes de aprovisionamiento (fuera de Malasia e Indonesia, la ASEAN o China), como por seguridad y regularidad de suministros. Aunque Malasia cuente con unos recursos naturales considerables (tierra y agua todo el año; calor, luz la mitad del año, a los que afectan negativamente las lluvias torrenciales), la dependencia de las importaciones de alimentos es cada vez mayor, al compás de su fuerte crecimiento demográfico e industrial, por una sobre especialización en monocultivos extensivos para la exportación lo que abre oportunidades para la implantación, exportación y consultoría españolas<sup>1514</sup>

El Marketing del agroalimentario australiano es, sin duda, el estándar a seguir por las empresas españolas destacadas en la zona a la hora de adaptar su Marketing Mix: Australia, Singapur y Malasia, comparten lazos históricos por su pertenencia a la *Commonwealth* de naciones del ex Imperio Británico, lo que determina los gustos en términos de bebidas y alimentos importados, que son compartidos por un segmento amplio anglófilo tanto en Malasia como en Singapur. En una comparación superficial de las exportaciones españolas de productos agroalimentarios de una serie de partidas seleccionadas y aquellas procedentes de Australia. En principio, la proximidad geográfica, la potente industria agroalimentaria y la dotación de recursos naturales explicarían las exportaciones australianas. Australia cuenta con 2.07 hectáreas cultivables por persona y España 0.27 en 2012<sup>1515</sup>, las proporciones juegan lógicamente en favor de Australia.

---

<sup>1512</sup> Fuente: "AVA's Food Security Road Map for Singapore", hoja de ruta para la Seguridad Alimentaria del Ministerio de Agricultura y Ganadería de Singapur, en <URL: [http://www.ava.gov.sg/files/avavision/issues3-4\\_2013/food-security-roadmap.html](http://www.ava.gov.sg/files/avavision/issues3-4_2013/food-security-roadmap.html)>, (accedido el 11.09.2015). Los planes del Gobierno incluyen la inversión selectiva en el exterior (ASEAN, Este de Asia, Australia), en industrias agroalimentarias para garantizar suministros.

<sup>1513</sup> Fuente: "Singapur, Informe Económico y Comercial", Oficina Comercial de España en Singapur, 2012, 60 páginas, p.13.

<sup>1514</sup> IDHAM MD RAZAK, MOHAMED et al., "Sustaining Food Production for Food Security in Malaysia", Madison, Wisconsin, EEUU, American Research Institute for Policy Development, Journal of Economics and Development Studies, Vol. 1, n° 2, septiembre 2013, pp.19-25.

<sup>1515</sup> Fuente, Estadísticas del Banco Mundial, 2012.



Tabla 52  
Comercio bilateral entre Nueva Zelanda y Malasia en miles de Euros

Cod.	Descripción del producto	Nueva Zelanda exporta hacia Malasia		
		2010	2011	2012
TOTAL	Todos los productos	415298,07	495265,32	556057,63
'04	Leche y productos lácteos; huevos de ave; miel natural;	210456,13	258880,58	277987,22
'02	Carne y despojos comestibles	40338,52	38405,12	54449,00
'19	Prep. a base de cereales, harina, almidón, fécula o leche; pastelería	24878,62	28752,14	35344,49
'72	Fundición, hierro y acero	7636,94	23472,27	23000,05
'48	Papel, cartón; manufact. de pasta de celulosa, de papel/de cartón	17482,66	19651,28	22241,93
'08	Frutos comestibles; cortezas de agrios o de melones	13380,65	13094,15	16859,7
'44	Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera	10869,9	12614,56	15196,52
'47	Pasta de madera o de otras materias fibrosas celulósicas; papel	13842,29	13668,52	12265,14
'84	Maquinas, reactores nucleares, calderas, aparatos y artefactos mecánicos.	10005,37	18116,28	11353,84
'35	Materias albuminoideas; prod. a base de almidón o de fécula modificados	2580,04	4335,76	11170,34
'21	Preparaciones alimenticias diversas	4479,3	5517,52	8874,22
'20	Prep.de legumbres, hortalizas, frutos o de otras partes de plant.	8656,61	5908,81	7462,19
'07	Legumbres y hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios	6504,32	5359,57	5655,93
'51	Lana y pelo fino u ordinario; hilados y tejidos de crin	1037,74	2738,3	5134,19
'85	Maquinas, aparatos y material eléctrico, sus partes; aparatos de grabación	3626,81	6140,71	4935,91
'87	Vehículos automóviles, tractores, ciclos, demás vehíc. terrestres, sus part	2605,64	4046,42	4477,93
'05	Los demás produc.de orig. animal, no comprendidos en otros capítulos	1476,03	1047,5	3916,54
'03	Pescados y crustáceos, moluscos y otros invertebrados acuáticos	3199,07	3700,37	3572,86
'99	Materias no a otra parte especificadas	1144,68	2139,52	2941,49
'39	Materias plásticas y manufacturas de estas materias	1071,63	1084,84	2177,15
'32	Extractos curtientes/tintóreos; taninos, sus derivados; pinturas	1806,63	2677,99	2170,15
'29	Productos químicos orgánicos	2476,87	1730,28	2063,63
'22	Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre	1452,68	1140,12	1884,79
'17	Azúcares y artículos de confitería	541,46	1596,74	1864,57
'25	Sal; azufre; tierras y piedras; yesos, cales y cementos	1144,68	1570,9	1747,94
'16	Preparaciones de carne, de pescado o de crustáceos, de moluscos..	1056,57	1532,13	1666,3
'38	Miscelánea de productos químicos	1296,8	1321,05	1399,6
'76	Aluminio y manufacturas de aluminio	1688,4	762,47	1387,16
'86	Vehículos y material para vías o simil. y sus partes; aparatos mecánico	1361,56	1583,82	1268,97

Fuente: Trademap, base de datos de comercio exterior de NNUU, 2015.

Sin embargo si se trata de productividad, la cosa cambia, por ejemplo, en términos de cereales, serían 1992 kilos por hectárea cultivada en Australia, frente a 4081 en España; si habláramos de valor añadido por

trabajador en la agricultura de Australia rondaría los 52701 dólares por trabajador, y en España los 43431<sup>1516</sup>, todo esto teniendo en cuenta que en España las explotaciones lo suelen ser menor tamaño, dado el tipo de agricultura y ganadería extensiva intensiva en capital y/o tierra que prevalecen en Australia. En Singapur, un país que generalmente no aplica aranceles para alimentarios cuyo comercio con la Unión está altamente liberalizado<sup>1517</sup>, la distancia, tampoco sería un factor con una influencia definitiva para productos de delicatessen, gourmet e incluso agroalimentarios españoles. Esto es así dada la baja repercusión cuando se habla de toneladas métricas de producto del coste del transporte por contenedor refrigerado (de 20 o 40 pies) de mayor precio que los alimentos de consumo diario. Estos contenedores cargan varias toneladas métricas, y se mide en pocos miles de dólares. Otra cosa sería la calidad del producto: en nuestra experiencia superficial y subjetiva en Malasia y Singapur durante 9 años, hemos observado que el producto australiano en la venta al por menor suele ser bastante más caro y generalmente de peor calidad que el español, en el mercado de destino para productos de gamas equivalentes con buenas relaciones calidad precio y precios medios<sup>1518</sup> (vinos; quesos; chacinas; carne de cerdo; frutas; verduras; zumos; preparados de verduras). Las conservas vegetales; conservas de pescados, moluscos y similares, suelen ser de peor calidad que las españolas. La fruta y la carne australiana y neozelandesa en Malasia y Singapur, es carísima y de calidad bastante regular; la leche local es mala y cara, cuando no es fresca, mercado en el que la presencia australiana y neozelandesa con productos de calidad excelente es notable, lo que supone una oportunidad para los productores de leche en España en tetrabrik, ya que la proximidad no afecta considerablemente al coste del transporte; el queso español es bastante mejor que el australiano, en casi todas los subtipos de producto; los yogures locales son malos y caros, y los buenos, importados de Australia, bastante caros. La razón de que no prospere el producto español puedan ser problemas en el Marketing Mix de vinos, delicatessen y agroalimentario español en los países del Este y Sudeste Asiático, que se verán en los epígrafes VI.2, VI.3 y VI.4. La competitividad española siempre estaría en la variedad y en la calidad del producto, así como la comprensión de que la educación de los consumidores al gusto australiano, neozelandés o italiano en términos de agroalimentario (que definen lo "*occidental*"), fundamental para empezar a comercializar unos productos españoles de gourmet, extraordinarios en comparación con la oferta importada. Por ejemplo, los malasio singapurenses desconocen el queso español cabrales, pero si les gusta el queso azul, que importan de Dinamarca. Malasia sería autosuficiente<sup>1519</sup> en algunos productos básicos como el pollo; los huevos, el cerdo y la pesca (aunque estos tres últimos sean de una calidad relativamente mala frente al producto español), pero no es autosuficiente en lo tocante al arroz; frutas, vegetales, ternera, cordero y leche. Aquí existen nichos que ya están aprovechando algunas empresas españolas. Sin embargo, las oportunidades para España se centran en Singapur, dado el alto nivel económico de sus ciudadanos, la preocupación por los alimentos de calidad, como signo de distinción, y la redistribución de mercancía de alcance ASEAN-China. Aquí sería interesantísimo un estudio minucioso a nivel desagregado (por sub partidas de 6 y 8 dígitos por del Sistema Armonizado (HS)), de los grupos 10; 04; 02; 19; 01; 07; 08; 11; 15 y 33, de dos dígitos, en la Tabla 49 y la Tabla 51; así como de procedimientos, regulación fitosanitaria y barreras comerciales a la oferta australiana y neozelandesa a Singapur. Para después compararlas con las exportaciones españolas a este mercado Tabla 71 (epígrafes III.1.2) y Tabla 76 (epígrafe III.2.1). En las Tablas 71 y 76 se muestran las importaciones de Italia y Francia de estas partidas a

---

<sup>1516</sup> Fuente: Estadísticas del Banco Mundial, 2010-2014.

<sup>1517</sup> Fuente: Base de Datos de Acceso a Mercados de la Unión Europea (partidas 10; 04; 02; 19; 01; 07; 08; 11; 15 y 33)

<sup>1518</sup> Fuente: Experiencia del autor, residente en Malasia y Singapur en 1998 y de 2008 a 2015.

<sup>1519</sup> Op. cit., IDHAM MD RAZAK, MOHAMED et al., 2013.

Malasia y Singapur junto con las españolas. Además, en los epígrafes IV.2 y IV.3, se realizará una comparación entre las importaciones de los tres países a la búsqueda de oportunidades para España. En este sentido, vale la pena no perderle la pista a la desagregación de exportaciones norteamericanas o alemanas de las mismas partidas.

## Capítulo III.

# Las relaciones económicas de Malasia y Singapur con España

## 1. Las relaciones económicas de España con Singapur

### 1.1 La magnitud de las relaciones comerciales con Malasia y Singapur

Ni Malasia ni Singapur se encuentran entre los principales países ni proveedores ni clientes de España en términos del comercio de mercancías: la importancia de estos países para los intereses de España en el presente es, sin duda, marginal. En comparación con los competidores de España, lo pequeño del comercio, la inversión y la presencia españolas, lógicamente va a repercutir de forma negativa, en términos de la visibilidad relativa de los atributos económicos "duros" (véase Cap. IV), en la conformación de la imagen país de España en Malasia y Singapur.

Sin embargo, los bajos niveles de comercio de los que se parte en 2009, anticipan una intensificación de las relaciones comerciales e implantaciones, autónoma, por economías veladas. En 2012, las importaciones a España de Malasia (532.914.000 Euros), y de Singapur (381.502.000 Euros), significaban respectivamente el 0.21% y el 0.15% de las importaciones totales de España (253.354.444.000 Euros (100%)). Las exportaciones de España a Malasia (383.381.000 Euros), y a Singapur (838.516.000 Euros), significaban respectivamente el 0.17% y el 0.38%, de las exportaciones globales de España (222.331.027.000 Euros (100%)). Según NNUU, en el ranking de países suministradores de España, Malasia ocupa la posición 55ª y Singapur la posición 64ª. En el ranking de países receptores de exportaciones españolas, Malasia ocuparía la posición 61ª, y Singapur la posición 45ª<sup>1520</sup>. Lo reducido del comercio con España no se corresponde con el peso tanto de Malasia como de Singapur en la economía mundial, respetable, y el peso de Malasia y Singapur en el comercio internacional, bastante más importante que el peso de sus economías respectivas, especialmente el de Singapur. Tampoco se corresponde con el peso de la economía española tanto en el comercio mundial como en el comercio internacional: según la Secretaría de Comercio, en el ranking mundial de países exportadores de productos de 2013, Malasia se situaría en la 25ª posición con 228 mil millones de dólares; España ocuparía la posición 18ª, con 316 mil y Singapur en la 14ª, con 410 mil. Las altísimas exportaciones de Singapur, superan con creces a las exportaciones del Reino de España, por su rol logístico en el comercio global y la redistribución de capitales y mercancías a escala del Sudeste y Este Asiático. En el ranking mundial de países importadores, Malasia ocuparía la 24ª posición, con 206 mil millones de dólares y Singapur la 15ª con 373 mil millones, superando a España (339 mil millones), que ocupaba la 17ª. Mientras Malasia se hace con el 1.10% de las importaciones globales, España sólo destinaba el 0.17% de sus exportaciones a este mercado<sup>1521</sup>. Si bien Singapur absorbía el 1.99% de las importaciones mundiales, una cifra enorme para su tamaño minúsculo y escasa población, España sólo

---

<sup>1520</sup> Fuente: Cálculos propios en base a las estadísticas en Trademap (base de datos de Comercio Exterior de NNUU), 2014.

<sup>1521</sup> AAVV, "El comercio exterior español en 2013", Madrid, editado por la Secretaría General Técnica, Secretaría de Estado de Comercio de España, Boletín Económico de Información Comercial Española, nº 3053, julio de 2014, p. 49.

destinaba el 0.38% de sus exportaciones totales al mercado singapurense. Mientras que Malasia producía el 1.22% y Singapur el 2.18% de las exportaciones mundiales, las importaciones españolas de Malasia sólo significaban el 0.21% y las de Singapur el 0.15% del total de las importaciones totales españolas. El peso gravitatorio de las posibles oportunidades económicas y comerciales no reveladas, muy posiblemente contribuya a aminorar las diferencias entre estos ratios de importaciones e importaciones españolas para ambos países.

**Tabla 53**  
**Exportaciones totales, exportaciones a Malasia y Singapur y su posición en el ranking de países destino de exportaciones de países seleccionados en 2014, en miles de dólares.**

País	Exportaciones	2010	2011	2012	2013	2014	Ranking
EEUU	Mundo	1277109200	1479730200	1545565186	1578001362	1623442913	
EEUU	Malasia	13981576	14217348	12851387	13002930	13136477	24
EEUU	Singapur	29149703	31373730	30536553	30678766	30531576	13
Alemania	Mundo	1271096300	1482202274	1416184200	1458646978	1511132458	
Alemania	Malasia	5692780	6071912	6383367	6407092	6375423	40
Alemania	Singapur	7780075	9034633	8453056	8509622	8320051	35
Reino Unido	Mundo	422014118	517288693	481225754	548041853	506066048	
Reino Unido	Malasia	1905389	2341478	2348963	2453724	2394316	33
Reino Unido	Singapur	5136098	5937257	6905516	6665452	5973210	21
Francia	Mundo	511651043	581541871	556575682	566879047	581545179	
Francia	Malasia	1803264	2510474	3874968	3439086	3167476	36
Francia	Singapur	6662972	7146291	7539623	7196374	6691840	16
Italia	Mundo	446839830	523256296	501528851	513716644	528805411	
Italia	Malasia	1061836	1161683	1318080	1399090	1554913	54
Italia	Singapur	1818962	2435019	2445049	2521415	2687703	40
Holanda	Mundo	492645872	530575759	554677907	571246855	671782081	
Holanda	Malasia	948147	922940	1143775	1093301	1225587	46
Holanda	Singapur	3859085	4030252	5362624	4890023	4785453	23
España	Mundo	246265330	298170964	285936446	310963648	318649312	
España	Malasia	298007	411670	493061	465628	640980	72
España	Singapur	910334	637279	1078403	1051504	1072976	61
Australia	Mundo	206705136	269423385	256242913	252155105	252602483	
Australia	Malasia	4330740	6580458	7374404	5227307	7753903	6
Australia	Singapur	3262820	4638583	5256062	4457750	5425255	10
N Zelanda	Mundo	30931878	37633151	37304685	39206358	41604055	
N Zelanda	Malasia	551469	689823	718812	738222	818000	9
N Zelanda	Singapur	586653	645466	684476	828612	838272	8

Fuente: Elaboración propia, en base a datos de Trademap, base datos de comercio exterior de NNUU, 2014.

En términos de cifra absoluta del PIB a precios de mercado en 2013, Malasia y Singapur, ocuparían respectivamente las posiciones 35ª (313.159 millones de dólares americanos) y 36ª (297.941 millones) en el ranking global del Banco Mundial<sup>1522</sup>, dos economías de un tamaño parecido. Mientras que España ocuparía la 13ª posición a escala global (1.393.040 millones): las dos significarían algo menos de la mitad del PIB español. El tamaño de la economía de Malasia se acercaría al de países como Sudáfrica (366.058) o Dinamarca, de mayor tamaño, siendo algo mayor que la de Israel o Chile (277,199 millones). Sin embargo, al cotejar las cifras en

<sup>1522</sup> Fuente: Ranking de economías por PIB al coste de los factores; PIB a precios de mercado y PPP, Banco Mundial, 2013.

términos de PIB en términos de Paridad del Poder Adquisitivo en 2013, si sumamos el tamaño de la economía malasia (693,535 millones de dólares), a la singapurense (425,259 millones de dólares), nos encontramos con una economía (1.118.794 millones), que ya significaría el 72% del PIB español (1,542.768 millones). Especialmente la economía malasia, que crecía rápidamente de 2010 a 2015, lo que supone oportunidades crecientes para España (véase el epígrafe I.2.5).

Tabla 54

**Ratio exportaciones / exportaciones españolas (al Mundo, Malasia y Singapur). Exportaciones a Malasia y Singapur como porcentaje del total de las exportaciones nacionales. Relación entre el PIB del país competidor y el de España. En miles de dólares americanos de 2013.**

País	Exportaciones	Exp /Exp. ES	Exp. 2013	Exp/PIB %	PIB/PIB Es	PIB 2013	% Export Nacionales
EEUU	Mundo	5.07	1578001362	9.41	12.04	16768100000	
EEUU	Malasia	27.93	13002930	0.08			0.82
EEUU	Singapur	29.18	30678766	0.18			1.94
Alemania	Mundo	4.69	1458646978	39.10	2.68	3730261000	
Alemania	Malasia	13.76	6407092	0.17			0.44
Alemania	Singapur	8.09	8509622	0.23			0.58
Reino Unido	Mundo	1.76	548041853	20.46	1.92	2678455000	
Reino Unido	Malasia	5.27	2453724	0.09			0.45
Reino Unido	Singapur	6.34	6665452	0.25			1.22
Francia	Mundo	1.82	566879047	20.20	2.01	2806428000	
Francia	Malasia	7.39	3439086	0.12			0.61
Francia	Singapur	6.84	7196374	0.26			1.27
Italia	Mundo	1.65	513716644	23.90	1.54	2149485000	
Italia	Malasia	3.00	1399090	0.07			0.27
Italia	Singapur	2.40	2521415	0.12			0.49
Holanda	Mundo	1.84	571246855	66.93	0.61	853539000	
Holanda	Malasia	2.35	1093301	0.13			0.19
Holanda	Singapur	4.65	4890023	0.57			0.86
España	Mundo	0.00	310963648	22.32		1393040000	
España	Malasia	0.00	465628	0.03			0.15
España	Singapur	0.00	1051504	0.08			0.34
Australia	Mundo	0.81	252155105	16.16	1.12	1560372000	
Australia	Malasia	11.23	5227307	0.34			2.07
Australia	Singapur	4.24	4457750	0.29			1.77
N Zelanda	Mundo	0.13	39206358	21.10	0.13	185788000	
N Zelanda	Malasia	1.59	738222	0.40			1.88
N Zelanda	Singapur	0.79	828612	0.45			2.11
Malasia	Mundo	0.73	228515734	72.97	0.22	313159000	
Singapur	Mundo	1.32	410249671	137.69	0.21	297941000	

Fuente: Elaboración propia, en base a las tablas de comercio exterior de Trademap, base datos de comercio exterior de NNUU, y las estadísticas de PIB del Banco Mundial, 2014.

El comercio bilateral español con Malasia y Singapur (véase la Tabla 53) es aún más pequeño en 2014, si se compara con EEUU y las potencias comerciales más importantes de la Unión Europea, con una Renta per Cápita o PIB superiores a los españoles: EEUU; Alemania; Francia; Reino Unido, Italia y Holanda (a partir de ahora "*países EAFRIH*"). Malasia y Singapur ocupan las posiciones 72ª y 61ª, respectivamente, en el ranking de países clientes para los productos españoles. Estos dos mercados son bastante más importantes para todos los países considerados en términos relativos, con especial atención a los Estados Unidos (posiciones 24ª y 13ª), o Francia (posiciones 33ª y 16ª), aparte del rol tradicional en el comercio exterior británico en la zona (23 y 31), y su gran presencia en el sector financiero malasio y singapurense (véase el epígrafe II.2.1). En términos absolutos comparativos con los EAFRIH, nuestro comercio con Malasia y Singapur es minúsculo, y la importancia de estos mercados, nimia. Las exportaciones españolas a Malasia y Singapur en 2013 (465.628.000 y 1.051.504.000 dólares, respectivamente) son las más pequeñas de todos los países occidentales EAFRIH y Australia, y sólo son superiores a las exportaciones de Nueva Zelanda, altas con relación al muy pequeño tamaño de su economía, población y exportaciones. Sin embargo, en términos relativos los mercados malasios y singapurenses suponen un mayor porcentaje de las exportaciones totales de Nueva Zelanda que las de España (1.88% y 2.11%, respectivamente, para Nueva Zelanda, frente al 0.03 y el 0.08 para España). Obviamente, aunque la proximidad geográfica y/o los lazos históricos y culturales (coloniales o no), o la distancia y/o posición geográfica e importancia logística en el ex Imperio Británico y el comercio mundial, sean variantes explicativas de unas mayores exportaciones e importancia estratégica de Malasia y Singapur, para los países de la Commonwealth (Reino Unido, Nueva Zelanda y Australia) y en menor medida para Francia y Holanda, no lo sería para países como Alemania e Italia, con unas industrias más grandes y con mayor presencia en la región, que llegaron bastante antes que España.

La renta per cápita española es muy parecida a la italiana<sup>1523</sup>, aunque la composición de las exportaciones españolas a Malasia y Singapur incluya un componente de Marketing e intensidad tecnológica mucho menor que las de Reino Unido; Alemania, Francia e Italia. Esto se deduce de la comparación de la estructura de las principales exportaciones alemanas, francesas e italianas con las españolas<sup>1524</sup>. Alemania y Francia, pero muy especialmente Alemania, han mantenido el liderazgo tecnológico en materia industrial en la Unión Europea, por tanto el grueso de la exportación europea es industrial y dominan las tecnologías altas y medias altas<sup>1525</sup>, fundamentales en la exportación de bienes de capital a nuevos países industrializados, necesarias para su desarrollo económico. España exporta fundamentalmente servicios, y esto afecta las comparaciones del comercio de mercancías en esta sección: p. ej., el turismo español o la exportación de servicios para proyectos de infraestructuras, puede que se haga más importante en el tiempo, obviando las distancias, en comparación con el italiano o francés, a medida que crezca la renta per cápita y el conocimiento mutuo. De cualquier modo, las empresas de los países EAFRIH, como Francia e Italia, realizan una inversión en marketing internacional ingente en los mercados considerados para sus productos y servicios muchísimo mayor

---

<sup>1523</sup> Fuente: CIA Factbook, 2014, Renta Per cápita en Paridad en Poder Adquisitivo (PPP).

<sup>1524</sup> Nota: Compárense las partidas en las tablas en los epígrafes II.2.1; II.2.2; II.2.3 y II.2.4 con las del III.1.2 y III.2.1.

<sup>1525</sup> AAVV, "*2013, World Indicators of Intellectual Property*", dirigido por Francis Gurry y Carsten Fink, Ginebra, informe de Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (WIPO), de las NNUU, 2013, 214 páginas, pp. 6; 27 y 81. El liderazgo se puede medir por el número de patentes registradas, entre otros muchos indicadores en este mismo informe. Disponible en <URL: [http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/intproperty/941/wipo\\_pub\\_941\\_2013.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/intproperty/941/wipo_pub_941_2013.pdf)>, (accedido el 11.09.2015).

que la de las empresas españolas, que se cuidan de asociar su marca país a los sectores y productos exportados: aquí también es problema de capacidad; tradición, conocimiento de mercados e incluso político, a diferencia de España se trata de países bastante nacionalistas.

Las exportaciones alemanas a Malasia serían casi 14 veces las españolas; las francesas 7.39 veces; las británicas 5.27 veces; las italianas 3 veces: lo mismo es aplicable para las exportaciones a Singapur: el montante de las exportaciones americanas a Singapur sería más de 29 veces el de las españolas; las de Alemania más de 8 veces; las de Francia más de 7 veces, las de Italia un 240% de las españolas. El poder de atracción de negocio de mayores niveles de PIB de los EAFRIH, tampoco explicaría la desproporción entre lo reducido de las exportaciones e importaciones españolas a Malasia y Singapur y el PIB de España, con relación a estas potencias occidentales. Es decir, por ejemplo para el caso de Singapur, el PIB nominal francés sólo dobla al español (columna 6ª de la Tabla 54), pero sus exportaciones son muchísimo mayores, significan el 700% de las españolas; la exportación italiana superaría con creces a la española (son un 240% mayores), y el PIB de Italia sólo sería el 154% del español. Las exportaciones alemanas serían más del 800% de las españolas, pero el PIB alemán sólo sería algo más de 2.6 veces el español. Un mayor PIB tampoco supone unas mayores exportaciones: Holanda tiene un PIB que no llega al 60% del español a precios de mercado, pero sus exportaciones suponen un 435% de las españolas, por su rol tradicional en el comercio del Sudeste Asiático.

En términos de la importancia estratégica de las exportaciones a Malasia y Singapur, en relación al PIB nacional, lógicamente, Australia y Nueva Zelanda, más próximas e integradas en el comercio asiático, se mueven entre el 0.29% del PIB y el 0'45%, y tienen intereses de mayor tamaño relativo en estos países. Las demás potencias en orden de importancia estratégica del comercio con Malasia en función del PIB, lo serían Alemania (0.17%) Holanda (0.13%); Francia (0.12%); Reino Unido (0.09%), y EEUU (0.08%). Singapur es mucho más importante en términos absolutos y relativos, por cifra de exportaciones y PIB (véase la columna 8ª de la Tabla 54): las exportaciones a Singapur significan el 0.57% del PIB holandés; el 0.26% del francés; el 0.25% del inglés; el 0.23% del alemán; el 0.18% del americano, y el 0.12 del italiano. Aunque, dado el enorme tamaño del PIB norteamericano y el bajo ratio de exportaciones sobre el PIB en EEUU, este ratio no es significativo, las exportaciones americanas casi duplican y más que triplican, a las exportaciones de Alemania a Malasia y Singapur, respectivamente, siendo Alemania es el segundo suministrador de mercancías tanto a Malasia como a Singapur. En términos del porcentaje que significan las exportaciones a Malasia sobre el total de exportaciones de cada uno de los países EAFRIH: EEUU (0.82% de sus exportaciones totales); Francia (0.61%); Reino Unido (0.45%); Alemania (0.44%); Italia (0.27%); Holanda (0.19%)...Y España queda algo lejos, con el 0.15% de sus exportaciones. La importancia estratégica de Singapur para los EAFRIH, especialmente para los anglosajones, es bastante mayor que la de Malasia, en términos del porcentaje exportaciones a Singapur sobre las exportaciones totales: Singapur significa el 1.94% de las exportaciones de los EEUU; el 1.77% de las australianas y el 2.11 de las neozelandesas, así como el 1.22% de las británicas. Con relación a los países de la Europa continental y en orden de importancia Singapur adquiere el 1.27% de las exportaciones francesas; el 0.86% de las holandesas; el 0.58% de las alemanas; y el 0.49% de las italianas... Singapur sólo compra el 0.34% de las exportaciones españolas.



Tabla 55

Importaciones de Singapur, ratio de exportaciones a Singapur / PIB, de países de la Unión Europea a 27 miembros (2013), en miles de dólares americanos. Porcentaje de exportaciones a Singapur de los países UE 27 sobre del total de exportaciones de la UE.

Exportadores	2010	2011	2012	2013	2014	PIB 2013	2013 Export Sing/PIB	2014 Export Sing/Export UE %
<b>Mundo</b>	310791134	365770491	379722889	373015740	366376216			
<b>UE 27</b>	38382591	46082278	47729016	46076940	43776866			
<b>Alemania</b>	8903577	10409081	10565369	10872662	10646020	3730261000	0.29	24.32
<b>Francia</b>	7442244	8490571	9124646	8098634	8110891	2806428000	0.29	18.53
<b>Reino Unido</b>	5583320	6047307	6997941	7960527	6192163	2678455000	0.30	14.14
<b>Holanda</b>	5345885	6972118	7841478	5718944	4716764	853539000	0.67	10.77
<b>Italia</b>	2812640	3561574	3579870	3916823	4138754	2149485000	0.18	9.45
<b>Bélgica</b>	936799	1244620	1254700	1642729	1643888	524806000	0.31	3.76
<b>Austria</b>	1043023	1074648	1013031	1113821	1291279	428322000	0.26	2.95
<b>España</b>	640670	806191	1011624	1052222	1176663	1393040000	0.08	2.69
<b>Suecia</b>	1229550	1299215	1291099	1215567	1118211	579680000	0.21	2.55
<b>Irlanda</b>	888805	846877	876589	865774	877752	232077000	0.37	2.01
<b>Bulgaria</b>	184254	268086	18468	354416	812582	54480000	0.65	1.86
<b>Dinamarca</b>	443494	572835	809410	538992	481176	335878000	0.16	1.10
<b>Polonia</b>	129292	215751	204171	262525	452948	525866000	0.05	1.03
<b>Finlandia</b>	368885	414279	360028	361777	412123	267329000	0.14	0.94
<b>Grecia</b>	151976	877599	524441	267311	338304	242230000	0.11	0.77
<b>Rep. Checa</b>	125992	184758	232601	254969	315478	208796000	0.12	0.72
<b>Hungría</b>	954231	1253932	411512	425464	309723	133424000	0.32	0.71
<b>Malta</b>	382579	522896	666096	498416	299544	9642000	5.17	0.68
<b>Portugal</b>	80203	126041	100595	104887	119560	227324000	0.05	0.27
<b>Rumania</b>	62145	122411	109774	84150	77103	189638000	0.04	0.18
<b>Eslovaquia</b>	51937	53983	48311	68034	58459	97707000	0.07	0.13
<b>Eslovenia</b>	36066	37572	43737	47081	46055	47987000	0.10	0.11
<b>Lituania</b>	101618	83516	13418	142549	44536	45932000	0.31	0.10
<b>Luxemburgo</b>	32472	37223	55059	64871	43505	60131000	0.11	0.10
<b>Chipre</b>	56367	218853	233501	15771	27011	21911000	0.07	0.06
<b>Letonia</b>	81562	126727	150586	44936	15043	30957000	0.15	0.03
<b>Estonia</b>	313005	213614	190961	83088	11331	24880000	0.33	0.03

Fuente: Elaboración propia en base a estadísticas de Trademap, base de datos de comercio exterior de NNUU (2015), y de PIB del Banco Mundial (2013).

Las exportaciones combinadas de los EAFRIH, Australia y Nueva Zelanda a Singapur, significan 66799518 miles de dólares, casi doblando sus exportaciones a Malasia 34226380 miles de dólares (lo que hace a Singapur mucho más importante que Malasia para el comercio internacional occidental). Por su rol clave en el

comercio internacional y regional. Por tanto, La importancia estratégica en términos del PIB de tanto de Malasia (0.03%), como Singapur (0.08%) para España, es la menor entre los EAFRIH, francamente nimia: España está mucho menos expuesta a los riesgos económicos derivados de estos dos mercados, que no a los securitarios, puesto que las mayores exportaciones españolas al Este de Asia se podrían ver interrumpidas por conflictos en los Estrechos. El ratio exportaciones de mercancías a Singapur / PIB es mayor que el español para toda la Europa Occidental (EU 15) exceptuando Portugal. Este es país con una economía debilitada y relativamente pequeña, paradójicamente pionera en el comercio europeo al Sudeste Asiático. La EU 15 comprende a: Austria; Bélgica; Dinamarca; Finlandia; Alemania; Francia; Grecia; Irlanda; Italia; Luxemburgo; Holanda; Portugal, Suecia el Reino Unido y España. Es decir, aquellos países de la UE antes de su ampliación al Este tras la caída del muro de Berlín, excepto Grecia y Portugal todos con niveles de renta per cápita más altos que España. En el resto de la UE sólo tienen menores ratios y volúmenes absolutos de comercio mucho más bajos: Polonia; Rumanía, Eslovaquia y Chipre. Todos estos son países con bajos niveles de renta y una importancia mucho menor que la de España en el comercio global.

Tres países de la EU15, con PIBs bastante menores que el español en la UE superaban a España, en sus exportaciones en términos absolutos a Singapur. En orden de importancia: Holanda; Bélgica y Austria. Sin embargo, los tres tienen una renta per cápita superior a España (Tabla 55). Además, las exportaciones de España en dólares sólo significaban el 2.6% de las exportaciones de la Unión Europea a Singapur, España sería el quinto suministrador a Singapur de la Unión, muy por debajo del peso del PIB de España en la Unión: el 7.8% del PIB total de la EU 27. El ratio de exportaciones a Malasia/PIB en 2013 es mayor que el español en toda la Europa Occidental (EU 15) exceptuando Portugal y Luxemburgo, así como algunos países del Este (prácticamente excluidos del comercio mundial antes de 1989), con un peso económico mucho menor que los EAFRIH y los demás de la UE15, con ratios algo menores: si el ratio de España era el 0.04% del PIB, el de estos se mueve en torno al 0.03%, una proporción muy pequeña, casi parecida (en Tabla 57). Tampoco existe proporción entre el peso de España en la economía de la UE 27 (7.8%), y el porcentaje de exportaciones españolas a Malasia del total de exportaciones de la UE (3.31%). Dos países con menores niveles de PIB en términos absolutos, pero mayores en términos de renta per cápita, registran mayores exportaciones a Singapur que España: Holanda y Bélgica, que suponen el 0.27% y el 0.19% de su PIB, respectivamente. Estas proporciones casi septuplican y cuadriplican, respectivamente el porcentaje español (0.04%) en la Tabla 57.

En términos de las importaciones de Malasia, naturalmente más importantes para Australia y Nueva Zelanda (7ª posición en el ranking de países suministradores en términos de valor de las importaciones para ambos países); EEUU (17ª); Holanda (20ª); Reino Unido (25ª); después le siguen en importancia Alemania (32ª); Francia (36ª), de menor importancia. Y finalmente, España e Italia (61ª), donde son de importancia mínima. En términos de las importaciones de Singapur, ocurre exactamente lo mismo: Australia y Nueva Zelanda (4ª y 8ª posición, respectivamente). Estas dos dependen grandemente de Singapur para sus suministros, por razones obviamente logísticas, entre otras mentadas. Finalmente, la dependencia de las importaciones de Malasia es bastante mayor que la de importaciones de Singapur para Holanda y las demás ex potencias coloniales en el Sudeste Asiático: EEUU (26ª); Holanda (29ª); Reino Unido (41ª), así como para Alemania y

Francia (45<sup>a</sup>). La dependencia de España es mínima (67), y finalmente Italia, donde la importancia de Singapur es estadísticamente despreciable (Tabla 56).

**Tabla 56**

Importaciones totales, importaciones de Malasia y Singapur y posición en el ranking de países origen de importaciones en países seleccionados en 2014, en miles de dólares.

Pais	Importaciones	2010	2011	2012	2013	2014	Ranking
EEUU	Mundo	1966496700	2262585600	2333805233	2328328633	2409790147	
EEUU	Malasia	26628314	26485215	26651965	28025472	31140711	17
EEUU	Singapur	17746677	19362750	20454958	18097668	16689729	26
Alemania	Mundo	1066816800	1260297537	1173287600	1194482625	1218338350	
Alemania	Malasia	7520143	8574760	7062448	7555645	6383532	32
Alemania	Singapur	6313942	6746744	6565017	6454048	3114266	45
Reino Unido	Mundo	627617523	717606233	689137011	657222528	682527968	
Reino Unido	Malasia	3214627	3148958	2712713	2611713	5350394	25
Reino Unido	Singapur	4628615	4790347	4453409	2676996	2679779	41
Francia	Mundo	599171506	700851646	663268640	668658053	674600998	
Francia	Malasia	4070017	5327173	5874985	4114381	2767145	36
Francia	Singapur	2546185	3133308	2930997	2578443	1771295	45
Italia	Mundo	486984372	558831982	489104116	476414449	472120743	
Italia	Malasia	1099037	1240512	995326	983763	905536	61
Italia	Singapur	306560	394759	328109	300083	299094	84
Holanda	Mundo	439986633	492837632	501134302	506162309	587950600	
Holanda	Malasia	7376886	7501534	7474116	7850960	6114429	20
Holanda	Singapur	3547626	3664880	4524630	3537065	3296779	29
España	Mundo	315547199	362834519	325835176	332266846	350977773	
España	Malasia	798948	858639	685373	680119	750469	61
España	Singapur	547973	584361	490645	537924	562993	67
Australia	Mundo	188740660	234205823	250464794	232481271	228745757	
Australia	Malasia	8195997	8779593	9928191	8846118	10186928	7
Australia	Singapur	9596914	14596109	15010975	12144185	11782825	4
N Zelanda	Mundo	30157848	36111257	38242731	39221545	42491017	
N Zelanda	Malasia	1082281	1149129	1486906	1590503	1858111	7
N Zelanda	Singapur	1155068	1701474	1707690	1514163	1726195	8

Fuente: Elaboración propia en base a estadísticas de la base de datos Trademap, de NNUU (2015)

Las oportunidades para España posiblemente se hayan confirmado con las tasas de crecimiento de las exportaciones españolas a Malasia en los últimos cinco años (desde 2010 que se propuso este estudio al IUGM por su conveniencia para los intereses españoles). Las exportaciones españolas de mercancías a Malasia (Tabla 58) son las que más han crecido de los EAFRIH en términos relativos (115%), seguidas por Australia y Nueva Zelanda, en el periodo 2010-14 (¿Arrastradas por el crecimiento de las exportaciones alemanas, francesas, principales mercados de exportación españoles<sup>1526</sup>, bastante mayores que las españolas en términos absolutos?) (véase la Tabla 54). Sin embargo, las exportaciones españolas parten de niveles muy bajos, los anteriores a 2010: el aumento en la exportación es algo que se dejaba esperar y que tampoco confirma una tendencia clara.

<sup>1526</sup> Fuente: Datacomex 2015: Francia (6425 millones de Euros) y Alemania (4205 millones), son los dos primeros mercados de exportación de España al mundo en enero y febrero de 2014.

Tabla 57

**Importaciones de Malasia y ratio de exportaciones/PIB de países de la Unión Europea (2013), en miles de dólares americanos. Porcentaje de exportaciones a Singapur de los países UE 27 sobre el total agregado de exportaciones de los UE 27**

País	2010	2011	2012	2013	2014	PIB 2013	2013 Export Mal/PI B %	2014 Export Mal/Expor UE %
Mundo	164586273	187573009	196196619	206250855	208980450			
UE27	16860254	19596938	21185855	22386980	21756021			
Alemania	6643039	7176250	7510586	7280638	7090208	3730261000	<b>0.20</b>	<b>32.59</b>
Francia	1950104	3475161	4215101	4280181	3808210	2806428000	<b>0.15</b>	<b>17.50</b>
Holanda	1057766	1180497	1621211	1718786	2507139	853539000	<b>0.27</b>	<b>11.52</b>
Reino Unido	1816582	2005950	2208298	2325232	2171200	2678455000	<b>0.06</b>	<b>9.98</b>
Italia	1415713	1649095	1709044	1866577	1783157	2149485000	<b>0.09</b>	<b>8.20</b>
Bélgica	624477	697391	860999	997407	720576	524806000	<b>0.19</b>	<b>3.31</b>
<b>España</b>	<b>321727</b>	<b>395722</b>	<b>416952</b>	<b>591976</b>	<b>719927</b>	<b>1393040000</b>	<b>0.04</b>	<b>3.31</b>
Suecia	636810	645383	647757	616899	595697	579680000	<b>0.08</b>	<b>2.74</b>
Austria	459443	670235	467613	476752	563154	428322000	<b>0.14</b>	<b>2.59</b>
Irlanda	1099922	552110	314121	288865	385458	232077000	<b>0.12</b>	<b>1.77</b>
Dinamarca	163453	200600	208773	248227	275109	335878000	<b>0.08</b>	<b>1.26</b>
Polonia	93827	137261	162610	284558	237851	267329000	<b>0.06</b>	<b>1.09</b>
Finlandia	222887	306962	266951	437318	200683	525866000	<b>0.08</b>	<b>0.92</b>
Chequia	82406	111369	112712	172491	195294	208796000	<b>0.07</b>	<b>0.90</b>
<b>Hungría</b>	<b>116762</b>	<b>172169</b>	<b>81925</b>	<b>149766</b>	<b>120837</b>	<b>133424000</b>	<b>0.03</b>	<b>0.56</b>
<b>Portugal</b>	<b>14914</b>	<b>19010</b>	<b>87854</b>	<b>138164</b>	<b>73944</b>	<b>227324000</b>	<b>0.02</b>	<b>0.34</b>
Chipre	6119	10509	11314	40383	65476	21911000	<b>0.53</b>	<b>0.30</b>
Bulgaria	11588	25833	27580	52651	39482	54480000	<b>0.46</b>	<b>0.18</b>
<b>Rumania</b>	<b>23666</b>	<b>28837</b>	<b>23268</b>	<b>36123</b>	<b>30756</b>	<b>189638000</b>	<b>0.03</b>	<b>0.14</b>
Lituania	16466	22516	82433	48486	29165	45932000	<b>0.21</b>	<b>0.13</b>
Malta	12567	11472	24028	29702	26092	9642000	<b>0.55</b>	<b>0.12</b>
Eslovenia	14397	15309	21128	28815	24079	47987000	<b>0.06</b>	<b>0.11</b>
<b>Luxemburgo</b>	<b>12762</b>	<b>27045</b>	<b>32812</b>	<b>94226</b>	<b>23318</b>	<b>60131000</b>	<b>0.03</b>	<b>0.11</b>
<b>Eslovaquia</b>	<b>17415</b>	<b>32020</b>	<b>16739</b>	<b>18239</b>	<b>22386</b>	<b>97707000</b>	<b>0.03</b>	<b>0.10</b>
Letonia	5421	10833	18839	117161	17479	30957000	<b>0.13</b>	<b>0.08</b>
Grecia	17216	14403	31104	40501	14695	242230000	<b>0.06</b>	<b>0.07</b>
<b>Estonia</b>	<b>2805</b>	<b>2996</b>	<b>4103</b>	<b>6856</b>	<b>14649</b>	<b>24880000</b>	<b>0.03</b>	<b>0.07</b>

Fuentes: Elaboración propia en base a estadísticas de Trademap, la base de datos de comercio exterior de NNUU (2015), y estadísticas de PIB del Banco Mundial (2013).

**Tabla 58**  
**Tasas de crecimiento de las exportaciones a Malasia, 2010-2014**

<b>País</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>Total 10/14</b>
<b>EEUU</b>		1.69	-9.61	1.18	1.03	-6.04
<b>Alemania</b>		6.66	5.13	0.37	-0.49	11.99
<b>Reino Unido</b>		22.89	0.32	4.46	-2.42	25.66
<b>Francia</b>		39.22	54.35	-11.25	-7.90	75.65
<b>Italia</b>		17.10	-4.15	2.43	2.94	18.34
<b>Italia</b>		9.40	13.46	6.15	11.14	46.44
<b>Holanda</b>		-2.66	23.93	-4.41	12.10	29.26
<b>España</b>		21.08	-4.10	8.75	2.47	29.39
<b>España</b>		38.14	19.77	-5.56	37.66	115.09
<b>Australia</b>		51.95	12.07	-29.12	48.33	79.04
<b>N Zelanda</b>		25.09	4.20	2.70	10.81	48.33

Fuente: Elaboración propia en base a las estadísticas de Trademap (2014)

Sin embargo, si los países EAFRIH, que compiten con España tanto en Malasia como en Singapur, han sido capaces de vender muchos más productos que las españolas en proporción a su PIB que España, invirtiendo más recursos en Marketing, no parece exagerado albergar la intuición de que siguiendo su rastro puedan existir bastantes posibilidades en estos mercados para las empresas españolas. Todos los países considerados menos EEUU aumentan sus exportaciones sustancialmente a Malasia en el periodo (Tabla 53), probablemente como consecuencia de la apreciación del Ringgit Malasio (RM) frente al Euro: si en septiembre de 2009 un Euro se cambiaba por unos 5.11 RM, en mayo de 2015, el tipo de cambio era 1 Euro por más o menos 4 RM. Por tanto, las exportaciones malasia a la Alemania; Francia; Italia; Holanda y España, en la zona Euro, bajaron considerable con la apreciación del RM, hasta el 32% en el caso de Francia y el 17% en el caso de Italia (la coyuntura fuertemente contractiva de estas dos economías pueda haber sido una de las causas fundamentales). Sin embargo, las exportaciones malasia a los países anglosajones considerados: EEUU; Nueva Zelanda, Australia y Reino Unido, subieron en el periodo.

**Tabla 59**  
**Tasas de crecimiento de las importaciones de Malasia, 2010-2014**

<b>País</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>Total 10-14</b>
<b>EEUU</b>		-0.54	0.63	5.15	11.12	16.95
<b>Alemania</b>		14.02	-17.64	6.98	-15.51	-15.11
<b>Reino Unido</b>		-2.04	-13.85	-3.72	104.86	66.44
<b>Francia</b>		30.89	10.28	-29.97	-32.74	-32.01
<b>Italia</b>		12.87	-19.76	-1.16	-7.95	-17.61
<b>Holanda</b>		1.69	-0.37	5.04	-22.12	-17.11
<b>España</b>		7.47	-20.18	-0.77	10.34	-6.07
<b>Australia</b>		7.12	13.08	-10.90	15.16	24.29
<b>N Zelanda</b>		6.18	29.39	6.97	16.83	71.68

Fuente: Elaboración propia en base a las estadísticas de Trademap (2014)

Con respecto a Singapur, el panorama es parcialmente distinto. Gracias a la apreciación del Dólar de Singapur (SGD) frente al Euro en el periodo, si en marzo de 2008 1 Euro compraba 2.17 SGD<sup>1527</sup>, en mayo de 2015 el cambio del Euro oscilaba en torno a 1.5 SGD: todos los bienes y servicios singapurenses de exportación se encarecieron más que significativamente en el periodo, reduciéndose drásticamente las exportaciones singapurenses y alentando las importaciones sustancialmente. Por tanto, las exportaciones españolas crecen considerablemente de 2010 a 2014 (17.87%), pero mucho menos que las italianas (47.76%), aunque bastante más que las francesas (0.43%), que son las que menos crecen de los EAFRIH. Los países de la Commonwealth aumentan sus exportaciones a Singapur más que considerablemente: Reino Unido (16.30%); Nueva Zelanda (42.89%) y Australia (66.28%), las que más crecen. Las exportaciones de los EEUU (4.74%) crecen marginalmente en comparación con todas las potencias europeas menos Francia, registrando todos crecimientos de dos dígitos (Tabla 60). La tasa de crecimiento de las exportaciones italianas a Singapur (47.60%) es bastante superior que la de España.

**Tabla 60**  
**Tasas de crecimiento de las exportaciones a Singapur, 2010-2014**

Pais	2010	2011	2012	2013	2014	Total 10-14
<b>EEUU</b>		7.63	-2.67	0.47	-0.48	4.74
<b>Alemania</b>		16.13	-6.44	0.67	-2.23	6.94
<b>Reino Unido</b>		15.60	16.31	-3.48	-10.39	16.30
<b>Francia</b>		7.25	5.50	-4.55	-7.01	0.43
<b>Italia</b>		33.87	0.41	3.12	6.60	47.76
<b>Holanda</b>		4.44	33.06	-8.81	-2.14	24.00
<b>España</b>		-30.00	69.22	-2.49	2.04	17.87
<b>Australia</b>		42.16	13.31	-15.19	21.70	66.28
<b>N. Zelanda</b>		10.03	6.04	21.06	1.17	42.89

Fuente: Elaboración propia en base a las estadísticas de Trademap (2014)

Con relación a las importaciones de Singapur, las españolas crecieron a una tasa del 2.7%, lo que contrasta con todas las economías EAFRIH, cuyas importaciones decrecieron de 2010 a 2014. Lo hacen significativamente en Alemania, que redujo sus importaciones de Singapur más de un -50%; Reino Unido más del - 42% o Francia más del -30%, (véase la Tabla 61). Las tasas de decrecimiento más bajas fueron las de Holanda (-6.79%); EEUU (-5.96%) e Italia (-2.44%). Tanto España como Italia registran altos crecimientos en sus exportaciones y bajos decrecimientos de sus importaciones de Singapur con la apreciación del SGD, lo que pueda apuntar a la inelasticidad precio a las importaciones de Singapur por partidas con contenido tecnológico.

En una era en la que el centro de la actividad económica global se está desplazando al área de Asia-Pacífico, las exportaciones españolas a Asia (5.6% del total) significan relativamente poco en relación al tamaño de las poblaciones y del PIB de las naciones asiáticas. Aunque las exportaciones españolas a todas las potencias

<sup>1527</sup> Fuente: Estadísticas de tipo de cambio del Banco Central Europeo.

de Asia consideradas crecieron sustancialmente (sólo de 2007 a 2011 se pasó de 7220 a 11118 millones de Euros)<sup>1528</sup>, además de la dependencia energética de los países de Oriente Medio, España todavía tiene un grave problema estratégico de competitividad para con los mercados del Este y el Sudeste Asiático: nuestras importaciones (13,6% del total exportado) superan en un 260% a nuestras exportaciones a Asia (excluido Oriente Medio). Es obvio que detrás de este problema está el enorme déficit comercial español con la RP China y la ASEAN (en Tabla 64), relativo a los problemas económicos relativos al ascenso chino (tratados en epígrafes I.4.3 y I.4.6). Además, el comercio español con todos los países de la ASEAN, el patio trasero de China, es muy pequeño en comparación con nuestras exportaciones a casi todos los demás bloques comerciales y áreas geográficas relevantes: supone el 1.1% de las exportaciones totales españolas y el 2.2% de las importaciones, una proporción que no tiene relación con el potencial económico del Sudeste Asiático (véase la Tabla 62): la ASEAN ya significaba el 4.4% del PIB global en 2014<sup>1529</sup>.

**Tabla 61**  
**Tasas de crecimiento de las importaciones de Singapur, 2010-2014**

<b>Pais</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>Total 10-14</b>
<b>EEUU</b>		9.11	5.64	-11.52	-7.78	-5.96
<b>Alemania</b>		6.85	-2.69	-1.69	-51.75	-50.68
<b>Reino Unido</b>		3.49	-7.03	-39.89	0.10	-42.10
<b>Francia</b>		23.06	-6.46	-12.03	-31.30	-30.43
<b>Italia</b>		28.77	-16.88	-8.54	-0.33	-2.44
<b>Holanda</b>		3.31	23.46	-21.83	-6.79	-7.07
<b>España</b>		6.64	-16.04	9.64	4.66	2.74
<b>Australia</b>		52.09	2.84	-19.10	-2.98	22.78
<b>N Zelanda</b>		47.31	0.37	-11.33	14.00	49.45
Fuente: Elaboración propia en base a las estadísticas de Trademap (2014)						

¿Pueden tener relevancia Malasia y Singapur en el panorama estratégico y del comercio español con la ASEAN? El aspecto más positivo del comercio español con los países asiáticos, es la gran mejora de nuestra tasa de cobertura de 2010 a 2014 (exportaciones/importaciones) para las principales potencias del Este y Sudeste Asiático. Excepto Camboya y Vietnam, países con niveles muy bajos de desarrollo económico, en los demás países considerados mejoró la tasa de cobertura (véase la Tabla 63). Si bien el saldo comercial para con los países de la ASEAN se reduce apreciablemente, existe una reducción drástica en el saldo comercial deficitario con las potencias ASEAN y del Este de Asia (véase más adelante la Tabla 64).

<sup>1528</sup> Fuente: AAVV, "El Sector Exterior español en 2011", Madrid, Ministerio de Economía y Competitividad, Boletín Económico de Información Comercial Española, n° 3030, del 1 al 15 de septiembre de 2012.

<sup>1529</sup> Fuente: ASEAN Economic Community Chartbook, 2014.

Tabla 62

Exportaciones e importaciones, y saldo comercial españoles por áreas geográficas, porcentaje sobre el total ("%") en 2013, y tasas de variación porcentual ("Var.") en el periodo 2012-2013, en millones de Euros.

AREA	Exportaciones			Importaciones			Saldo	
	MillonesEUR	%	Var.	MillonesEUR	%	Var.	MillonesEUR	Var.
<b>Europa</b>	163.091,1	69,6	3,7	147.205,5	58,8	1,4	15.885,6	31,3
<i>Unión Europea</i>	146.645,2	62,6	4,7	128.950,6	51,5	1,3	17.694,6	38,6
<i>Zona euro</i>	114.721,8	49,0	4,1	103.735,4	41,5	1,2	10.986,4	42,3
<i>Resto UE.</i>	31.923,3	13,6	6,8	25.215,2	10,1	1,5	6.708,1	33,1
<i>Resto de Europa</i>	16.445,9	7,0	-4,2	18.255,6	7,3	2,4	-1.809,7	-170,7
<b>América</b>	24.994,3	10,7	2,7	30.278,4	12,1	-6,7	-5.284,1	34,9
<i>América del Norte</i>	9.822,7	4,2	-4,7	11.311,9	4,5	3,5	-1.489,2	-139,3
<i>América Latina</i>	15.003,7	6,4	8,6	18.105,4	7,2	-8,4	-3.101,8	47,8
<i>Resto de América</i>	167,9	0,1	-20,4	861,1	0,3	-50,9	-693,2	55,1
<b>Asia</b>	20.829,5	8,9	10,3	43.855,7	17,5	-7,3	-23.026,2	18,9
<i>Asia (sin Oriente Medio)</i>	13.115,3	5,6	3,2	34.128,7	13,6	-1,0	-21.013,4	3,5
<i>Oriente Medio</i>	7.714,2	3,3	24,9	9.727,0	3,9	-24,0	-2.012,8	69,6
<b>África..</b>	16.487,2	7,0	8,4	28.182,7	11,3	2,0	-11.695,5	5,8
<b>Otros</b>	9.155,1	3,9	9,3	2.572,4	1,0	-7,1	6.582,7	17,5
<b>TOTAL MUNDIAL</b>	234.239,8	100,0	5,2	250.195,2	100,0	-1,3	15.955,	4 48,1
<b>Total no UE</b>	87.594,7	37,4	6,1	121.244,6	48,5	-3,8	-33.650,0	22,7
<b>Total no zona euro</b>	119.518,0	51,0	6,3	146.459,8	58,5	-3,0	-26.941,8	30,0
<b>OCDE.</b>	171.415,5	73,2	4,3	156.496,6	62,5	1,2	14.918,9	55,3
<b>ASEAN.</b>	<u>2.572,8</u>	<u>1,1</u>	<u>2,1</u>	<u>5.659,1</u>	<u>2,3</u>	<u>-3,2</u>	<u>-3.086,3</u>	<u>7,2</u>
<b>NAFTA.</b>	13.015,4	5,6	-4,1	16.818,6	6,7	0,7	-3.803,2	-21,5
<b>MERCOSUR</b>	6.139,8	2,6	11,5	6.028,2	2,4	-11,2	111,7	108,7
<b>OPEP</b>	12.065,2	5,2	11,7	29.399,4	11,8	-7,7	-17.334,3	17,7

Fuente: AAVV, "El Sector Exterior español en 2013", Madrid, Ministerio de Economía y Competitividad, Boletín Económico de Información Comercial Española, nº 3053, del 1 al 31 de julio de 2014, pp. 85-86.

Son pues los países del Este Asiático, exceptuando la RP China (véase la Tabla 64), los que están detrás de la mayor reducción del déficit español en su comercio con Asia: la mejora en el comercio español con Japón, Corea del Sur y Taiwán ningunean, sin duda, la magnitud, así como la mejora en la cobertura y en el saldo comercial con la ASEAN, Malasia y Singapur en el periodo 2010-2014. El comercio español con la RP China, Japón, Corea del Sur y Taiwán, sería bastante mayor en 2014 que el establecido con los países de la ASEAN: Las exportaciones españolas a China serían un 845% mayores que aquellas a Malasia; las de Corea un 408.52%, aquellas a Japón un 543%; aquellas a Taiwán un 210%, e incluso las que van a Hong Kong lo son un 179.63% más grandes. Además, las exportaciones a Japón habrían aumentado un 84%, y las exportaciones a Corea del Sur se habrían más que doblado, creciendo un 161%. Las exportaciones a la RP China habrían crecido un 54% y ya en 2010 triplicaban con creces las exportaciones españolas a Singapur en 2014 (véase la Tabla 65).



Tabla 63

**Tasas de Cobertura del comercio exterior de España (exportaciones/importaciones) en los países ASEAN y las principales potencias económicas del Este de Asia, en miles de dólares, 2010-2014**

	2010	2011	2012	2013	2014	Tasa de crec. 10-14
<b>Mundo</b>	78.04	82.18	87.75	93.59	90.79	16.33
<b>ASEAN</b>	33.63	30.44	43.10	45.46	44.85	33.38
<b>Singapur</b>	166.13	109.06	219.79	195.47	190.58	14.72
<b>Malasia</b>	37.30	47.94	71.94	68.46	85.41	128.98
<b>Tailandia</b>	29.37	35.65	48.62	58.40	48.41	64.83
<b>Indonesia</b>	13.03	12.90	20.17	24.00	22.81	75.03
<b>Filipinas</b>	94.01	122.74	196.46	200.09	217.43	131.29
<b>Vietnam</b>	14.80	15.97	11.33	12.77	14.06	-4.97
<b>Myanmar</b>	9.99	34.70	29.73	52.48	38.27	283.06
<b>Camboya</b>	3.33	3.36	3.27	2.78	2.73	-17.95
<b>Brunei</b>	407.73	2666.13	325500.00	10703.45	12858.06	3053.58
<b>Laos</b>	7.87	9.48	8.67	15.40	24.71	213.93
<b>RP China</b>	14.04	18.19	21.35	22.71	20.65	47.13
<b>Corea del Sur</b>	45.79	47.67	67.04	67.18	118.92	159.71
<b>Japón</b>	41.00	58.20	70.80	92.05	99.27	142.12
<b>Hong Kong</b>	243.76	287.10	294.63	283.31	339.31	39.20
<b>Taiwán</b>	23.29	31.32	51.45	54.25	109.34	369.40
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Trademap (2015), NNUU, (exportaciones en la Tabla 68, e importaciones recogidas en la Tabla 70).						

Por tanto, el Este de Asia estaría ejerciendo una atracción muchísimo más fuerte que los mercados del Sudeste Asiático sobre el comercio español, en términos absolutos: aquí tenemos mayor distancia geográfica con España aunque la misma distancia cultural que con la ASEAN (véase el epígrafe III.3), pero mayores exportaciones. Japón; Corea y Taiwán, donde mejora espectacularmente la balanza de pagos bilateral a favor de España, son mercados muy grandes y competitivos; tecnológica y organizativamente avanzados, economías desarrolladas con alta capacidad adquisitiva (renta per cápita, inversión empresarial y consumo privado), muy moderna. En estos tres mercados, España "marca goles" en sectores o bien tecnológicamente intensivos, o bien intensivos en calidad, diseño y marketing, o de lujo y suntuarios. Algo posiblemente mucho más difícil de conseguir en Indonesia; Tailandia, y los demás países renta mucho más baja de la ASEAN lo que dificulta la exportación de productos caros; intensivos en calidad, marketing y tecnología, con los que España mantiene balanzas de pagos claramente deficitarias (Vietnam; Camboya y Myanmar), países especializados en sectores con baja intensidad tecnológica y bajos costes de mano de obra, en sectores los que España no puede competir. En la RP China, la atracción, autónoma o no, para la exportación española pueda tener tres condicionantes: el primero es su enorme tamaño; el segundo, las economías de escala en Operaciones y Marketing Internacional a la hora de distribuir productos españoles en mercados grandes, a través de grandes importadores (cosa que se da en Japón y Corea), el tercero los fuertes crecimientos en su PIB y poder adquisitivo (también en Corea, véase la Tabla 66). Por tanto, la tasa de cobertura para las exportaciones españolas en Asia es más alta para estos

mercados más afluentes y desarrollados en el Este de Asia como Taiwán (109%); Japón; Corea (118%), y Hong Kong (109.34%), más desarrollados que la ASEAN<sup>1530</sup> en conjunto (44%). No obstante, la tasa de cobertura también es relativamente alta para los países más desarrollados en la ASEAN: otra vez, Singapur (190%) y Malasia (85%), que suponen más de la mitad de las exportaciones españolas a la ASEAN. Si se mantienen las altas tasas de crecimiento económico y de exportaciones e importaciones (véase la Tabla 66), a medida que Malasia y Singapur mejoren su tecnología, la gestión empresarial y la calidad de su Desarrollo Económico, medio y alto respectivamente en el concierto asiático (problemas tratados en los epígrafes I.3.3 y I.2.5 y I.2.6), probablemente aumentarán las oportunidades para productos españoles intensivos en calidad; diseño, tecnología y capital.

Las oportunidades que ofrecen Malasia y Singapur (los países económica y tecnológicamente más avanzados de la ASEAN), puedan aunarse a la contribución del sector exterior español a la salida de la crisis económica, en España en el periodo 2008-2015 (véase el epígrafe I.1). Estos beneficios complementarían los de la diversificación de los destinos de exportación españoles (no poner todos los huevos en el mismo cesto): Aprovechando las oportunidades que ofrecen todos los mercados asiáticos, los que crecen más rápidamente en el panorama económico mundial hasta 2015 (Tabla 66), con buenas perspectivas en el medio y largo plazo (según previsiones de la Secretaría de Comercio para 2014 y 2015 rallaban el 6%)<sup>1531</sup>, España aminoraría su dependencia de países endeudados, con problemas estructurales. como son los países de la UE. Es decir, mercados maduros<sup>1532</sup>, con bajo crecimiento demográfico y de posible bajo crecimiento económico<sup>1533</sup> en el largo plazo. En la tabla 66 se puede percibir que Asia creció en torno al 4.5% en 2013, siendo China la nación líder, seguida por los NICS asiáticos, en los que se incluye a Malasia y Singapur (crecimiento de exportaciones e importaciones del 3.4%)<sup>1534</sup>. Las cifras de los NICs y China, triplican y quintuplican, respectivamente, el crecimiento de las importaciones de EEUU (1.2%) en 2013, mientras que las importaciones de la UE se mueven en cifras negativas en 2013 (-0.8%). Aunque el crecimiento de las importaciones de los NICs asiáticos en 2012 fuera del 1.4 (frente a una contracción de las importaciones europeas del -1.8%), las importaciones de Singapur crecieron casi un 18% de 2010 a 2014 (más del 3% anual), y las de Malasia un 27% (más del 5 % anual)<sup>1535</sup>, algo significativo cuando las exportaciones en ambos países suponen más del 100% de sus respetables PIBs. Prueba ello sería el crecimiento del comercio exterior español en casi todo el Este y Sudeste Asiático (tasas de cobertura en Tabla 63). La ganancia de competitividad para con nuestros socios dentro de la UE, se entiende como coyuntural y producto de la intensísima crisis económica de 2008 a 2015, y difícil de mantener en el largo plazo. Malasia es joven y los recursos económicos fuera de Singapur, abundantes en la mayor parte de la ASEAN: esta es gente generalmente trabajadora y bastante conservadora (orientación a la familia, al trabajo duro, al esfuerzo), más allá de la competitividad de nuestros sectores de exportación en la zona. El Este de Asia y China cada vez tienen más importancia estratégica para la Unión Europea y España, luego a largo plazo se

---

<sup>1530</sup> Fuente: ASEAN Economic Community Chartbook, 2014, p.7.

<sup>1531</sup> Op. cit., AA.VV., Boletín Económico de Información Comercial Española, nº 3053, pp. 50-53.

<sup>1532</sup> AA.VV., "Análisis por bloques geográficos del comercio exterior español de mercancías", monográfico sobre "El sector exterior español" Madrid, Ministerio de Economía y Competitividad, Boletín de Información Comercial Española, nº 3030 septiembre-octubre de 2012, pp. 67-75, 232 páginas.

<sup>1533</sup> Fuente: Series de crecimiento de PIB de Eurostat y ASEAN para 2000-2012.

<sup>1534</sup> Op. cit., AA.VV., Boletín Económico de Información Comercial Española, nº 3053, p. 43.

<sup>1535</sup> Fuente: Trademap (2015), base de datos de Comercio Exterior de NNUU.

anticipa una mayor imbricación comercial y financiera con crecientes implicaciones para la Seguridad Económica Nacional.

Tabla 64  
Saldo comercial de España con la ASEAN y el Este de Asia en miles de dólares, 2010-2014

Socios	2010	2011	2012	2013	2014
Mundo	69281869	64663555	39898730	21303198	32328461
Singapur	362361	52918	587758	513580	509983
Malasia	-500941	-446969	-192312	-214491	-109489
Tailandia	-1033465	-1008841	-564557	-443971	-600259
Indonesia	-2163376	-2762265	-1976604	-1603718	-1747682
Filipinas	-14148	50006	172348	204134	260760
Vietnam	-1214980	-1653642	-2051439	-2225111	-2443560
Myanmar	-43107	-28165	-23126	-20400	-34825
Camboya	-137286	-195816	-220882	-302045	-400511
Brunei	1274	1591	3254	3075	3955
Laos	-6952	-9424	-11076	-9984	-5804
Total ASEAN	-4750620	-6000607	-4276636	-4098931	-4567432
RP China	-21495971	-21215930	-17830245	-17823610	-20811258
Corea del Sur	-1185162	-1242359	-680971	-696856	416561
Japón	-2714749	-1860012	-1100325	-254056	-25773
Hong Kong	396519	436719	394831	399476	339333
Taiwán	-1395430	-1112154	-533239	-544581	115493
Total Este de Asia	-26394793	-24993736	-19749949	-18919627	-19965644
Fuente: Trademap, base de datos de comercio exterior de NNUU (2015)					

Con respecto a las importaciones españolas de la ASEAN (Tabla 67), se dieron crecimientos muy altos en aquellas procedentes de los países menos desarrollados de la ASEAN (Vietnam, Camboya y Myanmar), sobre todo desde Camboya (189%) y Vietnam (crecimiento del 99.40%), donde el capital, inversiones y comercio exterior de la Diáspora China singapurense<sup>1536</sup> tienen un peso más que notable. Las importaciones españolas totales y de los demás países del Este y el Sudeste Asiático, o bien decrecieron notablemente, como es el caso de Japón; Hong Kong y Taiwán, o bien no crecieron ni mucho menos tan rápido como las exportaciones españolas a la región. Hasta la misma RP China vio ralentizado el crecimiento de sus exportaciones a España al 4.9%, muy por debajo de la tasa del 54% a la que crecieron las exportaciones españolas a China en el periodo

<sup>1536</sup> Nota: En Vietnam no existe el problema religioso de doble minoría recogido en las secciones 1.3.2 y 1.3.5, luego este país, al igual que Myanmar, se anticipan como prioritarios en la expansión regional de las inversiones e intereses económicos singapurense en el área ASEAN.

Tabla 65  
Exportaciones españolas a la ASEAN y el Este de Asia en miles de dólares

	2010	2011	2012	2013	2014	% Total	% Crec 10-14
<b>Mundo</b>	246265330	298170964	285936446	310963648	318649312	100.00	29.39
<b>ASEAN</b>	2406968	2625755	3239958	3416625	3715077	1.17	54.35
<b>Singapur</b>	910334	637279	1078403	1051504	1072976	0.34	17.87
<b>Malasia</b>	298007	411670	493061	465628	640980	0.20	115.09
<b>Tailandia</b>	429771	559012	534322	623204	563298	0.18	31.07
<b>Indonesia</b>	324185	409245	499506	506450	516452	0.16	59.31
<b>Filipinas</b>	221887	269945	351030	408086	482821	0.15	117.60
<b>Vietnam</b>	210984	314193	262085	325679	399808	0.13	89.50
<b>Myanmar</b>	4785	14967	9784	22526	21592	0.01	351.24
<b>Camboya</b>	4733	6804	7460	8626	11259	0.00	137.88
<b>Brunei</b>	1688	1653	3255	3104	3986	0.00	136.14
<b>Laos</b>	594	987	1052	1818	1905	0.00	220.71
<b>RP China</b>	3509995	4716906	4841063	5235947	5416587	1.70	54.32
<b>Corea del Sur</b>	1000994	1131595	1385287	1426342	2618541	0.82	161.59
<b>Japón</b>	1886454	2589837	2667379	2943499	3485199	1.09	84.75
<b>Hong Kong</b>	966537	1253811	1163302	1131742	1151379	0.36	19.12
<b>Taiwán</b>	423739	507241	565020	645885	1352291	0.42	219.13

Fuente: Trademap, base de datos de comercio exterior de NNUU, 2015

Tabla 66  
Crecimiento de Exportaciones, Importaciones y PIB por regiones en porcentajes, 2011-2013

	PIB			Exportaciones			Importaciones		
	2011	2012	2013	2011	2012	2013	2011	2012	2013
Total mundial	2,8	2,3	2,2	5,5	2,4	2,4	5,3	2,1	1,8
América del Norte	2,0	2,8	1,8	6,5	4,5	2,8	4,4	3,1	1,2
Estados Unidos	1,8	2,8	1,9	7,1	4,0	2,6	3,8	2,8	0,9
América Central y del Sur	4,5	2,7	3,0	6,8	0,8	0,7	13,1	2,2	2,5
Europa	1,9	-0,1	0,3	5,7	0,8	1,5	3,2	-1,8	-0,5
Unión Europea (28)	1,7	-0,3	0,1	5,8	0,5	1,7	2,8	-1,9	-0,8
CEI	4,9	3,5	2,0	1,6	1,0	0,7	17,2	6,9	-1,1
África	1,1	5,7	3,8	-8,4	6,5	-3,4	5,1	12,7	4,0
Oriente Medio	5,7	3,4	3,0	7,8	5,3	1,5	4,5	11,1	4,4
Asia	4,1	4,0	4,2	6,4	2,7	4,6	6,7	3,6	4,4
China	7,7	7,7	7,5	8,8	6,2	7,7	8,8	3,6	9,9
Japón	1,4	1,6	1,5	-0,6	-1,0	-1,8	4,3	3,8	0,6
India	3,2	4,4	5,4	15,0	0,2	7,0	9,7	6,8	-3,0
NICs Asia .....	4,1	1,8	2,7	7,8	1,4	3,4	2,7	1,4	3,4
Economías desarrolladas	1,5	1,3	1,1	5,2	1,1	1,5	3,4	0,0	-0,2
Economías en desarrollo, CEI	5,7	4,5	4,4	5,8	3,8	3,3	8,1	5,1	4,4

Fuente: "Análisis por bloques geográficos del comercio exterior español de mercancías", monográfico sobre "El sector exterior español" Madrid, Ministerio de Economía y Competitividad, Boletín de Información Comercial Española, nº 3030 septiembre-octubre de 2012, pp. 67-75, 232 páginas.

## 1.2 La cuenta corriente, Singapur

Las primeras 20 partidas de exportación suponen algo más del 92% de la exportación española a Singapur, y las demás 80 están por debajo de los 6 millones de dólares (Tabla 68). Hasta 2010, se podría hablar una variedad de exportaciones puntuales, espontáneas, sin continuidad en el tiempo. Desde entonces, aunque haya mayor regularidad en las primeras veinte partidas y la tendencia del total de las exportaciones sea a crecer intensamente, bastantes de las partidas por debajo de las 20 primeras en valor "bailan" (crecen o decrecen desafortunadamente e incluso decrecen de un año a otro): los muy pequeños montantes de las partidas y el reducido volumen del comercio bilateral, no permiten hasta ahora extrapolar grandes tendencias en el medio y largo plazo en Singapur. Sentado esto y por las razones expuestas en la sección anterior, las exportaciones han crecido bastante, concentrándose en las primeras 20 partidas de la Tabla 68: pasan de significar la mitad de las exportaciones en 2010 a alcanzar el 92% de las mismas en 2014.

**Tabla 67**

Importaciones españolas de la ASEAN y el Este de Asia en miles de dólares, 2010-2014

	2010	2011	2012	2013	2014	% Total	% Crec 10-14
<b>Mundo</b>	315547199	362834519	325835176	332266846	350977773		11.23
<b>ASEAN</b>	<b>7157588</b>	8626362	7516594	7515556	<b>8282509</b>	2.60	15.72
<b>Viet Nam</b>	<b>1425964</b>	1967835	2313524	2550790	<b>2843368</b>	0.89	99.40
<b>Indonesia</b>	<b>2487561</b>	3171510	2476110	2110168	<b>2264134</b>	0.71	-8.98
<b>Tailandia</b>	<b>1463236</b>	1567853	1098879	1067175	<b>1163557</b>	0.37	-20.48
<b>Malasia</b>	798948	858639	685373	680119	750469	0.24	-6.07
<b>Singapur</b>	547973	584361	490645	537924	562993	0.18	2.74
<b>Camboya</b>	142019	202620	228342	310671	411770	0.13	189.94
<b>Filipinas</b>	236035	219939	178682	203952	222061	0.07	-5.92
<b>Myanmar</b>	47892	43132	32910	42926	56417	0.02	17.80
<b>Laos</b>	7546	10411	12128	11802	7709	0.00	2.16
<b>Brunei</b>	414	62	1	29	31	0.00	-92.51
<b>RP China</b>	25005966	25932836	22671308	23059557	26227845	8.23	4.89
<b>Corea del Sur</b>	2186156	2373954	2066258	2123198	2201980	0.69	0.72
<b>Japón</b>	4601203	4449849	3767704	3197555	3510972	1.10	-23.69
<b>Hong Kong</b>	396519	436719	394831	399476	339333	0.11	-14.42
<b>Taiwán</b>	1819169	1619395	1098259	1190466	1236798	0.39	-32.01

Fuente: Trademap (2015), base de datos de comercio exterior de NNUU.

La concentración en las primeras veinte partidas del volumen de exportaciones denota mayor esfuerzo exportador, especialización y promoción de exportaciones en este mercado. Aunque los crecimientos en algunas de las 20 primeras partidas de 2010 a 2014 en Singapur llega a ser desafortunado (hasta el 700% en la "88"; 424% en la "27"), el crecimiento total de las exportaciones ha sido más modesto, en torno al 15,51%, lo que pueda explicarse por una variedad de decrecimientos en las demás partidas, menores de 6 millones, y lo peor de la

crisis de 2010 a 2011. Más de la mitad de la exportación española, más o menos, a Singapur consiste en bienes de bajas tecnologías (27, 39 y 73). De las 20 primeras partidas (92% del total de exportaciones españolas a Singapur en la Tabla 69), sólo algo más del 6% de las mismas se corresponden productos de alta tecnología; las tecnologías medias y altas sólo suponen el 20%, y las tres primeras partidas de exportación, que ya significan más del 50% de la exportación total, pertenecen a tecnologías medias y bajas.

Tabla 68  
Principales exportaciones de España a Singapur en miles de dólares  
(en gris tecnologías bajas o medias-bajas, en amarillo agroalimentarios y en púrpura suntuarios)

HS	Producto	España exporta hacia Singapur					Crec. %
		2010	2011	2012	2013	2014	
TOTAL	Todos los productos	910334	637279	1078403	1051504	1072976	17.87
'27	Combustibles minerales, aceites minerales y prod.de su destilación (MB)	38254	34707	219635	200471	330436	763.79
'39	Materias plásticas y manufacturas de estas materias (MB)	54190	24381	39328	87233	107288	97.98
'73	Manufacturas de fundición, de hierro o de acero (MB)	13405	17454	71252	58596	104327	678.27
'84	Maquinas, reactores nucleares, calderas, aparatos y artefactos mecánicos. (MA)	110785	139621	162231	114692	86504	-21.92
'85	Maquinas, aparatos y material eléctrico, sus partes; aparatos de grabación (MA)	58319	65057	89718	75670	75369	29.24
'88	Navegación área o espacial (A)	14587	20429	23263	117417	46312	217.49
'33	Aceites esenciales y resinoides; prep. de perfumería, de tocador (B)	24691	27782	28085	46652	44488	80.18
'62	Prendas y complementos de vestir, excepto los de punto (B)	26327	30196	28784	35366	33952	28.96
'29	Productos químicos orgánicos (MA)	26434	23259	21655	25216	29793	12.71
'87	Vehículos automóviles, tractores, ciclos, demás vehíc. terrestres, sus partes (MA)	5548	23485	15445	32309	26909	385.02
'61	Prendas y complementos de vestir, de punto (B)	15782	18312	17101	20327	19578	24.05
'02	Carne y despojos comestibles (B)	1476	6099	10328	11783	18312	1140.65
'99	Materias no a otra parte especificadas (B)	29747	28483	29710	19224	15746	-47.07
'30	Productos farmacéuticos (A)	9002	13222	15088	14737	12627	40.27
'94	Muebles; mobiliario médico quirúrgico; artículos de cama y similares (B)	6304	6762	9016	8138	8898	41.15
'03	Pescados y crustáceos, moluscos y otros invertebrados acuáticos (B)	13884	26817	10495	10260	8481	-38.92
'22	Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre (B)	4196	6665	7286	6965	8063	92.16
'90	Instrumentos, aparatos de óptica, fotografía, cinematografía, medida, contr (A)	4878	5216	5786	5725	7010	43.71
'15	Grasas y aceites animales o vegetales; grasas alimenticias, ceras (B)	3347	4307	5372	7234	6641	98.42
'48	Papel, cartón; manufact. de pasta de celulosa, de papel/de cartón (B)	3051	3689	3838	6881	5645	85.02
Total 20 part		464207	525943	813416	904896	996379	114.64

Fuente: Trademap, base de datos de comercio exterior de NNUU, 2015.

Estos son datos preocupantes, en el sentido de que según la Secretaría de Comercio, en el perfil del 100% de las exportaciones españolas globales predominarían las tecnologías medias altas (41.9%), y medias bajas (24%); frente a bajas (23%), y altas (10%<sup>1537</sup>). Por tanto, es muy probable que los importadores singapurenses de tecnologías altas y medias altas (las exportaciones españolas de este tipo crecen rapidísimamente, un 213% de 2012 a 2013) no estén suficientemente informados de los productos y soluciones tecnológicas españolas: Las exportaciones españolas a Singapur se concentran en sectores maduros, de tecnologías medias bajas con bajas tasas de crecimiento más bajas que las tecnologías de alto nivel. Esto creemos se corresponde con la falta de importancia que se le da a los "atributos duros" de tipo económico (buenos productos y tecnología españoles), en las encuestas de marca país para España siguiendo el Modelo *Country Rep Trak* a escala global del *Reputation Institute*. Paralelamente, la proporción de exportaciones basadas en tecnologías medias, bajas y medias bajas en la exportación española a Malasia y Singapur, es más alta que la de la exportación de Francia; Italia, Reino Unido y Alemania, y vice versa: la proporción de exportaciones basadas en tecnologías medias y medias altas en la exportación de Francia; Italia, Reino Unido y Alemania es mayor que la española. Para demostrar esto en Singapur, en la tabla 69 se agrupan las partidas de exportación de Singapur en función de su intensidad tecnológica de acuerdo a los criterios de la Secretaría de Comercio de España<sup>1538</sup>, que se pueden comparar con el análisis de las exportaciones a Singapur de los demás países europeos considerados (Tablas 39, 41, 44 y 46 en el capítulo II). El mismo análisis se puede realizar para Malasia en el siguiente epígrafe, con resultados parecidos. Aquí sería interesantísimo abrir una línea de investigación sobre las reexportaciones de bienes industriales españoles de alta y media tecnologías, así como los bienes de consumo de alta calidad y diseño, cuya producción pueda ser subcontratada en España por nuestros competidores y re exportada desde Francia, Alemania e Italia a Malasia y Singapur u otros países de la ASEAN.

**Tabla 69**  
**Análisis de las veinte primeras partidas de exportación española a Singapur de acuerdo a la intensidad tecnológica de sus productos**

Nivel tecnológico	Partidas		% Total Exportaciones
<b>Alta tecnología</b>	88, 30, 90	65949	6.15
<b>Media alta</b>	84, 85, 29, 27	218575	20.37
<b>Media baja</b>	27, 39, 73	542051	50.52
<b>Baja</b>	33, 62, 61, 02, 99, 94, 94, 03, 22, 15	163163	15.21
<b>Total 20 primeras partidas export</b>		989738	92
<b>Total Exportaciones</b>		1072976	100
Fuente: Elaboración propia en función de los datos de <i>Trademap</i> (2015). Clasificación por intensidad tecnológica de la Secretaría de Comercio, en Boletín Económico de Información Comercial Española, nº 3053, 2014, p. 76-79.			

<sup>1537</sup> Op. cit., AAVV, Boletín Económico de Información Comercial Española nº 3053, 2014, p. 76-79.

<sup>1538</sup> Elaboración propia en base a los datos de *Trademap* (2015), base de datos de comercio exterior de NNUU. Se utiliza la clasificación que realiza la Secretaría de Comercio en el Cuadro 3.9, en op. cit., AAVV, Boletín Económico de Información Comercial Española nº 3053, 2014, p. 76-79.

Además de una mayor proporción de industrias de tecnologías altas y medias altas, la exportación francesa e italiana también incluye partidas importantes con un alto componente de Marketing, que se plasma en buen diseño, calidades y altos precios, en una proporción bastante mayor a la exportación española a Malasia y Singapur. Esta es la variable clave para el comercio español a la ASEAN, en una coyuntura en la que la intensidad tecnológica y de Marketing en la composición de la exportación española al mundo está mejorando en el tiempo, y en términos tecnológicos de forma sustancial, lo que se demuestra por la fuerte subida de las exportaciones de bienes de equipo y la caída de los bienes semimanufacturados de 2008 a 2011<sup>1539</sup>. Para demostrar esta situación, identificar oportunidades comerciales para España e intentar abrir nuevas líneas de investigación, hemos optado por comparar las 33 partidas más importantes del HS (Sistema Armonizado [HS], en dos dígitos) de las 33 primeras exportaciones españolas a escala global, ordenadas de mayor a menor, y compararlas con las exportaciones de España, Italia y Francia de estas partidas a Malasia y Singapur (Tabla 71). Francia e Italia, grandes potencias exportadoras, son aquellos países con mayor proximidad geográfica; cultural, y estructural a nivel económico con España dentro de los EAFRIH, en la Europa Occidental. El HS ordena todas las exportaciones posibles en 100 categorías, lógicamente en las 33 primeras partidas del ranking español de exportaciones globales, puedan operar más intensa y relativamente las variantes del Marketing Internacional, así como la posible mayor competitividad y/o liderazgo tecnológico o en calidad o costes español en los sectores considerados, frente a las 77 partidas restantes. Prestaremos especial atención a aquellas partidas en que el ratio entre las exportaciones de Italia o Francia frente a las españolas a Malasia y Singapur, superen la cifra "2". Es decir cuando estas sean superiores a la relación entre las exportaciones totales al mundo de Italia y Francia frente a las españolas, y el ratio entre el PIB francés e italiano frente al español (véase la Tabla 70).

**Tabla 70**  
**Comparación entre el PIB, Exportaciones y Productividad: España, Italia y Francia, 2012**

<b>País</b>	<b>Exportaciones (miles US\$)</b>	<b>PIB a precios actuales (US\$)</b>	<b>Exportaciones / Exportaciones españolas</b>	<b>PIB/ PIB Español</b>	<b>PIB por persona empleada (US\$)</b>
<i>España</i>	285936446	1355732589969	NA	NA	43297
<i>Francia</i>	556575682	2681416108537	1.94	1.97	52535
<i>Italia</i>	501528851	2075220966828	1.75	1.53	45053

Fuente: Elaboración propia en base a estadísticas de PIB del Banco Mundial, y Trademap (2015), base de datos de comercio exterior de NNUU.

Pasamos a comentar las 33 principales partidas de exportación españolas a Singapur frente a italianas y francesas: a partir de ahora se pondrá entre paréntesis el código de la partida según el sistema HS en la Tabla TING más adelante, p. ej. "(89)": Francia e Italia, no sólo superan a España por intensidad tecnológica de forma

<sup>1539</sup> Fuente: "Singapur, 2013, Informe Económico y Comercial", Oficina Comercial de España en Singapur, 2013, 60 páginas, p. 42, cuadro. Las semimanufacturas caen de 134.534 miles de Euros en 2008, a 119.133 en 2011. Los bienes de equipo suben de 137981 a 181972 miles de Euros.



conjunta si no en aquellos sectores de perfumería; moda, lujo y delicatessen alimentario que incorporan un mayor componente de diseño, y/o calidad, y/o exclusividad: en suma, sectores con más y mejor Marketing, como se analizará en diferentes epígrafes en el capítulo IV, con posible impacto en la imagen comercial de España. Además, Francia domina en los sectores de altas tecnologías y en aquellos intensivos en Marketing frente a Italia y España. Franceses y/o italianos superan a españoles en la mayoría de las 33 partidas consideradas a España en sectores de tecnología de nivel medio alto y alto (indicados como "MA" y "A" en la tabla 71, más adelante). Es decir las exportaciones de estos países son en casi todos los casos mayores del doble de las exportaciones españolas a los mercados considerados, el factor es 2 o mayor que 2, en la columna de exportaciones italianas y francesas de la tabla 71).

Francia domina en productos de alta tecnología "A": En el sector farmacéutico "A" (30), la diferencia entre las exportaciones españolas y francesas es escandalosa. Francia exporta cuarenta veces más que España, en uno de sus sectores líderes de la oferta exportadora e industrial española: España es el 10ª exportador mundial de esta partida, y sus exportaciones globales son un tercio de las francesas (11.100.623 miles de dólares). Este es un sector de alta tecnología "A" en el que España cuenta con empresas punteras españolas como *Griffols*, que tiene sucursal en Singapur, luego es difícil de comprender ese desequilibrio. A la demanda de medicamentos local y los re exportados por los traders de Singapur a toda la ASEAN (incluida Malasia), habría que añadir el floreciente mercado de parafarmacia, en el que España es bastante competitivo (todo tipo de suplementos como las vitaminas o los productos dietéticos), verdaderas oportunidades para España (necesitando la adecuación de envases, prospectos, idioma y otras características) tanto en Singapur como en Malasia. Singapur exportaba 7.149.307 miles de dólares en medicamentos, y tenía un superávit de balanza de pagos por este concepto de casi 5.000.000 miles de dólares<sup>1540</sup>. En el sector de navegación aérea o espacial "A" (88), las exportaciones francesas superan 13 veces a las españolas, lo que no se corresponde con la importancia relativa del sector en la oferta exportadora española y sus mercados de destino, así como la participación española del 4.2% en el consorcio *Airbus*<sup>1541</sup>, a través de la antigua *CASA*, que centraliza sus operaciones en Francia y Alemania: es posible que haya oportunidades en sub sectores como partes de helicópteros (como *Gamesa Aeronáutica* o *Cesa*) o drones<sup>1542</sup>, cada vez más significativos en el sector español. A la hora de considerar la exportación de productos industriales a Singapur, lo primero es tener en cuenta barreras técnicas al comercio de productos industriales: la reglamentación técnica y de seguridad singapurense, que obligaría al exportador extranjero a someter a sus productos a procesos largos y costosos de aceptación<sup>1543</sup>, lo que crea problemas ya que muchas normas y certificados europeos no son homologables para poder comercializar un bien en Singapur: esto opera en favor de las grandes empresas frente a las PYMEs, para las cuales los costes legales, técnicos y burocráticos por menor

---

<sup>1540</sup> Fuente: Trademap, base de datos de comercio exterior e inversiones de NNUU, 2015.

<sup>1541</sup> MONTONO, LUIS "Alemania toma el control de la actividad española de Airbus", sección de Economía *ABC* (Madrid, 25.02.2015) en < URL: <http://www.abc.es/economia/20150225/abci-alemania-toma-control-actividad-201502242202.html>>, (accedido el 04.11.2015).

<sup>1542</sup> Nota: Nos referimos a empresas del tipo de aquellas asociadas a AERPAS, véase su página Web <<http://www.aerpas.es/asociados/lista-de-asociados-por-orden-alfabetico/>>, (accedidas el 01.07.2015).

<sup>1543</sup> Fuente: "Singapur, 2013, Informe Económico-Comercial", Singapur, Oficina Comercial de España, octubre de 2013, p 40.

volumen de operaciones serían relativamente más altos para todos los sectores (problema para España, donde abundan las PYMEs frente a otros países europeos con menor densidad en su tejido productivo<sup>1544</sup>).

Francia e Italia también nos superan en el sector líder de la exportación española, la automoción y todo tipo de vehículos "MA" (partida 87). En paralelo a la presencia tradicional de las grandes marcas francesas (*Peugeot, Citroën*), e italianas, en el mercado singapurense, deberían de existir oportunidades para nuestro sector de partes de automóviles, uno de los más competitivos del mundo<sup>1545</sup> (en I+D+I, logística, relación calidad precio), cuyas ventas principales se dirigen a Francia, Italia y sobre todo en Alemania. También podrían tener futuro los automóviles o motos de máximo lujo, en series limitadas, de origen español: el automóvil de lujo, verdadera obsesión para millonarios chinos malasio singapurense al estilo de los italianos *Ferrari* o *Lamborghini*.

Sin embargo, es en algunos sectores de bienes intermedios de tecnologías bajas y medio bajas ("B" y "MB" en la Tabla TING), en los que España destaca frente a Italia y Francia hace más de una década. Además de los agroalimentarios "B" que se analizarán en el epígrafe IV.2, España domina en la partida "MB" (27) de combustibles y aceites frente a Francia e Italia. Este es un sector altamente competitivo para España y las multinacionales españolas *Repsol* y *CEPSA*, tienen delegaciones en Singapur, lo que no es extraño siendo Singapur la "gasolinera" en Asia. España también lidera en la partida "MB" (39), de materias plásticas y sus manufacturas: los costes de producción de España probablemente expliquen nuestra ventaja competitiva frente a Italia y Francia. Los costes puedan también estar detrás de la competitividad de la oferta española para productos de fundición "MB" (72), lo que se corresponde con la presencia de una gran planta española de producción de acero inoxidable de la gran empresa española *Acerinox* en el Estado de Johor Barhu<sup>1546</sup> (resulta difícil imaginar menores costes de producción italo-franceses, a niveles parecidos de productividad media del trabajo en sectores "MB") (en Tabla 70). La competitividad en este sector, se denota en las exportaciones de manufacturas de fundición, hierro o acero "MB" (73), donde las exportaciones españolas son proporcionalmente más altas que las de Italia y Francia. No extraña que estas naciones superen a España en el sector de productos de caucho "MB" (40), fundamentalmente neumáticos, dado el peso de sus exportaciones de automóviles y partes "MA" (85), y el peso de sus multinacionales del tipo de *Michelin* o *Pirelli*.

---

<sup>1544</sup> Fuente: "Elecciones Generales 2011, Propuestas para la Mejora de la Competitividad Empresarial", Madrid, informe del Consejo Superior de Cámaras de Comercio de España, Septiembre de 2011, 40 páginas, en pp. 6-7: 11 16-17, 19 y 20.

<sup>1545</sup> ANÓNIMO, "España: El sector de equipos, componentes y accesorios de automoción", notas sectoriales ICEX, al cuidado del Dpto. de Información de la División de Productos Industriales y Tecnología, Madrid, Instituto de Comercio Exterior, 2011, 9 páginas.

<sup>1546</sup> Fuente: Entrevista con *Manuel Landeta Gamoneda*, Director General de *Acerinox* en Singapur, en las oficinas de *Acerinox* en Singapur (Raffles Quay), (19.05.2014. 10.00 h.).

**Tabla 71 (a)**

Ranking de las partidas de exportación de la oferta exportadora global española, y exportaciones de estas partidas de España, Francia e Italia a Singapur

R.	Código	Descripción del producto	2010	2011	2012	2013	2014	Exp italiana y Francesa	Crec. %
	TOTAL	<b>Todos los productos</b>	246265330	298170964	285936446	310963648	318649312		29
1	87	<b>Vehículos automóviles, tractores, ciclos, demás vehíc. terrestres, sus part. (MA)</b>	43033406	50396697	42223161	48438827	51639220		20
	Es Singapur		5548	23485	15445	32309	26909		385
	Fr Singapur		31189	39731	51500	41938	57570	2.14	85
	It Singapur		104087	133750	141932	121990	124997	4.65	20
2	'84	<b>84 Maquinas, reactores nucleares, calderas, aparatos y artefactos mecánicos. (MA)</b>	18230393	22108200	22672205	25836624	24353171		34
	Es Singapur		110785	139621	162231	114692	86504		-22
	Fr Singapur		559884	629756	788889	674415	664320	7.68	19
	It Singapur		516508	614708	607770	752793	652612	7.54	26
3	'27	<b>Combustibles minerales, aceites minerales y prod.de su destilación (MB)</b>	12520437	22117237	21150347	21479705	22997451		84
	Es Singapur		38254	34707	219635	200471	330436		764
	Fr Singapur		144966	117198	56570	48470	99537	0.30	-31
	It Singapur		111261	247421	159649	61430	285436	0.86	157
4	'85	<b>Maquinas, aparatos y material eléctrico, sus partes; aparatos de grabación (MA)</b>	15653692	17907773	16270638	16440144	17195801		10
	Es Singapur		58319	65057	89718	75670	75369		29
	Fr Singapur		952235	1087185	963586	1056260	1091541	14.48	15
	It Singapur		248308	266994	243183	239681	223149	2.96	-10
5	'30	<b>Productos farmacéuticos (A)</b>	11100623	11523309	11999787	13030031	12682235		14
	Es Singapur		9002	13222	15088	14737	12627		40
	Fr Singapur		544780	890380	769597	618825	509345	40.34	-7
	It Singapur		17017	16519	53856	12990	15650	1.24	-8
6	'99	<b>Materias no a otra parte especificadas (B)</b>	6763571	9454004	12659079	13109618	12565981		86
	Es Singapur		29747	28483	29710	19224	15746		-47
	Fr Singapur		59739	81421	72635	72673	66917	4.25	12
	It Singapur		1	162	158	258	256	0.02	25500
7	'39	<b>Materias plasticas y manufacturas de estas materias (MB)</b>	9802677	11333326	10545878	11484403	12438626		27
	Es Singapur		54190	24381	39328	87233	107288		98
	Fr Singapur		55161	61301	65309	76606	74357	0.69	35
	It Singapur		68251	77937	67222	63847	70889	0.66	4

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Banco Mundial (2015) y Trademap, la base de datos de comercio exterior de NNUU.

Tabla 71 (b)

## Ranking de las partidas de exportación de la oferta exportadora global española, y exportaciones de estas partidas de España, Francia e Italia a Singapur

R.	Código	Descripción del producto	2010	2011	2012	2013	2014	Exp. italiana y Francesa	Crec. %
8	'08	<b>Frutos comestibles; cortezas de agrios o de melones (B)</b>	7177328	7677550	8059034	9259817	9266517		29
	Es Singapur		1267	3365	4104	4136	5363		323
	Fr Singapur		4818	6492	7773	6223	8874	1.65	84
	It Singapur		2890	2881	3109	3781	5178	0.97	79
9	'72	<b>Fundición, hierro y acero (MB)</b>	8858454	10585681	9406640	8847358	9032732		2
	Es Singapur		18807	27699	64652	61951	3909		-79
	Fr Singapur		13071	15090	16793	10990	14769	3.78	13
	It Singapur		15548	18940	20460	17452	17257	4.41	11
10	'73	<b>Manufacturas de fundición, de hierro o de acero (MB)</b>	6112098	7751548	7146990	8001014	8161169		34
	Es Singapur		13	17	71	59	104320		802362
	Fr Singapur		49	115764	44879	53850	66736	0.64	136096
	It Singapur		73164	165457	141578	133068	139979	1.34	91
11	'62	<b>Prendas y complementos de vestir, excepto los de punto (B)</b>	4219196	5068371	5435832	6602161	7426881		76
	Es Singapur		26327	30196	28784	35366	33952		29
	Fr Singapur		33106	45585	44734	51056	54617	1.61	65
	It Singapur		26	37	35	4587	44184	1.30	169838
12	'07	<b>Legumbres y hortalizas, plantas ,raíces y tuberculos alimenticios (B)</b>	5296571	5474086	5591478	6366701	6329803		20
	Es Singapur		12	32	33	78	77		542
	Fr Singapur		862	1	1	2	1823	23.68	111
	It Singapur		515	711	839	700	720	9.35	40
13	'02	<b>Carne y despojos comestibles (B)</b>	3810020	4744228	4920312	5200052	5598357		47
	Es Singapur		1476	6099	10328	11783	18312		1141
	Fr Singapur		11155	14759	12846	12	13704	0.75	23
	It Singapur		1119	1700	1743	1732	1752	0.13	57
14	'88	<b>Navegación aérea o espacial (A)</b>	3477588	4544136	4478704	6913276	5266471		51
	Es Singapur		14587	20429	23263	117417	46312		217
	Fr Singapur		1853131	1272467	1716125	1204444	605301	13.07	-67
	It Singapur		3909	5277	56841	140441	132282	2.86	3284
15	'29	<b>Productos químicos orgánicos (MA)</b>	4990050	5129464	4716045	4945008	5238664		5
	Es Singapur		26434	23259	21655	25216	29793		13
	Fr Singapur		135696	111679	135626	59866	49299	1.65	-64
	It Singapur		27027	46212	38887	29083	31587	1.06	17
16	'22	<b>Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre (B)</b>	3642264	4389967	4697537	5056413	4977656		37
	Es Singapur		4	7	7	7	8063		201475
	Fr Singapur		737348	936464	1064728	1161169	1070348	132.75	45
	It Singapur		15127	21310	24652	25560	28761	3.57	90

**Tabla 71 (c)**

Ranking de las partidas de exportación de la oferta exportadora global española, y exportaciones de estas partidas de España, Francia e Italia a Singapur

R.	Código	Descripción del producto	2010	2011	2012	2013	2014	Exp. italiana y Francesa	Crec. %
17	'15	<b>Grasas y aceites animales o vegetales; grasas alimenticias; ceras (B)</b>	3239389	3751775	3999622	4107431	4882205		51
	Es Singapur		3347	4307	5372	7234	6641		98
	Fr Singapur		1630	8541	13253	19073	19928	3.00	1123
	It Singapur		3198	440	4213	5706	5649	0.85	77
18	'61	<b>Prendas y complementos de vestir, de punto (B)</b>	3230556	3785116	3842468	4463687	4622576		43
	Es Singapur		204	479	442	1	2208		982
	Fr Singapur		1217	1937	1268	1272	4854	2.20	299
	It Singapur		245	246	367	384	398	0.18	62
19	'40	<b>Caucho y manufacturas de caucho (MB)</b>	4006333	5886509	4650307	4691403	4502796		12
	Es Singapur		10920	12140	9857	5952	3409		-69
	Fr Singapur		29722	6150	43974	27003	40131	11.77	35
	It Singapur		12181	16669	14586	12718	12268	3.60	1
20	'48	<b>Papel, cartón; manufact. de pasta de celulosa, de papel/de cartón (MB)</b>	4348461	4888870	4129699	4361981	4254655		-2
	Es Singapur		3051	3689	3838	6881	5645		85
	Fr Singapur		7878	10623	12283	14250	14449	4.24	83
	It Singapur		12457	13067	11061	9691	10423	3.06	-16
21	'33	<b>Aceites esenciales y resinoides; prep.de perfumería, de tocador (MA)</b>	3278661	3563297	3453988	4036927	4245011		29
	Es Singapur		24691	27782	28085	46652	44488		80
	Fr Singapur		457088	592279	584769	674486	737542	16.58	61
	It Singapur		53016	57055	55797	65230	66701	1.50	26
22	'64	<b>Calzado, polainas, botines y artículos análogos y sus partes (B)</b>	2593005	2982807	2771944	3148885	3689282		42
	Es Singapur		3621	4774	4014	7072	5617		55
	Fr Singapur		15394	21578	27654	34441	45276	8.06	194
	It Singapur		21449	31	31818	46381	45338	8.07	111
23	'38	<b>Miscelánea de productos químicos (MA)</b>	2626785	2838974	3189702	3529119	3653543		39
	Es Singapur		2283	2483	3079	7107	5520		142
	Fr Singapur		194708	213675	178894	197445	179507	32.52	-8
	It Singapur		63313	80000	82071	82178	92955	16.84	47

**Tabla 71 (d)**

Ranking de las partidas de exportación de la oferta exportadora global española, y exportaciones de estas partidas de España, Francia e Italia a Singapur

R.	Código	Descripción del producto	2010	2011	2012	2013	2014	Exp. italiana y Francesa	Crec. %
24	'69	<b>Productos cerámicos (B)</b>	2765023	3131093	3138500	3463037	<b>3594080</b>		<b>30</b>
	Es Singapur		4646	5402	4682	4980	<b>4660</b>		<b>0</b>
	Fr Singapur		4341	4708	3469	4126	<b>3541</b>	<b>0.76</b>	<b>-18</b>
	It Singapur		13255	18081	20542	21914	<b>20851</b>	<b>4.47</b>	<b>57</b>
25	'76	<b>Aluminio y manufacturas de aluminio (MB)</b>	2822727	3237008	3008458	3217894	<b>3432695</b>		<b>22</b>
	Es Singapur		509	781	2	718	<b>1725</b>		<b>239</b>
	Fr Singapur		5684	7762	5603	7120	<b>8139</b>	<b>4.72</b>	<b>43</b>
	It Singapur		14649	8527	13639	13904	<b>14083</b>	<b>8.16</b>	<b>-4</b>
26	'20	<b>Prep.de legumbres, hortalizas ,frutos o de otras partes de plant. (B)</b>	2605825	2981185	2917126	3147739	<b>3424948</b>		<b>31</b>
	Es Singapur		2259	2603	2302	2742	<b>3139</b>		<b>39</b>
	Fr Singapur		3100	3533	4106	4478	<b>3402</b>	<b>1.08</b>	<b>10</b>
	It Singapur		4607	6201	5713	6700	<b>7473</b>	<b>2.38</b>	<b>62</b>
27	'74	<b>Cobre y manufacturas de cobre (MB)</b>	2755930	3349646	3544522	3081299	<b>3384485</b>		<b>23</b>
	Es Singapur		174	265	974	696	<b>205</b>		<b>18</b>
	Fr Singapur		5537	6666	9557	1041	<b>14803</b>	<b>72.21</b>	<b>167</b>
	It Singapur		2	2	1	1246	<b>1351</b>	<b>6.59</b>	<b>67450</b>
28	'94	<b>Muebles; mobiliario médico quirúrgico; artículos de cama y similares (B)</b>	2465471	2688187	2623485	3096581	<b>3296062</b>		<b>34</b>
	Es Singapur		6304	6762	9016	8138	<b>8898</b>		<b>41</b>
	Fr Singapur		19734	20209	24942	24020	<b>24729</b>	<b>2.78</b>	<b>25</b>
	It Singapur		63228	78356	74839	69862	<b>68122</b>	<b>7.66</b>	<b>8</b>
29	'90	<b>Instrumentos, aparatos de óptica , fotografía, cinematografía, medida,contr (A)</b>	2222165	2500834	2560169	2768318	<b>3106763</b>		<b>40</b>
	Es Singapur		4878	5216	5786	5725	<b>7010</b>		<b>44</b>
	Fr Singapur		195822	201521	206307	193294	<b>179382</b>	<b>25.59</b>	<b>-8</b>
	It Singapur		84015	86793	89991	81166	<b>80038</b>	<b>11.42</b>	<b>-5</b>

**Tabla 71 (e)**

Ranking de las partidas de exportación de la oferta exportadora global española, y exportaciones de estas partidas de España, Francia e Italia a Singapur

R.	Código	Descripción del producto	2010	2011	2012	2013	2014	Exp. italiana y Francesa	Crec. %
<b>30</b>	<b>'03</b>	<b>Pescados y crustáceos, moluscos y otros invertebrados acuáticos (B)</b>	<b>2558704</b>	<b>3081175</b>	<b>2879138</b>	<b>2885295</b>	<b>2995902</b>		<b>17</b>
	Es Singapur		13884	26817	10495	10260	8481		-39
	Fr Singapur		5467	6360	3495	3708	3100	0.37	-43
	It Singapur		13	10	98	122	161	0.02	1138
<b>31</b>	<b>'32</b>	<b>Extractos curtientes/tintoreos; taninos,sus derivados; pinturas (MB)</b>	<b>2408561</b>	<b>2741769</b>	<b>2653890</b>	<b>2873365</b>	<b>2915224</b>		<b>21</b>
	Es Singapur		2281	4017	3608	3667	3432		50
	Fr Singapur		18619	18291	21147	23719	26150	7.62	40
	It Singapur		5470	6347	5873	6354	6223	1.81	14
<b>32</b>	<b>'71</b>	<b>Perlas finas o cultivadas, piedras preciosas, semipreciosas y similares (B)</b>	<b>2213134</b>	<b>4803294</b>	<b>5023706</b>	<b>3761365</b>	<b>2274260</b>		<b>3</b>
	Es Singapur		869	666	782	611	743		-14
	Fr Singapur		26929	17661	36784	46543	50836	68.42	89
	It Singapur		42123	51273	53784	66058	59242	79.73	41
<b>33</b>	<b>'86</b>	<b>Vehículos y material para vías o simil. y sus partes; aparatos mecánico (MA)</b>	<b>884732</b>	<b>1489707</b>	<b>1728318</b>	<b>1395369</b>	<b>2061243</b>		<b>133</b>
	Es Singapur		1	0	70	71	962		96100
	Fr Singapur		1060	2150	1882	4277	4360	4.53	311
	It Singapur		89	5204	1156	6164	4181	4.35	4598

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Banco Mundial (2015) y Trademap, la base de datos de comercio exterior de NNUU.

También existen sectores de tecnología baja "B" y "MB" en los que Francia e Italia superan a España con creces a España, como pueda ser el de papel, cartón y celulosa "MB" (48) y el del aluminio "MB" (76), aunque las exportaciones lo sean de pequeña magnitud. España podría competir con los italianos en el sector de productos cerámicos MB" (89), sector tradicional de la exportación española: existen posibilidades en la exportación de baldosas y fregaderos cerámicos (partidas 6907, 6908 y 6910). Sin embargo, existen multinacionales españolas, como la empresa española *Roca*, que hace bastante tiempo que está de localizada y fuertemente implantada en China, muy visible en Malasia con alcance asiático (tiene una planta de montaje de partes de camiones de basuras en Malasia). Francia exporta 25 veces más muebles que España a Singapur, lo que es francamente inexplicable (partida 28).

Las buenas noticias se concentran en el sector español de productos químicos orgánicos "MA" (29), bienes intermedios, que es competitivo con relación a Italia y Francia. Sin embargo, no sorprende la partida de miscelánea de productos químicos (38) por el comercio interindustrial, especialmente el francés, que Francia e Italia superen a España con creces. Esta partida es un cajón de sastre para una variedad de productos químicos en los que pueda haber nichos para la exportación española. La subpartida más importante de la exportación francesa es la 3811 (preparaciones antidetonantes, inhibidores de oxidación, aditivos pépticos), relacionada con la industria refino de hidrocarburos y la tercera es la 3818, relacionada con la electrónica. Más de la mitad de la exportación italiana es de la 3811. Todas relacionadas con industrias clave en la exportación de Singapur. En este orden de cosas, los franceses exportan fundamentalmente tintas para impresoras, dentro de la partida (32), superando 7 veces a la exportación española por esa misma partida. No obstante, si sorprende que las exportaciones de Francia e Italia superen 7 veces las españolas en materia de maquinaria mecánica "MA" (84), dado que esta es la segunda partida de exportación de mercancías de España al mundo, muy diversificadas y dirigidas a mercados de países desarrollados OCDE, como Alemania, Italia, Francia o los Países Bajos, que absorben más de la mitad de las exportaciones totales españolas<sup>1547</sup>. En esta partida baste mencionar cierta tradición exportadora a Malasia de máquina herramienta (existe el Instituto Hispano Malasio de Máquina Herramienta para formar operadores), donde España es el 10º exportador mundial y el tercer exportador de la Unión Europea, identificada como oportunidad por la Oficina Comercial de España<sup>1548</sup>.

Ahora bien, lo que es francamente extraordinario es que Francia supere a España 14 veces en la partida "MA" 85 de maquinaria eléctrica. Por ejemplo en el subsectores de electricidad de pequeña y baja de tensión, una plétora de PYMEs españolas competitivas por su I+D+i<sup>1549</sup>, una gran parte de ellas parte de la *Asociación Nacional de Industrias Eléctricas (AFME)*, que se desarrollan en paralelo a las dos grandes empresas europeas del sector (la alemana *Schneider* y la francesa *Legrand*). Este es un sector aparejado a la construcción

---

<sup>1547</sup> Fuente: Trademap, 2015, base de datos de comercio exterior de NNUU.

<sup>1548</sup> ANÓNIMO, "España, sector de máquina herramienta, notas sectoriales ICEX", al cuidado del Dpto. de Información de la División de Productos Industriales y Tecnología, Madrid, Instituto de Comercio Exterior, 2011, 14 páginas, y "Malasia, Informe Económico y Comercial", Oficina Comercial de España en Kuala Lumpur, Malasia, septiembre de 2014, 42 páginas, p. 34.

<sup>1549</sup> ANÓNIMO, "España, España: sector de material eléctrico de baja y media tensión notas sectoriales ICEX", al cuidado del Dpto. de Información de la División de Productos Industriales y Tecnología, Madrid, Instituto de Comercio Exterior, 2011, 10 páginas.



residencial y los productos españoles, especialmente aquellos cuya producción no ha sido de localización en el Extremo Oriente, que incorporan la calidad y el diseño que demandan los mercados afluentes y bien informados de Singapur (por ejemplo en domótica e iluminación): la importancia de la decoración en la pléthora de hoteles, condominios de lujo y promociones nuevas de viviendas unifamiliares de alto diseño y modernidad, tanto malasios como singapurenses. Los chinos adoran IKEA, y cualquier marca internacional de más alto nivel que IKEA de mobiliario o decoración está representada en Singapur. España lleva años exportando a la región productos de este tipo.

Tabla 72  
Principales importaciones de España a Singapur en miles de dólares

Cod.	Descripción del producto	2010	2011	2012	2013	2014	Crec. %
<b>TOTAL</b>	<b>Todos los productos</b>	<b>547973</b>	<b>584361</b>	<b>490645</b>	<b>537924</b>	<b>562993</b>	<b>2.74</b>
'29	Productos químicos orgánicos	230561	143564	137634	125392	240499	4.31
'84	Máquinas, reactores nucleares, calderas, aparatos y artefactos mecánicos.	102995	171690	95806	134690	87828	-14.73
'90	Instrumentos, aparatos de óptica, fotografía, cinematografía, medida, contr	27502	27730	33540	41319	60326	119.35
'85	Maquinas, aparatos y material eléctrico, sus partes; aparatos de grabación	49847	77858	102002	84342	56105	12.55
'30	Productos farmacéuticos	68344	11114	28632	83716	48469	-29.08
'40	Caucho y manufacturas de caucho	9981	4666	2842	3686	22437	124.80
'27	Combustibles minerales, aceites minerales y prod.de su destilación	1	48560	41924	25435	8634	863300.00
'39	Materias plásticas y manufacturas de estas materias	6911	7205	4873	4435	4066	-41.17
'33	Aceites esenciales y resinoides ;prep.de perfumería, de tocador	967	799	1113	1051	2355	143.54
'61	Prendas y complementos de vestir, de punto	204	479	442	1348	2208	982.35
'49	Productos editoriales, de la prensa/de otras industrias graficas	5813	6626	3391	2171	2196	-62.22
'88	Navegación aérea o espacial	1223	3073	2598	2915	2030	65.99
'76	Aluminio y manufacturas de aluminio	206	1492	4600	2293	2029	884.95

Fuente: Trademap (2015), base de datos de comercio exterior de NNUU.

El grueso de las importaciones españolas de Singapur, se centra en partidas relacionadas con el clúster de productos químicos, electrónicos y eléctricos de Singapur, donde este país concentra su producción y exportación, así como su rol de nudo logístico estratégico en el comercio mundial. En la electrónica tiene un peso importante la de consumo, y por la parte del material eléctrico, de todo tipo de bajo a alto voltaje (lo que se corresponde con las posibilidades de implantación de empresas españolas que se tratan en el epígrafe III.2.2). La gran mayoría de las importaciones de la partida 29, muy especializada, lo están en o compuestos heterocíclicos con heteroátomos (partida 2933), es decir piridinas (cod. 29333). En la partida 84 destacan los ordenadores (8471), casi la mitad de las importaciones; las turbinas de gas (8411), e impresoras (8443). En la partida 90, fundamentalmente se trata de aparatos y artículos de ortopedia (cod. 9021), instrumentos médico quirúrgicos

(9018), así como instrumental y aparatos para análisis físico químicos (cod. 9027); la 85 consistiría en soportes de grabación (8523), teléfonos (8517) y otras afines. El clúster de industrias farmacéuticas y de biotecnología estarían también bien representado, p. ej., en forma de las importaciones de medicamentos (cod. 3004). Las exportaciones parecen relacionadas con las cadenas de valor de las empresas multinacionales (EMNs), y creemos no denotan superioridad tecnológica en Singapur, dada la dependencia en este sentido de la presencia de investigadores extranjeros y de la misma tecnología de las EMNs, además de las razones relativas a la fuerza de trabajo; la productividad, la cultura empresarial y las relaciones entre trabajadores y empresarios, listadas en el epígrafe I.3.3.

### 1.3 La cuenta de capital, Singapur

Las inversiones españolas en Singapur, parten de unos niveles muy bajos hasta 2014. En base a datos de *Datainvex* (Tabla 73), la inversión española en este país en el periodo es muy pequeña, en todo caso decenas de millones de euros. Esto no se corresponde con la importancia de Singapur como centro financiero de alcance global: Singapur ocupa el puesto número 14 a escala mundial por IDE recibida con una población de solo 5 millones. Según el Real Instituto Elcano en base a datos de la Oficina Comercial de España<sup>1550</sup>, en los rankings de inversores Singapur fue el 73º inversor en España (significando sólo el 0.01 de la inversión recibida por España), y Singapur ocupó el puesto 37º de la posición inversora española en el exterior. Prácticamente nada, en comparación con los demás países occidentales considerados en el estudio (EAFRIH)

Según la Oficina Comercial de España<sup>1551</sup>, la Inversión Directa Extranjera (IDE) de Singapur en España fue pequeña de 1993 a 2011 en términos de flujos brutos, exceptuando los años 2002 y 2008, cuando se invirtieron, respectivamente 60 y 35 millones de Euros: en total se habla de unos 135 millones de Euros en el periodo. Por sectores serían la ingeniería civil; el comercio mayorista y la programación (software), que significarían, respectivamente el 70%, el 18% y el 6% respectivamente, del total de la IDE de 2008 a 2011. La posición neta de la inversión de Singapur, el total no ETVE serían sólo 13.4 millones, siendo la ingeniería civil (69, 6%), y el comercio al por menor (6.15%) los sectores receptores más importantes. De 1993 a 2011, la inversión bruta española en Singapur en términos de flujos brutos habría caído desde 2006 a 2010, y es muy pequeña, contabilizando 57 millones de euros. El transporte marítimo (1.8 millones) y el inmobiliario (1.7 millones), constituyen los sectores más importantes, prácticamente nada.

---

<sup>1550</sup> PORTELA, CLARA, y GARCÍA, MARÍA, "Cómo incrementar la presencia empresarial española en Singapur: oportunidades tras la firma del Acuerdo de Libre Comercio con la UE", Madrid, Real Instituto Elcano, documento de trabajo, ARI 35/2014, 14 de julio de 2014, 12 páginas.

<sup>1551</sup> Fuente: "Singapur, Informe Económico y Comercial", Oficina Comercial de España en Singapur, 2013, 60 páginas 44-49.

Tabla 73  
Flujos de inversión bruta, de Singapur en España, en miles de Euros, operaciones no ETVE

País	Total seleccionado	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015 (ENERO-MARZO)
	Total flujos periodo							
<b>SINGAPUR</b>	<b>454,836.28</b>	<b>119.69</b>	<b>1,248.37</b>	<b>26,264.46</b>	<b>5,364.88</b>	<b>21,724.01</b>	<b>398,714.42</b>	<b>1,400.45</b>

Fuente: Datainvox, Secretaria de Comercio Exterior, 2015.

Tabla 74  
Flujos de inversión bruta, de España en Singapur, en miles de Euros, operaciones no ETVE

País	Total seleccionado	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015 (ENERO-MARZO)
	Total flujos periodo							
<b>SINGAPUR</b>	<b>24,741.74</b>	<b>0.00</b>	<b>983.71</b>	<b>5,643.98</b>	<b>17,058.46</b>	<b>732.27</b>	<b>323.32</b>	

Fuente: Datainvox, Secretaria de Comercio Exterior, 2015.

Sin embargo, en 2014 hay un repunte considerable de la Inversión Directa Extranjera singapurense en España, que se explica por la compra de una participación estratégica de Repsol por el fondo de inversiones singapurense *Temasek* (véase más adelante), de 398 millones de euros. Una operación que Salvador Alacio, de Repsol en Singapur, define como una "*apuesta a largo plazo*" del fondo soberano singapurense<sup>1552</sup>. A partir del análisis de las fuentes consultadas, Singapur parece un destino bastante seguro para la inversión. Según la OMC, la clasificación de crédito soberano "AAA"<sup>1553</sup>, le daría seguridad en términos macroeconómicos a las inversiones realizadas en la isla Estado, más allá de la Seguridad Jurídica y alto respeto de la Propiedad Intelectual e Industrial, percibida por las grandes empresas multinacionales extranjeras establecidas en Singapur. La IDE (Inversión Directa Extranjera), habría subido un 14% en Singapur en el años 2014 y significa el 7% del total de Asia Pacífico<sup>1554</sup>. No es extraño pues, que ICEX resalte que Singapur en términos de la facilidad de hacer negocios sería el primer país a nivel global en los rankings. Lo que nos extraña bastante es que también se indique que Malasia<sup>1555</sup> estaría en las 10 primeras posiciones en función a lo expuesto en los epígrafes I.2.3 y I.2.6, desde luego si se quieren importar productos de Malasia es un país donde hacer negocios es facilísimo, exportar a Malasia o implantarse, es harina de otro costal.

<sup>1552</sup> Fuente: entrevista con *Salvador Alarcón Alacio*, Director de Desarrollo de Negocio de *Repsol*, en sus oficinas en Singapur en Orchard Road (19.05.2014, 11.30 h.).

<sup>1553</sup> ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO, "Examen de las Políticas Comerciales, Informe de Singapur", Organización Mundial del Comercio (OMC), informe del Órgano de Examen de las Políticas Comerciales de la OMC, referencia WT/TPR/G/267, de 05.06.2012.

<sup>1554</sup> AAVV, "FDI Report 2015", Londres, editado por Courtney Fingar, informe sobre la IDE global, Financial Times Ltd., 2015, 19 páginas, p. 7.

<sup>1555</sup> Fuente: Memoria del Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX), 2013, p. 186.

Singapur sería el tercer país a nivel global en términos de competitividad según el ICEX. Desde el punto de vista comercial y logístico, sí que es altamente recomendable tener una delegación comercial o bien en Malasia o bien en Singapur, si la empresa española quiere cubrir el Sudeste Asiático de forma efectiva: Singapur es el "escaparate" y "puerta de Asia", para muchas empresas sus ventajas son indudables a efectos de Marketing internacional. Sin embargo, posiblemente la falta de transparencia para las intervenciones públicas en la economía (véase el epígrafe I.3.3); los altos costes de establecimiento, la baja productividad en los servicios, y los elevados gastos corrientes necesarios para poner en marcha actividades en Singapur (desde el coste de la vida al de los activos fijos; inmuebles, sueldos, alquileres.), en principio desaconsejarían una inversión de planta industrial en la misma isla de Singapur. Pero, como vimos en el epígrafe I.4.4, puedan recomendar inversiones en el área de influencia extraterritorial de Singapur para tecnologías medias o bajas, esto es en las provincias adyacentes a Singapur en Malasia, Indonesia y Vietnam para servir a Singapur y engrosar las re exportaciones de Singapur.

Sin embargo, las condiciones fiscales son bastante favorables, con un Impuesto de Sociedades del 17%, y un 7% de GST, frente a tipos en torno al 30% en España en Sociedades y al 21% en IVA<sup>1556</sup>, respectivamente, son un aspecto que hace a Singapur altamente competitiva en términos de implantación española, a parte de los incentivos fiscales que el Gobierno de Singapur pueda ofrecer para el establecimiento de empresas que consideren estratégicos, como es el caso de *Repsol*<sup>1557</sup> especialmente después de la compra del 5% de la misma por el fondo soberano singapurense *Temasek*<sup>1558</sup>. Otra cosa es la inversión en laboratorios, facilidades de investigación y desarrollo o en la fabricación de productos de alta tecnología que se puedan beneficiar del pool de profesionales; investigadores, las infraestructuras o las ayudas y coordinación que ofrece el Gobierno de Singapur para la implantación; desarrollo tecnológico; capital humano e internacionalización. Aquí podría haber oportunidades puntuales, apuntamos al sector farmacéutico y biomédico (la española *Griffols*, que ya está presente en el mercado), entre otros e industrias del conocimiento y alto valor añadido, en general favorecidas por Singapur en forma de incentivos fiscales para la inversión extranjera<sup>1559</sup>. *Panda Software* y *Amadeus* (antivirus y software para reserva de viajes)<sup>1560</sup>, las dos españolas, tienen representación en Singapur. La isla Estado, como líder en las altas tecnologías a nivel regional, lógicamente pueda atraer inversiones de esta naturaleza (véase el epígrafe I.3.5, sobre la política económica exterior de Singapur).

---

<sup>1556</sup> Fuente: Costes de Establecimiento en Singapur, ICEX, 2012.

<sup>1557</sup> Fuente: Entrevista con *Salvador Alarcón Alacio*, Director de Desarrollo de Negocio, para la sucursal asiática de Repsol, en las oficinas de Repsol en Singapur (Orchard Road) (20.05.2014). Los representantes de la empresa Repsol en Singapur nos comunican que el mismo Economic Development Board (EDB) del Gobierno de Singapur, les fue a visitar para informarles de beneficios y exenciones fiscales para multinacionales, para el establecimiento en la Isla Estado.

<sup>1558</sup> PAGE, DAVID, "Es ya el cuarto mayor accionista con el 6.3%: El fondo soberano de Singapur compra un 5% de Repsol por 1.036 millones", *Expansión* (Madrid, 04.03.2013), en

<URL: <http://www.expansion.com/2013/03/04/empresas/energia/1362383366.html>>, (accedido el 06.03.2014).

<sup>1559</sup> Fuente: Marco Legal de Singapur, nota informativa de la Oficina Comercial de España en Singapur, 2012.

<sup>1560</sup> Fuente: Lista de empresas establecidas en Singapur, 2011, ICEX.

Entre los sectores oportunidad de inversión según el EDB (*Economic Development Board*), la agencia estatal de Singapur, además de las aplicaciones de las ciencias biomédicas (farmacia; biotecnología, tecnología médica, y servicios de salud), anteriormente mentadas, se contarían: la logística e ingeniería del transporte (logística; tecnología espacial, transporte terrestre e ingeniería naval); química (petroquímica, químicos especiales y los utilizados en alimentación y cosmética); electrónica e ingeniería de precisión (semiconductores; servicios de fabricación de productos electrónicos; moldes electrónicos, de precisión y sus componentes, y maquinaria electrónica y sistemas); tecnologías de la información; nanotecnología, tecnología del medio ambiente; medios de comunicación digitales y tecnologías de la información (ordenadores y comercio electrónico, comunicaciones, entretenimiento digital, producción, televisión y cine)<sup>1561</sup>; servicios educativos, servicios centrales regionales y servicios de alta gama. Aquí las decisiones de alto nivel se suponen "*dadas*", y los funcionarios singapurenses sólo las aplican fijando sus propias prioridades e incentivos. Otra cosa sería saber cuáles son los sectores estratégicos para España vistos desde las prioridades de España, y si a la Oficina Comercial de España se le ocurren otros sectores oportunidad de inversión para España que no sean aquellos favorecidos por el EDB de Singapur.

De cualquier modo, sea por los altos gastos corrientes o por los altos costes fijos de inversión en capital y tecnología, la implantación en Singapur parece siempre recomendable para grandes empresas, aunque las PYMEs sean predominantes en el panorama empresarial español. El Gobierno de Singapur no sólo favorece a las multinacionales y grandes empresas, si no que las consulta a la hora de implementar su política económica. También pueda haber oportunidades de inversión en todos aquellos sectores de servicios que se puedan beneficiar de la gestión de empresas españolas consolidadas en términos de productividad y calidad de los equipos, desde la construcción a hoteles y hostelería, pasando por grandes almacenes y otras empresas de servicios, especialmente aquellas que recurran masivamente al personal emigrante, por las razones explicadas en el epígrafe I.3.3. Esta última posibilidad va aparejada con la posibilidad de obtener visados para profesionales españoles (desde gestores, a ingenieros; bioquímicos, arquitectos a cualesquiera profesionales cualificados), para los que existirían grandes oportunidades en todos los sectores de la economía: ya hay un grupo nutrido de ingenieros españoles trabajando para la *Autoridad Portuaria de Singapur*<sup>1562</sup>. Aquí habría que indicar que de 2010 a 2014 la población española se ha triplicado de 500 a 1500, y ya hay quejas de las empresas españolas por no poder obtener visados para su personal expatriado cualificado<sup>1563</sup>. Las bajas tasas de rentabilidad históricas del capital (Tablas 9 y 10 en el epígrafe I.2.6), y las restricciones a la hora de conceder licencias para instituciones bancarias a corto plazo, no garantizan un incremento sustancial de la presencia española en el sector financiero de este país a corto (2014), pero a largo plazo es posible que si, por el crecimiento económico regional de la ASEAN en general y del comercio exterior global singapurenses, así como el ALC con la Unión

---

<sup>1561</sup> Fuente: SINGAPUR, "Planes Integrales de Desarrollo de Mercado, Estrategia 2013", presentación de la Estrategia para el mercado singapurenses en el 2014, Secretaría de Estado de Comercio, 2013, en la Web del Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX), y "Singapur, Informe Económico y Comercial", Oficina Comercial de España en Singapur, julio de 2012, 60 páginas, p. 51.

<sup>1562</sup> Fuente: Entrevista con *José María Portillo*, Consejero Económico Comercial de España en Singapur, en las oficinas de la Oficina Comercial de España (Suntec Towers), Singapur (03.04.2010).

<sup>1563</sup> Op. cit., PORTELA, CLARA y GARCÍA, MARÍA, 2014.

Europea (sobre el comercio de servicios en el epígrafe II.1.8, y sobre los bancos británicos en Singapur, epígrafe II.2.1).

El Instituto de Comercio Exterior considera en 2013 países objetivo para atraer a la inversión a España, en la región de Asia-Oceanía a *Japón, Corea del Sur, Singapur, China, India y Australia*. O sea, prácticamente donde hay más dinero (*Malasia o Taiwán* por ejemplos, con sus grandes empresas y reservas en divisas no serían prioritarios, pasan desapercibidos). Da la impresión de que se fuera a lo más fácil. Desde luego, la India no es un país fácil: en comparación con Malasia y Taiwán son países mucho más modernos y avanzados en lo financiero: en Nueva Delhi el coste de la vida es más alto que en Barcelona, y en las negociaciones, complejas para cualquier cosa, el precio de cada producto se negocia por separado. Singapur sería el cuarto inversor a escala global de los países asiáticos, detrás de China, Japón y Corea, con inversiones de 16 mil millones de dólares, no muy lejos de Taiwán con 12 mil y de Malasia con 9 mil<sup>1564</sup>. Sobre las prioridades de inversión en España, al leer la memoria del ICEX de 2013, diera la impresión de deriva estratégica, de un "que inviertan en lo que sea"<sup>1565</sup>, lo que trasluce cierto desasosiego ante el impacto de la crisis económica desde 2008. Es decir, literal: "*Sectores. A los sectores que han sido considerados tradicionalmente estratégicos (TIC, biotecnología, automoción, aeroespacial, logística y medio ambiente) se han añadido otros sectores en los que en la actual coyuntura económica se ha detectado un repunte del interés de los inversores extranjeros y que puede, además, coincidir con el de empresas españolas que deseen llevar a cabo joint ventures u otras fórmulas de cooperación operativa o financiera como en real state, turismo, I+D, tecnología aplicada a sectores, industrial, maquinaria y bienes de equipo, químico, bienes de consumo, agroalimentario y servicios con centros de servicios compartidos, "Near Shore" BPO, etcétera*".

---

<sup>1564</sup> AAVV, "FDI Report 2015", al cuidado de Courtney Fingar, Londres, informe sobre la IDE global de Financial Times Ltd., 2015, 19 páginas, p. 7.

<sup>1565</sup> Fuente: Anuario del Instituto Español de Comercio Exterior, Madrid, 2013, p. 165.

## 2. Las relaciones económicas de España con Malasia

### 2.1 Cuenta corriente, Malasia

Las exportaciones españolas (640.980 millones de dólares), son bastante más pequeñas que aquellas a Singapur (1.072 millones), nodo del comercio global. Lo segundo es que, al igual que en Singapur, la intensidad tecnológica de la exportación española es menor que la italiana y la francesa (la proporción de productos de industrias "MA" y "A" de tecnologías medias altas y altas es bastante menor). Lo tercero, es que son las partidas de tecnologías "MB" y "B", bajas y medias bajas, las que experimentan incrementos extraordinarios. Por tanto, la exportación tendría volúmenes menos significativos que las singapurenses, por la abundancia de pequeñas exportaciones puntuales que definen tendencias aún menos claras que en Singapur.

Lo segundo es que el centro neurálgico de las actividades económicas malasias, Kuala Lumpur, sólo se encuentra a 4 horas de Singapur, conectadas por autopista y pasos fronterizos de primerísima generación, en el área de libre mercado (AFTA) de la ASEAN, donde la inmensa mayoría de los productos fluyen sin impedimento arancelario alguno, por eso se darán iteraciones con respecto a las pautas de la importación singapurenses. El incremento de las exportaciones a Malasia es más que significativo para las 20 primeras partidas: sólo 3 partidas experimentan decrecimientos (73, 99, 31) y estas son partidas pequeñas, de montantes menores a 11 millones de euros en 2014. Las primeras diez partidas, mayores de 20 millones de euros en 2014, registraron crecimientos extraordinarios: del 22% en la partida 39, al 907% de la partida 87: el crecimiento es sorprendente partiendo de unos niveles relativamente muy pequeños.

En los sectores de alta tecnología "A", Francia es líder entre las tres naciones consideradas en la Tabla 76. Como en Singapur, en el sector de navegación aérea y espacial (partida 88), Francia exporta 334 veces más que España Malasia, aquí existe una desproporción más que evidente y como vimos en la sección anterior sobre Singapur, puedan existir nichos para la exportación española, en productos y en servicios. El consorcio *Airbus Malasia* (en el que participa España) que le da servicio a aviones en el área regional a *Air Asia*<sup>1566</sup> y *Malaysian Airlines*<sup>1567</sup>, las principales líneas aéreas del país con alcance mundial, y su Director de Ingeniería es el español *Manuel Juárez de la Rasilla*<sup>1568</sup>. El tráfico aéreo en la ASEAN, lo más probable es que siga creciendo a ritmos agigantados, luego las dos aerolíneas malasias tienen una posición logística y de costes excelente a escala regional y asiática, además de su función estratégica en la comunicación de la Malasia Insular con la Malasia Peninsular. Manuel ha manifestado su interés en contratar ingenieros españoles en cuanto la oportunidad

---

<sup>1566</sup> Fuente: Rutas operativas de la empresa *Air Asia*, en la página Web de la aerolínea, accedida el 12.09.2015, en < URL: <http://www.airasia.com/ot/en/where-we-fly/route-map.page> >. *AirAsia* es la equivalente a la empresa europea *Easyjet* o *Ryanair*, de bajo costo, a escala de la ASEAN, una empresa interesante por su tamaño, rapidísima tasa de crecimiento y popularidad.

<sup>1567</sup> Fuente: Rutas operativas de la empresa *Malaysian Airlines*, en el sitio web de la aerolínea, accedida el 12.09.2015, en < URL: [http://malaysiaairlines.innosked.com/\(S\(vrctqt45qodcukixtrtq4wjh\)\)/default.aspx?station=MH](http://malaysiaairlines.innosked.com/(S(vrctqt45qodcukixtrtq4wjh))/default.aspx?station=MH) >

<sup>1568</sup> Fuente: entrevista a *Manuel Juárez de la Rasilla* Jefe de Ingeniería de Reparación de Estructuras, en el domicilio del doctorando, en Subang Jaya, Estado de Selangor, Malasia (06.06.14, 14.00 h.).

aparezca, ya que su equipo cuenta con ingenieros de otras nacionalidades europeas: aquí el MIDA, la agencia de promoción de inversiones levanta las restricciones para visados profesionales por interés nacional<sup>1569</sup>. Aquí se echa de menos un rol activo en la promoción de los cientos de miles de profesionales españoles en paro, de parte de las instituciones españolas en Malasia.

Tabla 75  
Principales exportaciones de España a Malasia en miles de dólares

Cod.	Descripción del producto	España exporta hacia Malasia					Crec
		2010	2011	2012	2013	2014	
<b>TOTAL</b>	<b>Todos los productos</b>	298007	411670	493061	465628	640980	115.09
'72	Fundición; hierro y acero MB	31186	93407	52936	63577	168616	440.68
'84	Maquinas, reactores nucleares, calderas, aparatos y artefactos mecánicos. MA	53106	53840	63202	74320	81380	53.24
'27	Combustibles minerales, aceites minerales y prod.de su destilación MB	7480	3411	59390	12903	55009	7254.14
'85	Maquinas, aparatos y material eléctrico, sus partes; aparatos de grabación MA	27338	25740	43366	33930	45675	67.08
'30	Productos farmacéuticos A	18524	22945	25351	27416	31068	67.72
'32	Extractos curtientes/tintóreos; taninos, sus derivados; pinturas MA	16340	19661	15255	22586	27604	68.94
'87	Vehículos automóviles, tractores, ciclos, demás vehic. terrestres, sus part MA	2296	7556	3413	30450	23132	907.49
'39	Materias plasticas y manufacturas de estas materias MB	18514	15310	10958	17676	22650	22.34
'62	Prendas y complementos de vestir, excepto los de punto B	10748	14224	15624	19446	20649	92.12
'90	Instrumentos, aparatos de óptica, fotografía, cinematografía, medida, contr A	2841	5879	7157	10650	17109	502.22
'33	Aceites esenciales y resinoides; prep.de perfumería, de tocador B	10065	16964	13270	16175	15676	55.75
'61	Prendas y complementos de vestir, de punto B	6948	8643	8778	11357	12113	74.34
'73	Manufacturas de fundición, de hierro o de acero MB	12262	15885	6145	4270	11915	-2.83
'99	Materias no a otra parte especificadas	10865	11659	19143	13583	8216	-24.38
'31	Abonos MB	8635	22768	65870	25368	8143	-5.70
'52	Algodón B	343	1890	2527	3173	6100	1678.43
'08	Frutos comestibles; cortezas de agrios o de melones B	1324	1946	2298	2559	5811	338.90
'88	Navegación aérea o espacial A	5180	440	18330	824	5647	9.02
'68	Manufacturas de piedra, yeso, cemento, amianto, mica o materias análogas B	2145	5512	4204	7535	5591	160.65
'20	Prep.de legumbres; hortalizas, frutos o de otras partes de plant. B	1838	2608	4328	4107	5465	197.33

Fuente: Trademap (2015), base de datos de comercio exterior de NNUU.

<sup>1569</sup> Véase el epígrafe II.1.8 sobre el proteccionismo en el sector servicios.



Tabla 76 (a)

Ranking de las partidas de exportación de la oferta exportadora global española, y exportaciones de estas partidas de España, Francia e Italia a Malasia

Ranking	Código	Descripción del producto	2010	2011	2012	2013	2014	% Exp. italiana y Francesa	Tasa crecimiento
	<b>TOTAL</b>	<b>Todos los productos</b>	246265330	298170964	285936446	310963648	318649312		29.39
1	87	<b>Vehículos automóviles, tractores, ciclos, demás vehíc. terrestres, sus part. (MA)</b>	43033406	50396697	42223161	48438827	51639220		20.00
	Es Malasia		2296	7556	3413	30450	23132		907.49
	Fr Malasia		37565	96820	129876	110131	131138	5.67	249.10
	It Malasia		43856	42386	46547	60000	55711	2.41	27.03
2	'84	<b>84 Maquinas, reactores nucleares, calderas, aparatos y artefactos mecánicos. (MA)</b>	18230393	22108200		25836624	24353171		33.59
	Es Malasia		53106	53840	63202	74320	81380		53.24
	Fr Malasia		142779	216472	275038	192532	137228	1.69	-3.89
	It Malasia		287275	353765	510082	532194	686683	8.44	139.03
3	'27	<b>Combustibles minerales, aceites minerales y prod.de su destilación (MB)</b>	12520437	22117237	21150347	21479705	22997451		83.68
	Es Malasia		748	3411	59390	12903	55009		7254.14
	Fr Malasia		2117	1550	1.985	2296	1944	0.04	-8.17
	It Malasia		1831	2185	5541	1931	41944	0.76	2190.77
4	'85	<b>Maquinas, aparatos y material eléctrico, sus partes; aparatos de grabación (MA)</b>	15653692	17907773	16270638	16440144	17195801		9.85
	Es Malasia		27338	25740	43366	33930	45675		67.08
	Fr Malasia		406728	441343	333774	330599	343574	7.52	-15.53
	It Malasia		136835	138437	159760	175156	131474	2.88	-3.92
5	'30	<b>Productos farmacéuticos (A)</b>	11100623	11523309	11999787	13030031	12682235		14.25
	Es Malasia		18524	22945	25351	27416	31068		67.72
	Fr Malasia		63028	77322	70671	75234	71198	2.29	12.96
	It Malasia		10176	17032	15093	15979	21394	0.69	110.24

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Banco Mundial (2015) y Trademap, la base de datos de comercio exterior de NNUU

Tabla 76 (b)

Ranking de las partidas de exportación de la oferta exportadora global española, y exportaciones de estas partidas de España, Francia e Italia a Malasia

Ranking	Código	Descripción del producto	2010	2011	2012	2013	2014	% Exp. ital. y Franc.	Tasa crecimiento
6	'99	<b>Materias no a otra parte especificadas (B)</b>	6763571	9454004	12659079	13109618	12565981		85.79
	Es Malasia		10865	11659	19143	13583	8216		-24.38
	Fr Malasia		1	3264	3341	4170	3790	0.46	3790.00
	It Malasia		1	93	109	138	79	0.01	7800.00
7	'39	<b>Materias plasticas y manufacturas de estas materias (MB)</b>	9802677	11333326	10545878	11484403	12438626		26.89
	Es Malasia		18514	15310	10958	17676	22650		22.34
	Fr Malasia		28025	36715	42248	31759	34232	1.51	22.15
	It Malasia		20454	28202	25349	25949	28306	1.25	38.39
8	'08	<b>Frutos comestibles; cortezas de agrios o de melones (B)</b>	7177328	7677550	8059034	9259817	9266517		29.11
	Es Malasia		1324	1946	2298	2.559	5811		338
	Fr Malasia		8428	8661	6076	6696	10301	1.77	22.22
	It Malasia		2242	2660	3013	2311	3281	0.56	46.34
9	'72	<b>Fundición, hierro y acero (MB)</b>	8858454	10585681	9406640	8847358	9032732		1.97
	Es Malasia		31186	93407	52936	63577	168616		440.68
	Fr Malasia		880	12725	9778	11027	16551	0.10	1780.80
	It Malasia		10636	10980	14326	4605	7342	0.04	-30.97
10	'73	<b>Manufacturas de fundición, de hierro o de acero (MB)</b>	6112098	7751548	7146990	8001014	8161169		33.52
	Es Malasia		13405	17454	71252	58596	104327		678.27
	Fr Malasia		49089	115764	44879	53850	66736	0.64	35.95
	It Malasia		73164	165457	141578	133068	139979	1.34	91.32
11	'62	<b>Prendas y complementos de vestir, excepto los de punto (B)</b>	4219196	5068371	5435832	6602161	7426881		76.03
	Es Malasia		10748	14224	15624	19446	20649		92.12
	Fr Malasia		1070	3229	2465	3093	3937	0.19	267.94
	It Malasia		3882	5713	8086	8445	10439	0.51	168.91

Tabla 76 (c)

Ranking de las partidas de exportación de la oferta exportadora global española, y exportaciones de estas partidas de España, Francia e Italia a Malasia

Ranking	Código	Descripción del producto	2010	2011	2012	2013	2014	% Exp. italiana y Francesa	Tasa crecimiento
11		<b>Prendas y complementos de vestir, excepto los de punto (B)</b>	4219196	5068371	5435832	6602161	7426881		76.03
	Es Malasia		10748	14224	15624	19446	20649		92.12
	Fr Malasia		1070	3229	2465	3093	3937	0.19	267.94
	It Malasia		3882	5713	8086	8445	10439	0.51	168.91
12		<b>Legumbres y hortalizas, plantas ,raíces y tuberculos alimenticios (B)</b>	5296571	5474086	5591478	6366701	6329803		19.51
	Es Malasia		21	33	57	20	10		-52.38
	Fr Malasia		6	26	25	27	42	4.20	600.00
	It Malasia		170	152	150	133	109	10.90	-35.88
13		<b>Carne y despojos comestibles (B)</b>	3810020	4744228	4920312	5200052	5598357		46.94
	Es Malasia		3124	3733	2462	2648	3538		13.25
	Fr Malasia		1864	732	1094	1216	1500	0.42	-19.53
	It Malasia		78	90	89	68	273	0.08	250.00
14		<b>Navegación aérea o espacial (A)</b>	3477588	4544136	4478704	6913276	5266471		51.44
	Es Malasia		5180	440	18330	824	5647		9.02
	Fr Malasia		766584	1174338	2528728	2144352	1887684	334.28	146.25
	It Malasia		518	440	18330	824	5640	1.00	988.80
15		<b>Productos químicos orgánicos (MA)</b>	4990050	5129464	4716045	4945008	5238664		4.98
	Es Malasia		3375	7167	3804	4553	4058		20.24
	Fr Malasia		14237	12282	10545	10144	13437	3.31	-5.62
	It Malasia		14664	14164	22036	18939	14759	3.64	0.65
16		<b>Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre (B)</b>	3642264	4389967	4697537	5056413	4977656		36.66
	Es Malasia		1460	1821	1775	2080	2313		58.42
	Fr Malasia		60294	63226	74592	78657	81776	35.35	35.63
	It Malasia		3020	5744	5639	7247	4875	2.11	61.42
17		<b>Grasas y aceites animales o vegetales; grasas alimenticias; ceras (B)</b>	3239389	3751775	3999622	4107431	4882205		50.71
	Es Malasia		1818	2072	1478	4981	2527		39.00
	Fr Malasia		1394	634	755	2810	1672	0.66	19.94
	It Malasia		2883	4073	4170	5250	5595	2.21	94.07

Tabla 76 (d)

Ranking de las partidas de exportación de la oferta exportadora global española, y exportaciones de estas partidas de España, Francia e Italia a Malasia

Ranking	Código	Descripción del producto	2010	2011	2012	2013	2014	% Exp. italiana y Francesa	Tasa crecimiento
18	'61	<b>Prendas y complementos de vestir, de punto (B)</b>	3230556	3785116	3842468	4463687	4622576		43.09
	Es Malasia		6948	8643	8778	11357	12113		74.34
	Fr Malasia		1070	697	849	1175	2863	0.24	167.57
	It Malasia		1813	2507	3083	3404	6366	0.53	251.13
19	'40	<b>Caucho y manufacturas de caucho (MB)</b>	4006333	5886509	4650307	4691403	4502796		12.39
	Es Malasia		914	915	1618	1398	2218		142.67
	Fr Malasia		12736	18234	23459	18547	19103	8.61	49.99
	It Malasia		12870	14625	21358	17981	14509	6.54	12.74
20	'48	<b>Papel, cartón; manufact. de pasta de celulosa, de papel/de cartón (MB)</b>	4348461	4888870	4129699	4361981	4254655		-2.16
	Es Malasia		9128	8767	4474	6963	5373		-41.14
	Fr Malasia		13465	10653	7752	29590	15049	2.80	11.76
	It Malasia		8086	9220	7084	8177	7931	2.70	-1.92
21	'33	<b>Aceites esenciales y resinoides; prep.de perfumería, de tocador (MA)</b>	3278661	3563297	3453988	4036927	4245011		29.47
	Es Malasia		10065	16964	13270	16175	15676		55.75
	Fr Malasia		19719	23754	26045	30768	33820	2.16	71.51
	It Malasia		8375	8468	9194	9295	11537	0.74	37.76
22	'64	<b>Calzado, polainas, botines y artículos análogos y sus partes (B)</b>	2593005	2982807	2771944	3148885	3689282		42.28
	Es Malasia		1036	1503	1596	2302	2299		121.91
	Fr Malasia		60294	63226	74592	78657	81776	35.57	35.63
	It Malasia		3727	6220	7455	10490	10655	4.63	185.89

Tabla 76 (f)

Ranking de las partidas de exportación de la oferta exportadora global española, y exportaciones de estas partidas de España, Francia e Italia a Malasia

Ranking	Código	Descripción del producto	2010	2011	2012	2013	2014	% X italiana y Francesa	Tasa crecimiento
23	'38	<b>Miscelánea de productos químicos (MA)</b>	2626785	2838974	3189702	3529119	3653543		39.09
	Es Malasia		8764	3483	1507	2005	1731		-80.25
	Fr Malasia		9408	14251	12375	11133	15533	8.97	65.10
	It Malasia		18671	31987	20216	21774	15170	8.76	-18.75
24	'69	<b>Productos cerámicos (B)</b>	2765023	3131093	3138500	3463037	3594080		29.98
	Es Malasia		2958	5293	5051	5508	3582		21.10
	Fr Malasia		463	913	1076	915	701	0.20	51.40
	It Malasia		1335	2027	2784	1859	2500	0.70	87.27
25	'76	<b>Aluminio y manufacturas de aluminio (MB)</b>	2822727	3237008	3008458	3217894	3432695		21.61
	Es Malasia		310	238	323	864	1422		358.71
	Fr Malasia		2118	3523	5665	9111	6795	4.78	220.82
	It Malasia		463	913	1.076	915	701	0.49	51.40
26	'20	<b>Prep.de legumbres, hortalizas ,frutos o de otras partes de plant. (B)</b>	2605825	2981185	2917126	3147739	3424948		31.43
	Es Malasia		1838	2608	4328	4107	5465		197.33
	Fr Malasia		2118	3523	5665	9111	6795	1.24	220.82
	It Malasia		4405	5323	5962	9246	9550	1.75	116.80
27	'74	<b>Cobre y manufacturas de cobre (MB)</b>	2755930	3349646	3544522	3081299	3384485		22.81
	Es Malasia		748	3411	59390	12903	55009		7254.14
	Fr Malasia		16494	14957	13029	11014	8363	0.15	-49.30
	It Malasia		7414	5604	4192	413	3085	0.06	-58.39
28	'94	<b>Muebles; mobiliario médico quirúrgico; artículos de cama y similares (B)</b>	2465471	2688187	2623485	3096581	3296062		33.69
	Es Malasia		1163	1754	4379	1557	2829		143.25
	Fr Malasia		3093	3368	7640	9374	6505	2.30	110.31
	It Malasia		10806	14230	9823	11976	13390	4.73	23.91

Tabla 76 (g)

Ranking de las partidas de exportación de la oferta exportadora global española, y exportaciones de estas partidas de España, Francia e Italia a Malasia

Ranking	Código	Descripción del producto	2010	2011	2012	2013	2014	% X italiana y Francesa	Tasa crecimiento
29		<b>Instrumentos, aparatos de óptica, fotografía, cinematografía, medida,contr (A)</b>	2222165	2500834	2560169	2768318	3106763		39.81
	Es Malasia		2841	5879	7157	10650	17109		502.22
	Fr Malasia		34181	60015	54920	85384	62509	3.65	82.88
	It Malasia		30598	45436	39671	46945	43782	2.56	43.09
30		<b>Pescados y crustáceos, moluscos y otros invertebrados acuaticos (B)</b>	2558704	3081175	2879138	2885295	2995902		17.09
	Es Malasia		42	95	189	213	300		614.29
	Fr Malasia		1026	541	184	106	444	1.48	-56.73
	It Malasia		1	6	1.265	64	1	0.00	0.00
31		<b>Extractos curtientes/tintoreos; taninos,sus derivados; pinturas (MB)</b>	2408561	2741769	2653890	2873365	2915224		21.04
	Es Malasia		16340	19661	15255	22586	27604		68.94
	Fr Malasia		1166	939	731	340	1036		-11.15
	It Malasia		1	6	1265	64	1		0
32		<b>Perlas finas o cultivadas, piedras preciosas, semipreciosas y similares (B)</b>	2213134	4803294	5023706	3761365	2274260		2.76
	Es Malasia		571	675	454	410	789		38.18
	Fr Malasia		1298	2958	2474	3406	5748	7.29	342.84
	It Malasia		2544	13502	17291	32268	30478	38.63	1098.03
33		<b>Vehículos y material para vías o simil. y sus partes; aparatos mecánico (MA)</b>	884732	1489707	1728318	1395369	2061243		132.98
	Es Malasia		1	0	75	313	631		63000.00
	Fr Malasia		5586	2328	1266	1398	4290	6.80	-23.20

Fuente: Elaboración propia en base a datos de Trademap (2015), base de datos de comercio exterior de NNUU.

En contraste con el pobre panorama en las altas tecnologías en la exportación española a Malasia, es positivo notar el comportamiento de la partida de productos farmacéuticos "A" (30), donde existen grandes oportunidades dado el crecimiento de la población; el gasto sanitario; la mejora espectacular de los niveles de vida en la ASEAN; el alto crecimiento turismo médico (Malasia, potencia mundial) y el crecimiento del número de hospitales en Malasia. La política de *Badawi* para promover el sector de la Sistema de Salud en Malasia (2004-9), tuvo resultados bastante positivos, en términos de la mejora de la salud de los malasios, y el crecimiento del negocio del sector. Esto es así aunque el sector privado (barato y eficaz para tratamientos preventivos y atención primaria, pero caro para tratamientos graves), haya crecido mucho más rápido que el público, desbordado por el fuerte crecimiento de la población malaya (musulmana) en Malasia<sup>1570</sup>. La empresa española *Matachana SL*, exporta a Malasia y Singapur productos de la partida "MB" (94), de muebles mobiliario médico quirúrgico, artículos de cama y similares: desde médicos especialistas a productos especializados, este sector debería de ser prioritario para los intereses de España en los dos países. Esta partida crece un 143 por ciento en el periodo considerado. Sin embargo, Italia exporta 4.73 veces más que España: los italianos exportan lámparas, asientos, mesas, camas (aparte de material de odontología, de mayor o menor contenido tecnológico). Productos de una tecnología "B" o "MB", perfectamente reproducibles /exportables/en/desde España. España tendría mucho que ganar a nivel de imagen-país en Malasia, dada la buena calidad y resultados del sistema de Salud español de la Seguridad Social (desconocidos en Malasia), o bien asociando la imagen de España a los equipamientos de este tipo, o a través de la Cooperación al Desarrollo con la profesión médica malasia. En la partida de Instrumentos, aparatos de óptica; fotografía, cinematografía, medida y control" de tipo "A", los franceses dominan el sector con más de 8 veces las exportaciones de España, pero lo que exportan fundamentalmente son productos de la subpartida (9014), es decir brújulas y otro instrumental de navegación, así como de laboratorio.

Al igual que en Singapur, los franceses dominan en la partida "MA" (87): todo lo relativo a la automoción (5.82 veces más exportaciones que España en valor), partida en la que España es líder global. Malasia es un país con bastante menor poder adquisitivo que Singapur, donde los productos españoles de la marca *SEAT* podrían tener posibilidades, si su matriz alemana con representación en el país, *Volkswagen*, lo considerara interesante: aunque los aranceles a la importación son bastante altos, los utilitarios españoles por su atractivo diseño, alta relación calidad precio y bajo precio, es bastante posible puedan encontrar algún nicho en el mercado malasio, por lo moderno y estético de sus diseños y la buena calidad frente a otros utilitarios económicos importados. Esta es una impresión subjetiva a la vista de los gustos malasios, siempre que estos se diferencien de la competencia<sup>1571</sup>. Los malasios sienten una pasión especial por construir carreteras, la velocidad y la estética de todo lo que se mueve en cuatro ruedas: casi 10 millones y medio de automóviles y más de 11

---

<sup>1570</sup>AAVV, *Malaysia Health System Review*, Manila, Filipinas, cuidado de Judith Healey (Universidad Central de Australia), Observatorio de Asia Pacífico de Políticas y Sistemas de Salud-Organización Mundial de la Salud (OMS), vol. 3 de la serie "Health Systems in Transition" ("Sistemas de Salud en transición"), 2013, 103 páginas, pp. 85-89. Evaluación del sistema de salud de Malasia por el grupo de especialistas locales coordinados por un editor de la OMS.

<sup>1571</sup> Fuente: "Malasia, Informe Económico Comercial", Oficina Comercial de España en Kuala Lumpur, Malasia, 42 páginas, p. 33.

millones de motocicletas registradas en 2014<sup>1572</sup>. Todo esto se acompaña con un fortísimo crecimiento de la modernísima red de carreteras malasias y las ventas de automóviles<sup>1573</sup><sup>1574</sup> (lo que dados los enormes atascos anticipa la expansión de las operaciones de la empresa española *Indra* en Malasia, en el sector de sistemas de control de tráfico), que ya está operando en el municipio de Subang Jaya, Malasia. De cualquier modo, desde que el premier *Badawi* redujo los aranceles de partes de automóviles<sup>1575</sup> e introdujo capital y tecnología extranjeras en el carroceros *Perodua*, y ante posibles futuras liberalizaciones para la IDE; reducciones adicionales de aranceles a partes y automóviles completos, así como la posible y lógica re estructuración del sector, puedan aparecer oportunidades interesantes para los sectores españoles de partes de automóviles. Para la partida "MB" (40), de manufacturas de caucho, ocurre lo mismo que en Singapur (*Pirelli, Michelin*, son grupos italianos y franceses), aquí domina Francia: las exportaciones francesas son 8 veces las españolas y acompañan sus exportaciones de la partida 87. Las partes de automóviles de los modelos producidos nacionalmente para los grupos *Perodua* y *Protón* son de bastante mala calidad, luego aquí no se entiende como España no vende más en estas partidas, o se exploren posibilidades de más implantaciones y cooperación con fabricantes malasios, aunque esto sea bajo la *Bumiputra Share* (la cuota étnica que garantiza una proporción del capital de la empresa a ciudadanos de etnia malaya (musulmana)), o al menos en el prometedor mercado tailandés. La empresa de diseño, ingeniería y homologación de automóviles catalana *IDIADA*<sup>1576</sup>, ya coopera con grupos malasios de automoción. Si que se atisban oportunidades en el largo plazo para empresas del estilo del carroceros español de autobuses *Irizar*, por la importancia del sector en Malasia y la ASEAN, su crecimiento y la necesidad de modernización estética y funcional: el transporte por carretera en Malasia es Rey y se han construido estaciones de tren y autobús intercambiadores magníficas en *Kuala Lumpur* y *Johor Barhu*, luego la mayor parte del transporte público de pasajeros lo es en autobús.

En la partida de maquinaria y aparatos mecánicos "MA" (84), la exportación italiana es 8 veces superior a la española: su principal capítulo de exportación son las turbinas de gas (8411), donde las exportaciones son 18 veces superiores a las españolas, aquí se entiende que puede haber oportunidades, bastantes. España podría tener oportunidades en las siguientes partidas de importación italiana a Singapur: grifería para tuberías y calderas (8481); bombas y compresores (8418), y bombas para líquidos (8414), en el clúster de empresas españolas de la asociación sectorial *FLUIDEX*, que visitan periódicamente la zona y participan en misiones comerciales de ICEX u otros organismos de promoción. Aunque se da una tasa de crecimiento extraordinariamente positiva (del más del 60%) en la exportación española, Francia nos supera con creces en el sector de maquinaria y aparatos eléctricos "MA" (85), lo que combinado con los resultados

<sup>1572</sup> LIEW CHIN TONG, "Malaysia's love affair with cars", Kuala Lumpur, en el Blog *Malaysian Insider*, 27.09.2014, en <URL: <http://www.themalaysianinsider.com/sideviews/article/malaysias-love-affair-with-cars-iew-chin-tong>>, (accedido el 13.09.2015).

<sup>1573</sup> Fuente: "Malaysia's Automotive Industry", Kuala Lumpur, Malasia, División de Industrias del Transporte, de la *Malaysian Industrial Development Authority* (MIDA), 2010. Informe de la agencia gubernamental de promoción de inversiones de Malasia (MIDA), de la serie "Business Opportunities", de oportunidades de negocio en Malasia.

<sup>1574</sup> MAHALINGAM, EUGENE, "Total vehicle sales in 2013 hit new high", *The Star* (Kuala Lumpur, 0601.2014), en <URL: <http://www.thestar.com.my/Business/Business-News/2014/01/06/Total-vehicle-sales-in-2013-hit-new-high/?style=biz>>, (accedido el 02.07.2015), y ABDELFAH, AKMAL S, ZALY SHAH, MOHAMED y CHE PUAH, OTHMAN, "Evaluating the Sustainability of Traffic Growth in Malaysia", Rowland Heights, California, EEUU, *Journal of Traffic and Logistics Engineering* vol. 3, nº1, junio de 2015, en < URL: <http://www.jtle.net/uploadfile/2015/0611/20150611114034467.pdf>>, (accedidos el 28.05.2015).

<sup>1575</sup> YAYASANKARAN, S, "Tycoon Indicted", Hong Kong, *Far Eastern Economic Review* (19.02.2004), p.11.

<sup>1576</sup> Fuente: Lista de empresas españolas en Malasia, 2012, Oficina Comercial de España en Kuala Lumpur.



anteriores de la partida "MA" (84) y la "MA" (87), refuerzan la impresión de desconocimiento de los atributos duros de la Marca España en Malasia, en términos de marcas, productos de calidad y tecnología españoles en sectores de tecnologías "MA", problema de la Marca España a escala global.

Existen bastantes oportunidades tanto en Malasia y Singapur para el sector español de equipamientos y maquinaria para hostelería (HORECA, Hoteles-Restaurantes-Cafeterías), dada la importancia y crecimiento del turismo tanto en Malasia como en Singapur: Aunque 24 millones de personas visitaron Malasia en 2010 (9º país receptor a escala global), una gran parte son singapurenses cruzando la frontera en el diario<sup>1577</sup>. Las industrias del ocio y el comercio, son una gran atracción para visitantes de otros países ASEAN. España domina a Francia e Italia en productos "B" agroalimentarios (partidas 20, 03 y 15, sectores de gran competitividad en la oferta exportadora nacional), excepto en bebidas alcohólicas (22), donde Francia domina holgadamente. Sin embargo, es disminuida por Italia en la partida "B" (07), dónde hay grandes oportunidades para España.

Tabla 77  
Principales importaciones a España de Malasia en miles de dólares

Cod.	Descripción del producto	2010	2011	2012	2013	2014	Crec. %
TOTAL	<b>Todos los productos</b>	798948	858639	685373	680119	750469	-6.07
'15	<b>Grasas y aceites animales o vegetales; grasas alimenticias; ceras</b>	43941	118323	136998	96799	155751	254.45
'38	<b>Miscellaneous chemical products.</b>	57939	75478	59898	92786	113476	95.85
'85	<b>Maquinas, aparatos y material eléctrico, sus partes; aparatos de grabación</b>	233950	155691	107991	91211	103211	-55.88
'40	<b>Caucho y manufacturas de caucho</b>	95390	104342	83053	98954	92383	-3.15
'84	<b>Maquinas, reactores nucleares, calderas, aparatos y artefactos mecánicos.</b>	108671	128110	94179	89415	86790	-20.14
'90	<b>Instrumentos, aparatos de óptica, fotografía, cinematografía, medida, contr</b>	31138	40370	40974	45789	60513	94.34
'39	<b>Materias plásticas y manufacturas de estas materias</b>	24756	37777	28468	33421	22352	-9.71
'87	<b>Vehículos automóviles, tractores, ciclos, demás vehículos terrestres, sus part.</b>	14632	13367	14634	15262	15375	5.08
'73	<b>Manufacturas de fundición, de hierro o de acero</b>	23029	28251	9651	12823	15182	-34.07
'94	<b>Muebles; mobiliario médico quirúrgico; artículos de cama y similares</b>	25364	14865	11734	9669	10477	-58.69
'29	<b>Productos químicos orgánicos</b>	9853	9586	7742	11975	9406	-4.54
'88	<b>Navegación aérea o espacial</b>	176	2493	3339	5623	6056	3340.91
'95	<b>Juguetes, juegos, artículos para recreo o para deporte; partes...</b>	9554	6963	6648	6426	5589	-41.50
'61	<b>Prendas y complementos de vestir, de punto</b>	9765	12269	10073	4132	3967	-59.38
'32	<b>Extractos curtientes/tintóreos; taninos, sus derivados; pinturas</b>	8772	7481	5414	4291	3876	-55.81

Fuente: Trademap (2015), base de datos de comercio exterior de NNUU.

<sup>1577</sup> Fuente: "Malasia, Informe Económico y Comercial", Oficina Comercial de España en Kuala Lumpur, Malasia, octubre de 2013.

Los agroalimentarios; el canal HORECA; determinados sectores de consumo más o menos suntuario aparejados a la moda y el delicatessen, se analizarán en el capítulo IV por sus efectos benéficos potenciales en la visibilidad de la Marca España. Además se analizará el sector de la máquina herramienta y el de infraestructuras en el epígrafe 4.3, por sus implicaciones en la configuración en la imagen país B2B en Malasia.

Las importaciones españolas de Malasia, están directamente relacionadas las exportación tradicional de aceite de palma (cod. 15)), caucho y manufacturas (cod. 40)) y la maquinaria eléctrica y electrónica, desde circuitos integrados a la electrónica y electricidad de consumo (grupos 85, 84 sectores tradicionales en la exportación malasia y grupo 90, desde teléfonos móviles a televisiones). Como en el caso de Singapur, la exportación industrial a España, la entendemos engarzada en las cadenas de valor internacional de los múltiples grupos de empresas multinacionales establecidos en Malasia.

## 2.2 Cuenta de capital, Malasia

En 2007, bastante antes de la compra de la empresa de infraestructuras *Globalvía* (autopistas; ferrocarriles, hospitales y puertos) por el fondo soberano *Kazannah Nasional Bhd* en 2015 del Estado malasio, con un aporte inicial de 166 millones<sup>1578</sup>, la presencia de la inversión malasia en España era bastante pequeña: algunas familias chinas que habrían comprado inmuebles en las costas españolas, poco más. Esta inversión puntual se dejaba esperar, el tipo de "gangas" que la crisis económica ha ofrecido a los fondos soberanos extranjeros en España<sup>1579</sup>, especialmente en el sector inmobiliario<sup>1580</sup>. España, líder en el sector de infraestructuras a escala mundial no habría conseguido casi ningún contrato de importancia en Malasia, hasta la refinería de *Técnicas Reunidas* en 2014. Este contrato de más de 1000 millones de dólares es la principal exportación de servicios española en los últimos años (véase el epígrafe). Sin embargo, el Estado malasio si habría comprado una empresa española estratégica en este sector como *Globalvia* a través de su fondo soberano, *Kazannah*. Según la Oficina Comercial de España, hasta 2014 la inversión de Malasia en España habría sido muy pequeña y se habría concretado en una planta de lubricantes de la empresa pública petrolífera malasia *Petronas*, a través de un vehículo de inversión italiano, y la compra de *Cerámicas Zirconio* por 9 millones de Euros en subasta concursal, y un centro de *Wellness*<sup>1581</sup>, lo que no es de extrañar por la importancia que otrora tuvieron las exportaciones de este sector cerámico de España a Malasia. La instalación de la refinería de *Técnicas Reunidas*<sup>1582</sup> tampoco sorprende, dadas las ingentes exportaciones españoles en el sector de combustibles

---

<sup>1578</sup> M.J., "Un fondo soberano de Malasia compra Globalvía a FCC y Bankia, Paga 166 millones de precio inicial y hasta un máximo de 254 millones en 2017", Sección Economía, *El País* (Madrid, 01.07.2015), en (accedido el 09.11.2015) < URL: [http://economia.elpais.com/economia/2015/07/01/actualidad/1435733637\\_766213.html](http://economia.elpais.com/economia/2015/07/01/actualidad/1435733637_766213.html)>.

<sup>1579</sup> PÉREZ, M<sup>a</sup> J. et al., "Fondos soberanos, más activos que nunca en España, sección Economía, *ABC* (Madrid, 23.09.2013), en <URL: <http://www.abc.es/economia/20130923/abc-fondos-soberanos-activos-nunca-201309231711.html>>.

<sup>1580</sup> OREGUI, PIEDAD, "Los fondos soberanos apuntan a España. Los entes de inversión de países con excedente de capital compran empresas, deuda y oficinas", sección de Economía, *El País* (Madrid, 14.12.2014) en < URL: [http://economia.elpais.com/economia/2014/12/12/actualidad/1418381309\\_103160.html](http://economia.elpais.com/economia/2014/12/12/actualidad/1418381309_103160.html)>, (accedidos el 16.08.2015).

<sup>1581</sup> Fuente: "Malasia, Informe Económico Comercial", Oficina Comercial de España en Kuala Lumpur, Malasia, septiembre de 2014, 42 páginas, en pp. 32-33.

<sup>1582</sup> ANÓNIMO, "Se dispara un 3.58 en bolsa. Técnicas Reunidas firma un contrato con *Petronas* para un proyecto en Malasia valorado en 1.120 millones", Madrid, en el sitio web de la Agencia Europa Press, 19.08.2014, en < URL:

minerales y aceite a Malasia sector "MB" (partida 24, en la Tabla 76), entre otros sectores de bienes intermedios de tecnologías "MB", en los que España, como en Singapur, eclipsa a Francia e Italia en Malasia. ¿Se puede pues inferir que los malasios comprarían en España lo que les interesa, y "se lo traerían de vuelta a casa"? Si los combustibles españoles son buenos, intentarían que los españoles les instalasen una refinería en Malasia para producirlos en casa más baratos; si las empresas españolas en infraestructuras son líderes, intentarían comprar una gran empresa española para obtener know how; dimensión, tecnología y alcance globales. Sin embargo, no está claro que existan tendencias: Globalvia ha sido vendida a fondos de pensiones de Holanda, Reino Unido y Canadá en 2016<sup>1583</sup>.

Tabla 78

Flujos de inversión bruta, de Malasia en España en miles de Euros, operaciones no ETVE

País	Total seleccionado	2008	2009	2011	2012	2013	2014	2015 (ENERO-MARZO)
	Total flujos periodo							
<b>MALASIA</b>	<b>1,982.13</b>	<b>0.00</b>	<b>299.72</b>	<b>500.00</b>	<b>0.00</b>	<b>600.00</b>	<b>3.01</b>	<b>579.40</b>

Fuente: Datainvox (2015), Secretaría de Comercio Exterior.

Tabla 79

Flujos de inversión bruta, de España en Malasia en miles de Euros, operaciones no ETVE

País	Total seleccionado	2009	2010	2011	2012	2013	2014
	Total flujos periodo						
<b>MALASIA</b>	<b>259,153.16</b>	<b>20,841.00</b>	<b>23,746.92</b>	<b>70,435.07</b>	<b>17,238.00</b>	<b>36,998.74</b>	<b>89,893.43</b>

Fuente: Datainvox (2015), Secretaría de Comercio Exterior.

El fuerte crecimiento tanto de la economía, el de la demanda energética y los problemas de capacidad en el largo plazo abrirían oportunidades en los sectores de consultoría energética y de medio ambiente españolas tanto en Malasia como en Singapur: en equipamiento eléctrico de alto y bajo voltaje, o incluso en la misma puesta en marcha de plantas energéticas, convencionales o no, lo que son oportunidades para empresas como *Acciona* o *Abengoa*. Siguiendo la pista de las empresas norteamericanas en los sectores de generación energética e hidrocarburos (epígrafe II.1.3), y tras el contrato de refinería de *Técnicas Reunidas*, pueda haber oportunidades comerciales adicionales para España en el equipamiento para la industria petrolífera y del gas natural, dado el gran tamaño del sector extractor y exportador en torno a la empresa *Petronas*, *Shell* o *BP*: Como en Singapur, ya hay una plétora de ingenieros y consultores de países occidentales trabajando en plantas petrolíferas, lo que pueda anticipar la contratación de profesionales españoles, aunque su inmigración esté altamente controlada en

<http://www.europapress.es/economia/noticia-economia-tecnicas-reunidas-firma-contrato-petronas-proyecto-malasia-valorado-1120-millones-20140818122816.html> >, (accedido el 27.02.2015).

<sup>1583</sup> Fuente: Sección de accionistas del sitio web de Globalvia (accedida el 12.09.2016) en: <URL: [http://www.globalvia.com/acerca\\_de\\_globalvia/inversores.aspx?BtnSubMenu=14](http://www.globalvia.com/acerca_de_globalvia/inversores.aspx?BtnSubMenu=14)>.

Malasia (véase el epígrafe II.1.8 sobre el comercio de servicios). Si bien en el corto plazo, los bajos precios de los hidrocarburos, por los suelos, puedan avivar su consumo (2015)<sup>1584</sup>, está claro que a largo plazo, la racionalización del consumo energético y el Medio Ambiente es una prioridad tanto para Malasia como para Singapur, líder en energías "limpias" en la región<sup>1585</sup> (nos llegan rumores, no confirmados, de que la empresa española *Abengoa* habría estado interesada en comprar el biofuel de los residuos de las grandes plantaciones malasias de palma y caucho<sup>1586</sup>). Más allá de las altas necesidades para su potente industria, el alto gasto de energía en Singapur es más que patente en hogares y centros comerciales: donde se desperdicia un 33% del consumo doméstico, que lo es en aires acondicionados en enormes entornos fríos, ajustados a las temperaturas de la Europa del Norte en verano en un país tropical.

Es probable que la inversión malasia en España suba en el largo plazo, consecuencia del creciente comercio bilateral; el fuerte crecimiento del PIB (2013-2015) de ambas economías y el desconocimiento recíproco de oportunidades de inversión y capacidades productivas. La IDE (Inversión Directa Extranjera), habría subido un 51% en Malasia en el año 2014 y significa el 7% del total de Asia Pacífico<sup>1587</sup>, una cifra extraordinaria, además, de 2009 a 2010 habría subido más del 400%<sup>1588</sup>. Las medidas liberalizadoras de las AAPP malayas (pro malayos (musulmanes)) de Malasia habrían tenido un impacto harto positivo en la Inversión y el crecimiento económico. Liberalizaciones parciales, puesto que no se habrían abierto a la competencia exterior una variedad de sectores estratégicos en el macro sector de servicios para la empresa española (en el epígrafe I.2.7), aunque pueda haber oportunidades para algunos ya liberalizados en servicios (véase la lista en el epígrafe II.1.8).

En la fuerte subida de la IDE, a parte de las liberalizaciones parciales para contrarrestar la crisis de 2008, puestas en marcha por el UMNO, también puedan haber contribuido la batería de ayudas puestas en marcha tras la crisis de 2008<sup>1589</sup>, por la agencia de promoción de inversiones del Gobierno de Malasia (MIDA): la instauración de 9 corredores especiales (zonas para la inversión) exentas de la *Participación Bumiputra*, exenciones fiscales e incentivos financieros (como el *Pioneer Status*<sup>1590</sup>), con tal de que un porcentaje de la producción de las nuevas plantas sea exportado o el tipo de producción realizada tenga contenido tecnológico prioritario (p. ej., como en los sectores del *Multimedia Super Corridor*, para contenidos digitales; software, tecnologías de la información, juegos digitales y otros); así como reformas estructurales para orientar la

---

<sup>1584</sup> CERZAL, PABLO, "La demanda de petróleo crece al mayor ritmo en 5 años, según la AIE", *Expansión* (Madrid, 13.08.2015), <URL: <http://www.expansion.com/economia/2015/08/12/55cba394268e3e45288b45a3.html>>, (accedido el 22.08.2015).

<sup>1585</sup> Fuente: "EU-Singapore, Trade and Investment, 2015 Edition", Bruselas, Comisión Europea, Unión Europea, 2015, 35 páginas. Informe anual de las relaciones entre la UE y Singapur, 31 páginas, p. 31.

<sup>1586</sup> Fuente: Entrevista con *Luis López Moreno*, Consejero Económico y Comercial de la Oficina Comercial de España en Malasia, Park Royal Suites, Kuala Lumpur, Malasia (07.08.2010, 13.00 h.). Entrevista a instancias del mismo Consejero de "incógnito", en un restaurante del Condominio Park Royal.

<sup>1587</sup> AAVV, "FDI Report 2015", al cuidado de Courtney Fingar, informe sobre la IDE global de Financial Times Ltd., 2015, 19 páginas, p. 7.

<sup>1588</sup> Op. cit., SODHY, 2012, pp. 68-69.

<sup>1589</sup> QUIRY, PAUL et al., "Les investissements directs étrangers en Malaisie en 2013", Kuala Lumpur, nota informativa del Servicio Económico de la Embajada de Francia en Malasia sobre inversiones en el país, al cuidado de François-Xavier Flamand, 16.03.2015, 3 páginas.

<sup>1590</sup> Véanse los tipos de incentivos ofrecidos por el MIDA (Malaysian Investment and Development Agency) en su sitio web: Incentivos a la IDE en manufacturas, en <URL: <http://www.mida.gov.my/home/incentives-in-manufacturing-sector/posts/>>; Incentivos a la IDE en servicios, en <URL: <http://www.mida.gov.my/home/incentives-in-services-sector/posts/>>, (accedidos el 01.09.2015).

producción a sectores de alto valor añadido: un apoyo especial a las tecnologías aeroespaciales; biotecnología, las de farmacia y las de equipamientos del Sistema de Salud (como en el caso de *Airbus*, en el epígrafe anterior).

Si bien es posible las reformas tengan un impacto positivo en la situación económica del país, el problema para el inversor español pueda ser más la seguridad y la rentabilidad de cada inversión concreta en el largo plazo, una vez caduquen los incentivos: en el marco *etnopopulista* de la política económica malasia, estos se puedan entender como incentivos provisionales. Es decir que tanto los incentivos como las reducciones, suspensiones en las cuotas étnicas como la *Participación Bumiputra* (que garantizan una proporción del capital de las empresas a ciudadanos malayos [musulmanes], así como de los puestos de trabajo en las empresas: o se tiene malayos en el accionariado o la empresa no recibirá licencia de apertura), y las liberalización de la IDE o concesión de licencias en sectores concretos, puedan desaparecer en cuanto la situación económica se reconduzca. Esto es así dada la impredecibilidad de una política económica gubernamental<sup>1591</sup> que tiene efectos en el sistema de educación y capital humano malasios, de calidad regular (véase el epígrafe I.2.3 sobre la NEP).

Estos factores, como la corrupción gubernamental malayista y la ineficacia de de las AAPP públicas malasias; así como la gran distancia cultural entre la empresa española y la malasia (véanse los epígrafes 3.1 y 3.2 en este capítulo), puedan explicar la escasa IDE española en Malasia, en un país con buenas condiciones objetivas para invertir: Malasia tiene ventajas logísticas, por su situación geográfica en Asia; sus infraestructuras son las mejores de la región ASEAN; los costes de la energía, de agua y de suministros son muy bajos, por la abundancia de recursos naturales; el menor coste de la vida y precio relativamente bajo de solares y plantas de fabricación en comparación con otros países asiáticos más desarrollados como Singapur; Taiwán; Hong Kong, Corea y Japón. Además, Malasia cuenta con bajos costes relativos de la mano de obra<sup>1592</sup> en relación con los países anteriores para industrias "B" y "MB", con atención a los ingenieros en fundiciones; plantas de productos químicos. El problema en algunos sectores industriales pueda estar en la productividad y la calidad de la fuerza de trabajo, que se corresponde con la calidad mediocre del sistema educativo terciario y secundario. Esta situación también está relacionada con la política de inversiones industriales de Singapur, que propugna el liderazgo tecnológico singapurense a escala ASEAN (epígrafe I.4.4), y que las inversiones en tecnologías "A" y "MA" se realicen en Singapur, delocalizando las inversiones de sectores "MB" y "B" a su hinterland inmediato (Vietnam; Indonesia y Malasia). Finalmente, el entorno de alto crecimiento de Malasia y Singapur, y la ASEAN en general, es un acicate para la IDE en Malasia.

De 2007 a 2011<sup>1593</sup>, desde que se puso en marcha este estudio, las inversiones españolas en Malasia crecieron en sectores intensivos en tecnologías medias bajas "MB", como puedan ser la fundición de aluminio o la producción de sanitarios y otros productos cerámicos. Esto se puede ver, respectivamente, en las inversiones de la planta de la empresa *Roca* en 2007 y otra de la empresa *Acerinox* en 2008. En 2011 la empresa *Pikolín* realizó una inversión del mismo estilo de 10 millones de Euros, suponemos para fabricar colchones en Malasia, de buena calidad y muy baratos en este país. Creemos pues existen posibilidades para determinadas empresas

---

<sup>1591</sup> Véase el epígrafe I.2.7, y op. cit., LEE, CASSEY, 2012, pp. 165, y op. cit., GÓMEZ, EDMUND TERENCE, 2012, pp. 71-74.

<sup>1592</sup> Fuente: Federation of Malaysian Manufacturers, FMM.

<sup>1593</sup> Fuente: "Malasia, Informe Económico Comercial", Oficina Comercial de España en Kuala Lumpur, Malasia, septiembre de 2014, 42 páginas, en pp. 32-33.

españolas de tecnologías "MB" o "B", para delocalizar sus plantas de producción a Malasia y servir los mercados asiáticos, siempre que la productividad de los factores y los costes unitarios no sobrepasen los de las naciones vecinas en la ASEAN, que excepto Singapur experimentan un menor desarrollo económico que Malasia (los costes laborales probablemente sean más bajos que en Malasia). España domina holgadamente a Italia y Francia en la exportación de bienes intermedios productos de fundición "MB" (72), y manufacturas de fundición "MB" (73), que son la tercera y la primera partida de exportación española a Malasia (véase la Tabla 76, en el epígrafe anterior). Para estos productos lo lógico sería, si los costes unitarios fueran positivos, al menos considerar implantaciones a escala ASEAN para servir los mercados malasio-singaporenses. Las dos partidas tienen un crecimiento extraordinario: la primera subpartida de exportación de la partida 72 son láminas de acero inoxidable, el mismo acero que produce la planta española de *Acerinox* en el Estado malasio de Johor Barhu (partida 7219); la primera de la 73, son tubos metálicos huecos (7304). *Repsol* tiene presencia en el más que prometedor sector de aceites de motocicleta, medio de transporte de la clase trabajadora rural, pero este es un país donde las grandes multinacionales anglosajonas mandan en la distribución de productos de la partida 24. Otra partida de es la tecnología "MB", la de materias plásticas y manufacturas (39), donde la exportación de España domina frente a la italiana y francesa, aunque otra vez haya que tener la competencia de los fabricantes asiáticos de países en desarrollo, con costes mucho más bajos. En la partida "MB" (32), España domina a Italia y Francia, y exporta sobre todo pigmentos (3207). Sorprende, sobremanera, el fortísimo incremento de las exportaciones de cobre y manufacturas "MB" (esencial para los sectores eléctricos de baja y media tensión de los clústeres malasios, de casi nada en 2010 a casi 50 millones de dólares en 2014, lo que pueda estar relacionado con la escasez de cobre en el periodo).

Sobre el clúster de empresas españolas de electrónica con sectores afines bajo el paraguas de la asociación sectorial AMETIC de la electrónica de consumo y la profesional, e incluyendo el software, las telecomunicaciones y la TI, con bastante importancia en el PIB español: desde circuitos integrados hasta a televisores producidos en España: más allá de las posibilidades en el sector de la Defensa y el control del tráfico aéreo y urbano, puedan existir grandes posibilidad en electrónica profesional dado el fuerte crecimiento de las plantas industriales y de generación energética en Malasia y Singapur. En estos sectores y los de las industrias de material eléctrico de baja y media tensión (de la asociación AFME en Barcelona), cuyos ciclos se ven influidos por los del sector de la construcción, nuestra diplomacia económica en Malasia ve oportunidades para implantaciones españolas en Malasia. El caso es que la Oficina Comercial lo lleva recomendando 17 años, y no se materializa en ninguna implantación productiva: el escaso aprecio de los malasios por la Propiedad Industrial e Intelectual pueda explicarlo: si le copian su ventaja competitiva tecnológica a la PYME no tiene sentido reducir costes de localizando a Malasia. Singapur, dónde se protegen bien las patentes y el software, no es un mercado prioritario para España por su pequeño tamaño, aunque en la estrategia de promoción de la Secretaría de Comercio se hayan utilizado bastantes recursos para promover las exportaciones españolas y asistir a las ferias del sector, Singapur es escaparate del sector en Asia<sup>1594</sup>. En el sector de la *biotecnología*, puedan operar

---

<sup>1594</sup> Fuente: Cuestionario de la Directora Exportación de AMETIC, *Virgina Jiménez* (recibido el 07.10.2014), y directorio de empresas de AMETIC, en <URL: <http://ametic.es/es/asociados>>, (accedido el 13.09.2015), y lista de empresas asociadas de AFME, en <URL: <http://www.afme.es/es/2013-03-27-17-10-29/lista-de-empresas-asociadas>>, y experiencia del doctorando como becario de la Secretaría de Comercio de España, como becario en AMETIC y en AFME (2000-2001).

las mismas razones, aunque desde 2004 el premier *Badawi*<sup>1595</sup> se haya favorecido la inversión en laboratorios de biotecnología, en su intento de favorecer el desarrollo del sector del agribusiness en las zonas rurales, mayoritariamente malayo (musulmán), poniendo en marcha un fondo de 100 millones de dólares para promover el sector.

De cualquier modo, si entendemos que pueda haber nichos para la implantación española que, al calor de las liberalizaciones de servicios informáticos, de contenidos y otros (tratados el epígrafe II.1.8). Además, no perdemos de vista las posibles implicaciones del Acuerdo de Libre Comercio que la Unión Europea estaba negociando con Malasia y la ASEAN a la hora de terminar este trabajo (2015)<sup>15961597</sup>, que bajaría las barreras para la importación a España y toda la Unión de los sectores de electrónica y automoción: se aventuraría una mayor competitividad para las industrias malasio-singapurenses de los clústeres de la electrónica y la electricidad de alta y baja tensión (aunque posiblemente no en el software o las telecomunicaciones), lo que podría tener un impacto en aquellas empresas de AMETIC y AFME. Por otra parte, también se entiende que hay posibilidades de implantación productiva española en Malasia u otros países de la ASEAN fuera de Singapur, sobre todo si el contenido tecnológico es "MB" o "B", y la protección de la Propiedad Industrial y/o Intelectual no supone un problema para la empresa.

España es competitiva en todos los sectores relacionados con la construcción, desde arquitectos a porteros automáticos, domótica y alarmas, sobre todo tras la implosión de la burbuja inmobiliaria en 2008<sup>1598</sup>, teniendo en mente los materiales de construcción como producto de exportación o para la implantación: La empresa de arquitectura de primer orden española, *Barcelona Capital*<sup>1599</sup>, ya está representada en Singapur, y al no existir las mismas barreras al ejercicio de la profesión de arquitecto en Singapur, la calidad del trabajo de los arquitectos españoles es cada vez más reconocida en la Isla Estado. Baste tener en cuenta que en el año 2007 en España se construyeron 700000 viviendas y en el Reino Unido 25000. La superficie construida de oficinas en Kuala Lumpur se ha multiplicado más de cuatro veces en 30 años<sup>1600</sup>, y la de centros comerciales 12 veces desde 1992, y aquí hacen falta viviendas para las clases trabajadoras, aparte del mercado creciente de renovación de las ya construidas. El sector de la construcción tanto en Malasia como en Singapur, es muy potente y es una industria de exportación a escala de la ASEAN y asiática. Además, está previsto que Singapur crezca significativamente, hasta alcanzar los 7 millones de habitantes.

---

<sup>1595</sup> Op. cit. SODHY, PAMELA, 2012, pp. 40-41.

<sup>1596</sup> Fuente: "Countries and regions, Malaysia", página Web de Malasia en la sección de Política Comercial de en el sitio web de la Unión Europea, en < URL: <http://ec.europa.eu/trade/policy/countries-and-regions/countries/malaysia/> >, (accedido el 14.08.2015).

<sup>1597</sup> Fuente: "EU-Malaysia Free Trade Agreement (FTA) negotiations", y "Commission Services'Annex on Malaysia to the position paper, to the position paper on the trade sustainable impact assesment of the free trade agreement between the EU and ASEAN", en el sitio web de la Delegación de la Unión Europea en Malasia en: < URL:[http://eeas.europa.eu/delegations/malaysia/eu\\_malaysia/political\\_relations/free\\_trade\\_agreement/index\\_en.htm](http://eeas.europa.eu/delegations/malaysia/eu_malaysia/political_relations/free_trade_agreement/index_en.htm) > y < URL: [http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2011/january/tradoc\\_147337.pdf](http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2011/january/tradoc_147337.pdf) > (accedidos el 12.07.2015).

<sup>1598</sup> BERNARDOS DOMÍNGUEZ, GONZALO, "Creación y destrucción de la burbuja inmobiliaria en España", Madrid, Ministerio de Economía Industria y Competitividad, Secretaría de Comercio, Revista del ICE n° 850, septiembre-octubre 2009, pp. 23-40.

<sup>1599</sup> Fuente: entrevista con *Carles Cortadas*, Director de Barcelona Capital, en la sede de Acció en Singapur (10 Anson Rd., ahora en Cecil Street), (24.10.2013, 18.00), Acció es la agencia catalana para la promoción de exportaciones.

<sup>1600</sup> Fuente: National Property Information Centre Malaysia (Centro Nacional de Información sobre el Inmobiliario de Malasia), 2015, Estadísticas sobre superficie construida en Kuala Lumpur, 1985-2014. Se pasa de 1,794,589 de m2 en 1985 a 8,097,642 m2 de oficinas en 2014. Los mismos resultados se pueden inferir para la construcción de centros comerciales: de 1.214.386 m2 en 1992 a 12.997.333 en 2014. Estadísticas disponibles en <URL: <http://napic.jpoh.gov.my/portal>>, (accedidos el 14.09.2015).

El sector agrícola y ganadero chino de Malasia, muy dinámico, puede significar oportunidades para la empresa española: productos, fertilizantes y piensos, maquinaria para transformación<sup>1601</sup>, y sobre todo consultoría (higiene, mataderos; trazabilidad, seguridad): Los productos del potente sector agroalimentario chino de Malasia se exportan a Singapur, destino preferencial para el producto del clúster de frutas y verduras de *Cameron Highlands* en el *Estado de Perak*. Además, el crecimiento constante en la renta per cápita y la población malasia, abre nuevos mercados al producto español. Aquí detectamos problemas desde la logística, porque la carne congelada se les pudre en los supermercados, a la misma producción en invernaderos de frutas de tamaño mínimo, o la calidad de la carne y embutidos de porcino y aves de corral, francamente mejorable, empezando por la calidad de los piensos<sup>1602</sup>. El Gobierno de Malasia pone en marcha programas a través de la *FAMA*<sup>1603</sup>, la Agencia Federal para el Marketing de Productos Agrícolas, programas de incentivos para aumentar la producción local y aumentar la autosuficiencia alimentaria: véase el epígrafe II.2.5 sobre Seguridad Alimentaria.

### 3. La distancia cultural

#### 3.1 Distancia cultural y Diáspora China

Para evaluar las diferencias culturales entre países, pueda ser útil el concepto de "*dimensiones culturales*", del conocido trabajo desarrollado por *Geert Hofstede* en 1981, que facilitarían la comparación entre las creencias, valores y comportamientos de personas de diferentes sociedades. El trabajo de Hofstede se complementó con el de *Ronen and Shenkar*<sup>16041605</sup>, quién identificó clústeres de países en función de sus lazos históricos; geográficos; lingüísticos, religiosos, así como de su herencia colonial, entre los que encontró diferencias culturales notables. En concreto, se identificaron los diferentes clústeres: países extremo orientales; de la Europa latina; latinoamericanos; árabes, países de Oriente Próximo; germánicos, nórdicos y anglosajones. Las comparaciones nos pueden ayudar a comprender porque hay tantas dificultades en la comunicación, a la hora de hacer negocios o trabajar con otras personas de sociedades muy diferentes. Tendremos en cuenta las cinco dimensiones en la tabla 80<sup>1606</sup>, más adelante.

---

<sup>1601</sup> Fuente: "España, el sector de maquinaria y equipos para la industria alimentaria", Madrid, Departamento de Información, División de Productos Industriales y Tecnología, Instituto de Comercio Exterior, 2010.

<sup>1602</sup> T. C. LOH, "Livestock production and the feed industry in Malaysia", en AAVV, "Protein Sources for the Animal Feed Industry". Seminario del Comité de Expertos sobre Nutrición Animal de la FAO (Organización de las NNUU para la Alimentación y la Agricultura) en Bangkok, 2004, Roma, FAO, 2004, 362 páginas, pp. 329-338. T.C. LOH es profesor de Ciencia Animal en la Universiti Putra Malaysia del Estado de Selangor, Malasia.

<sup>1603</sup> IDHAM MD RAZAK, MOHAMED et al., "Sustaining Food Production for Food Security in Malaysia", Madison, Wisconsin, EEUU, American Research Institute for Policy Development, *Journal of Economics and Development Studies*, vol. 1, nº. 2, septiembre de 2013, pp. 19-25.

<sup>1604</sup> SCHNEIDER, SUSAN C & BARSOUX, JEAN-LOUIS, *Managing across Cultures*, Harlow, Essex, R.U., 2ª ed. Financial Times Prentice Hall, 2002, 352 páginas, en p. 56.

<sup>1605</sup> RONEN, S. y SHENKAR, O., "Mapping world cultures: Cluster formation, sources and implications", Basingstoke, Hants, Reino Unido, Palgrave MacMillan, *Journal of International Business Studies*, vol. 44(9), 2013, pp. 867-897.

<sup>1606</sup> Op. cit. SCHNEIDER, SUSAN C & BARSOUX, JEAN-LOUIS, 2002, p. 87.



El grado de disimilitud entre sociedades se ilustra con valores numéricos y en rankings para cada una de estas dimensiones de cada país, en su comparación con otras sociedades<sup>1607</sup>. La distancia cultural entre España y países orientales y extremo orientales donde opera la Diáspora China como Malasia y Singapur son bastante patentes, más allá de las diferencias en términos de las dimensiones de Hofstede que analizaremos más adelante: hasta hace muy poco no existían lazos históricos, culturales, lingüísticos, empresariales de importancia con España desde antes de la pérdida de Filipinas<sup>16081609</sup>, y nuestra presencia en lo económico en el Sudeste Asiático es muy reducida en comparación con los países líderes de la Europa Occidental (Alemania; Reino Unido; Francia, Italia y Holanda).

Tabla 80  
Cinco dimensiones culturales de Geert Hofstede

1. <b>La distancia de poder:</b> Es decir, hasta que punto una sociedad acepta una distribución desigual del poder en las instituciones y organizaciones.
2. <b>La aversión a la incertidumbre:</b> Se refiere a cuán cómodos se sienten los miembros de una sociedad con situaciones de incertidumbre, prefiriendo la predictibilidad y la estabilidad.
3. <b>Individualismo versus colectivismo:</b> Se refiere a hasta qué punto la tendencia es a que las personas prefieren cuidar de sí mismas y sus familias directas, independientemente de grupos, organizaciones y otras colectividades, o que sea el grupo o la organización quién sea haga cargo de ellas (p. ej., si bien los EEUU serían una sociedad altamente individualista, Suecia lo sería bastante menos).
4. <b>Masculinidad versus feminidad:</b> Esta dimensión revela la tendencia o bien hacia los valores "masculinos" de asertividad, competitividad y materialismo, o bien hacia los valores "femeninos", de cuidar de los demás, de fomentar la calidad de vida y las relaciones humanas.
5. <b>Orientación a Largo Plazo (OLP) u Orientación a Corto Plazo (OCP).</b>
Fuente: SCHNEIDER, SUSAN C & BARSOUX, JEAN-LOUIS, <i>Managing across Cultures</i> , Harlow, Essex, R.U., 2 <sup>a</sup> ed. Financial Times Prentice Hall, 2002, 352 páginas, p. 87

Para Crawley<sup>1610</sup>, las dimensiones culturales en el campo de los negocios, tienen un impacto en todas las áreas funcionales de la empresa, especialmente en el área del Comportamiento y la Gestión de Recursos Humanos Internacionales: los españoles que trabajan con los nativos en el país de destino. Además, la cultura de aquellos negocios que son la puerta de Malasia y Singapur para la mayor parte de las empresas españolas, es la de los chinos de la Diáspora, bastante diferente a la española, con raíces católicas, científicas y occidentales. Es

<sup>1607</sup> Nota: Los rankings dimensionales de Geert Hofstede están en op. cit., SCHNEIDER, SUSAN y BARSOUX, JEAN LOUIS, 2002, p. 88. Véase tb., HOFSTEDE, GEERT, *Cultures and Organizations: Software of the Mind*, McGraw Hill, Maidenhead, Berks, Reino Unido, 1991, 279 páginas.

<sup>1608</sup> Op. cit. SARDESAI, D.R., 2010, pp. 1-120.

<sup>1609</sup> Op cit. STUDWELL, JOE, 2007, en p. 7, pp. 92 y pp. 114-120.

<sup>1610</sup> CRAWLEY, EILEEN, SWAILES, STEPHEN y WALSH, DAVID, *Introduction to International Human Resource Management*, 1<sup>a</sup> edición, Oxford University Press, Oxford, Reino Unido, 2013, página 92 - Entrevista personal con la autora, Eileen Crawley, en Madrid, el 08.08.2015, socio del doctorando en la consultora *Crawley and Canovas Sdn Bhd*.

decir, según Selmer y De Leon<sup>1611</sup>, la Diáspora experimenta una influencia más que notable del confucionismo y el neo confucionismo: ajustarse a jerarquías bastante rígidas (*Wu Lan*) y normas de decoro (comportamientos considerados adecuados y social y moralmente correctos) muy estrictas y claramente estipuladas (*Li*), en los que cada persona ocupa "*su sitio*", el asignado según su estatus social. En suma, que para Hofstede, en la Diáspora China de Malasia y Singapur estaríamos en culturas de alto contexto, dominadas por una *alta distancia de poder* y el *colectivismo* (las principales consecuencias para Malasia se recogen en la Tabla 80, véase más adelante).

Cuando hablamos de una cultura de "*alto contexto*", nos referiríamos a que los eventos se juzgan con relación a las situaciones en la que ocurren, la gente y las circunstancias que la rodean, donde las relaciones personales son muy importantes. Además, es intuitiva, existiendo muchas normas y valores implícitos, no escritos, que los participantes conocen de antemano y se dan por sentado<sup>1612</sup>, que no se expresan de forma directa, explícita clara y son comprensibles por aquellos que comparten la cultura que los extranjeros desconocen. P. ej., el humor en estas culturas, por ser altamente contextual, es difícil de traducir a otras culturas. En las culturas de alto contexto malasio-singapurenses el comportamiento estaría dominado por la cortesía, la evitación del conflicto, y la importancia de la "*face*"<sup>1613</sup> (dignidad, reputación y prestigio en las relaciones sociales aparejada a la propia persona). Cuando nos referimos a la "*face*", tenemos que tener en cuenta que, para mejorarla, todas las conductas sociales girarían en torno a la propia imagen, ganarla, protegerla: ganar más "*face*" es ganar más dignidad, más reputación y más prestigio. La importancia de la "*face*" se aplicaría a todas las etnias de Malasia y Singapur (no sólo a chinos, sino también a indios y malayos). En este sentido, la cultura china también ha sido descrita como una "*cultura de la vergüenza*", en la que el comportamiento se juzga por la aprobación o desaprobación que recibe en el contexto concreto en el que se da: sentirse "*avergonzado*" o "*deshonrado*" por la opinión o reprensión de un grupo concreto de "*otros*". Esto contrastaría con la existencia de culturas judeocristianas como las occidentales basadas en la "*culpa*", basadas en reglas abstractas con aplicación universal, principios que definen lo que está bien o está mal, independientemente del grupo con el que nos relacionemos. La cultura china sería enormemente flexible para lo que está bien o mal. Esto dependería, nunca mejor dicho, del contexto: si nadie importante lo ve, a veces es cómo si no hubiera pasado. Existe pues amplio margen para malentendidos, luego no es raro que en muchas situaciones el empresario español sin experiencia no entienda claramente lo que está pasando. Al ser preguntado, a un chino malasio o singapurenses le puede resultar bastante difícil ofrecer una respuesta negativa o directa a una pregunta concreta, por el miedo a decepcionar a la otra persona (y perder así su "*face*", su prestigio, dignidad y consideración de parte del extranjero, que suele ser muy respetado en Malasia y en Singapur). En su lugar, es frecuente que la respuesta se eluda, así ninguna de las dos partes perdería "*face*", y se mantendría la "*armonía*", comprendida como la paz asiática en la que nadie es cuestionado o incomodado, y menos en público. En suma, acabar en la calle o barrio

---

<sup>1611</sup> SELMER, JAN y DE LEON, CORINNA, "Culture and Management in Hong Kong SAR", en AAVV, *Culture and Management in Asia*, primera edición al cuidado de Malcom Warner, Londres, Routledge, 2003, 263 páginas, pp. 48-65 y p.52.

<sup>1612</sup> GALLION, E.F., "Does Culture Matter? Understanding educational outcomes in America 'an experience driven information society' by Revisiting Edward T. Hall", Annapolis, EEUU, Maryland Institute of Research, Journal of Arts and Humanities, tomo 2º, número 9, octubre de 2010, pp. 25-34.

<sup>1613</sup> Nota: No traducimos el término inglés "*face*" por "*rostro*" en castellano, porque nos parece se presta a equívoco. Hemos optado por utilizar el término inglés puesto que recoge la idea de fachada; de prestigio, y sobre todo de reputación que conlleva. Con "*rostro*", diera la impresión de que nos quedáremos en los rasgos faciales, las apariencias físicas.

incorrecto es algo muy frecuente, porque equivocarse dando direcciones<sup>1614</sup> sería perder la "face" (a veces es incluso mejor dar una respuesta errónea, que mostrar ignorancia, algo que disminuye la "face").

Para Hofstede, en los países con *alta distancia de poder* como Malasia y Singapur, es donde se acepta que las clases más altas detentan un enorme poder (distribución desigual del poder entre las personas), tienden a tener más niveles en sus jerarquías y una mayor centralización espacial de las decisiones (el poder no se comparte, las decisiones importantes se toman en los altos niveles). Los líderes tienden a ser reverenciados y obedecidos como autoridades, luego es bastante importante para el empresario o diplomático español establecer contacto directo y mantener una buena relación con aquellos con el rol de "*decisores*", dado que aquellos en lo más bajo de las jerarquías, ni tienen el poder para tomar las decisiones, ni pueden tomar la iniciativa para tomarlas: el poder raramente se delega hacia abajo en la escala jerárquica por aquellos que tienen la autoridad. Por tanto, durante una entrevista para obtener resultados, el expatriado debe ostentar el rango más alto posible, o al menos tener un rango equivalente al de la persona con la que se entrevista, de forma que aumente o se mantenga la "face" (prestigio, reputación, consideración y, por tanto dignidad del extranjero entendida al modo asiático), de la contraparte asiática. Esto es así puesto que las relaciones entre patrón y empleado son paternalistas, y el empleado raramente se siente en libertad para ofrecer feedback sobre las órdenes del jefe, que las acepta ciegamente y no las puede cuestionar. España habría obtenido en un pasado un nivel bastante bajo en la dimensión de *masculinidad* de Hofstede, luego la cultura española estaría tradicionalmente orientada a la calidad de vida y las relaciones sociales, que a la asertividad, la competitividad y el materialismo<sup>1615</sup>, lo que implica la voluntad de cooperación y alcanzar consensos cuando se toman decisiones, más próximos al colectivismo asiático que el individualismo anglosajón. Sin embargo, no sería aceptable para un director español en Malasia consultar a sus subordinados malasios o singapurenses que piensan sobre sus decisiones, se consideraría como debilidad de carácter del líder: "*Dado que al jefe se le paga por tomar decisiones, ¿por qué tendríamos los subordinados que hacer su trabajo*"<sup>1616</sup>.

El enorme respeto y deferencia que reciben aquellos en los que se confiere la autoridad, pueda resultar chocante para aquellos que vienen de sociedades más igualitarias como España y resultar un escollo para las relaciones comerciales. En términos del ranking de *distancia de poder*, de Hofstede: Malasia sería número 1, Singapur número 13 y España sería el 31 (los españoles seríamos bastante más igualitarios)<sup>1617</sup>. El impacto de la distancia de poder se puede observar en los protocolos, importantísimos en la sociedad malasia y singapurenses, elaborados y largos para darle la bienvenida al "*invitado de honor*" en eventos formales, que incluyen intercambios de regalos o suvenires. La naturaleza ritualista de las presentaciones y el gran respeto ofrecido a aquellos con más edad en la jerarquía, puedan aparecer excesivos y tediosos para personas de culturas más igualitarias. El rango, la autoridad, y los títulos nobiliarios no hereditarios (Malasia)<sup>1618</sup> han de ser respetados (una gran parte de los grandes hombres de empresa y políticos de Malasia los ostentan). Además, hay formas correctas de dirigirse a las personas, según su posición en las jerarquías, tediosas para personas de culturas más igualitarias: en Malasia la nobleza no hereditaria ocupa posiciones estratégicas en el mundo de la empresa y la

<sup>1614</sup> Op. cit., KING, RODNEY, 2008, p. 80.

<sup>1615</sup> Op. cit., SCHNEIDER, SUSAN y BARSOUX, JEAN LOUIS, 2002, p.88. España alcanza el nivel 41 en esta dimensión.

<sup>1616</sup> Fuente: Entrevista con Eileen Marie Crawley, Madrid (07.08.2015), autora, op. cit., CRAWLEY, EILEEN et al. , 2013.

<sup>1617</sup> Op. cit., SCHNEIDER, SUSAN y BARSOUX, JEAN LOUIS, 2002, p.88.

<sup>1618</sup> Op cit. HOOKER, VIRGINIA MATHESON, 2003, pp. 90-93. Sobre el origen histórico de los Estados malayos.

política económica y ostenta un alto poder en las instituciones: Hasta el simple proceso de intercambiar tarjetas en un evento de negocios tiene su propio protocolo<sup>1619</sup>. Por otra parte, según Schneider y Barsoux, aunque en algunas subculturas españolas también se puedan llegar a dar una *alta distancia de poder y aversión a la incertidumbre*, aquí los comportamientos puedan ser más burocráticos y mecánicos, en lo tocante a las reglas, regulaciones y procesos de decisión<sup>1620</sup>, mucho menos protocolarios. Sin embargo, al relacionarse con PYMEs chinas, es importante comprender que los chinos generalmente son propietarios de sus propios negocios familiares. La dirección de la empresa suele estar en manos de miembros de la familia, en un negocio fundado y controlado por una figura patriarcal. Como vimos sobre la contratación endógena y el nepotismo en el apartado anterior, la Diáspora China utiliza su *guanxi* (redes de relaciones personales), para el suministro de mercancías, capitales y trabajo: Smith<sup>1621</sup> lo sintetiza diciendo que estas se basarían en la *xinyong*, la confianza de que en el pago de la deuda, la ejecución del contrato y la solvencia de la contraparte dentro de la familia extensa, y lo más importante, la respuesta rápida cuando aparecen nuevas oportunidades o retos (a escala nacional o internacional).

El colectivismo chino se manifestaría en los bajos niveles alcanzados para dimensión de individualismo en el modelo de *Hofstede*: España alcanzaría un nivel 51, Malasia 26 y Singapur el 20. Aunque el individualismo per se, pueda ser menos importante en 1991 que cuando se realizó el estudio de *Hofstede*, y la sociedad española esté menos orientada a la familia extensa, sea menos comunitaria, y menos colectivista al día de hoy, las diferencias son evidentes: entendemos que los españoles son mucho más individualistas que las comunidades de la Diáspora China, y que las demás comunidades étnicas consideradas en Asia<sup>1622</sup>. En la cultura de la Diáspora China sería necesario mantener relaciones armónicas dentro de la *guanxi*, con énfasis en la regla social de la prestación de favores y reciprocidad ("*si te hago un favor me lo tienes que devolver*"), obligaciones mutuas que se cimentarían en el largo plazo, a lo largo del tiempo, poniendo a la familia extensa por delante de las reglas y regulaciones<sup>1623</sup> (la dimensión de Hofstede de *Orientación al Largo Plazo* o *OLP* en la Tabla 1).

Comprender el funcionamiento de la *guanxi* es importantísimo. Es una relación personal, amistosa y recíproca a largo plazo: consiste en ofrecer y recibir favores e implica confianza recíproca entre familiares y amigos de la familia. Por esta razón, es bastante difícil hacer negocios de forma efectiva en Malasia y Singapur, sin una persona residente en el país quién pueda mantener relaciones con un cliente, suministrador o partenaire potencial malasio-singaporense, desarrolladas en un periodo largo de tiempo para cimentar la confianza personal entre hombres de negocios, dentro de las familias. Aquí entendemos pueda residir uno de los problemas clave que explique la baja implantación de las empresas españolas en Malasia y Singapur: mientras el estilo impersonal de negocios de los países occidentales que depende de las formalidades legales, del Marketing Mix y los contratos (más *OCP* o menos *OLP*, en Tabla 1), las relaciones de la Diáspora China, son personales, largo placistas y basadas en la confianza.

---

<sup>1619</sup> Op. cit., CRAWLEY, EILEEN et al., 2013, p. 84.

<sup>1620</sup> Op. cit., SCHNEIDER, SUSAN y BARSOUX, JEAN LOUIS, 2002, p. 90.

<sup>1621</sup> SMITH, WENDY A., "Culture and Management in Malaysia", en AAVV, *Culture and Management in Asia*, primera edición al cuidado de Malcom Warner, Londres, Routledge, 2003, 263 páginas, pp. 115-135 (en p. 123).

<sup>1622</sup> Op. cit. SCHNEIDER, SUSAN y BARSOUX, JEAN LOUIS, 2002, p. 88.

<sup>1623</sup> Op. cit. SELMER, JAN and DE LEON, CORINNA, 2003, p. 55.

El empresario español con una buena oferta de productos o servicios, en sus primeras aproximaciones a mercados de esta naturaleza, pueda sentirse discriminado irracionalmente, puesto que son las consideraciones *OLP* de la Diáspora, frente a las *OCP* occidentales, las que priman a la hora de establecerse relaciones comerciales o joint ventures sobre el terreno. Lógicamente, la empresa internacional que intente distribuir sus productos y no producir localmente, tendrá que echar mano de las redes de la Diáspora China in situ: sin ellas las posibilidades de prosperar son muy limitadas (véase más adelante). De ahí, la importancia de la presencia a largo plazo: es preceptivo que el hombre de negocios o empresa estén representados in situ, con oficina sobre el terreno. Una vez la persona extranjera ha desarrollado su propia *guanxi*, en el largo plazo y con enorme coste y paciencia, y esta vuelve a su país de origen, con ella se pierde esa *guanxi*, y la empresa que le contrata tendrá grandes dificultades en crear otra *guanxi*, que pueda ser igual o distinta, perdiendo bastante "*capital comercial*" y confianza (fondo de comercio).

En este caso específico asiático gana importancia el "*conocimiento profesional tácito*" in situ de los responsables de la Diplomacia Económica sobre el terreno del que habla Seabrooke<sup>1624</sup>, especialmente aquel de naturaleza netamente comercial. Nos referimos a conocimientos sobre el funcionamiento de las redes empresariales chinas sobre el terreno y su imbricación con las jerarquías políticas "nativas" en materia de política económica y negocios (cuándo, en qué contextos, con que rituales, cómo y con quién interactuar, cobrarían una importancia estratégica), frente a la transparencia y el "*conocimiento profesional abstracto*", tecnocrático más propio de los países occidentales (p. ej., en las relaciones con el Fondo Monetario Internacional, podría ser una comprensión de la Ciencia Económica como basada en principios y modelos econométricos de supuesta aplicación universal, necesarios para el ejercicio de la Diplomacia Económica). Las relaciones personales en Malasia y Singapur, siempre a largo plazo, lo son todo, lo que se aunaba a la escasa presencia, lazos e inversión de Marketing españoles en la región hasta hace muy poco, observable en la plétora de exportaciones puntuales españolas a Malasia y Singapur hasta 2010<sup>1625</sup> (pocas cantidades, sin continuidad). En este orden de cosas, en las pequeñas delegaciones de la Diplomacia Económica española, con unos medios bastante reducidos, en el contexto de alta distancia de poder malasio-singapurense a la Hofstede, un factor estratégico que condicione los intereses españoles pueda ser la pérdida de "*guanxi*", cuando el jefe de la Oficina Comercial española es relevado cada cuatro años (poco tiempo para labrarse relaciones sólidas a largo plazo en este contexto asiático). En las redes clientelares en los negocios malasio-singapurense<sup>1626</sup>, donde la naturaleza personal de las mismas y el nivel del interlocutor en la jerarquía son claves, especialmente las de la Diáspora China (altamente jerárquicas y dentro de las familias extensas, cerradas al exterior y siempre a largo plazo, en suma la "*guanxi*"), la pérdida de "*capital social*"<sup>1627</sup> puede ser muy grande, puesto que cuando el consejero "*desaparece*", desaparece su "*guanxi*". Por tanto, el nuevo representante español difícilmente pueda interactuar óptimamente con las redes empresariales e institucionales de alto nivel por falta de "*face*"

---

<sup>1624</sup> SEABROKE, LEONARD, "Economists and diplomacy: Professions and the practice of economic policy", International Journal LXVI, volumen 66, nº 1, verano de 2011, documento de trabajo del Programa PIPE financiado por la UE (PIPE es "*Professions in International Political Economies*"), pp. 629-642, en las conclusiones en la página 635, en < URL: <http://pipesproject.eu/papers.html>>, (accedido el 10.08.2015).

<sup>1625</sup> Fuente: Exportaciones españolas a Malasia expresada es el Sistema Armonizado (HS 100), Trademap, base de datos de comercio exterior de NNUU (2005-2010).

<sup>1626</sup> Nota: se diferencia siempre malasias (malayas, chinas e indias), de malayas (musulmanas).

<sup>1627</sup> Fuente Definición de "*capital social*": "La suma de recursos reales o potenciales, incorporados; disponibles a través, y derivados de la red de relaciones que posee un individuo o unidad social", en op. cit., CRAWLEY, EILEEN; SWAILES, STEPHEN, y WALSH, DAVID, 2013, pp. 210-211 y 215.

(dignidad, reputación, posición en las jerarquías y prestigio en las relaciones sociales aparejada a la propia persona) y contactos personales, más allá de la pérdida de "*conocimiento comercial tácito*" que esto signifique sobre el área geográfica (que no se transfiere a un descendiente como en las familias chinas, no hay sucesor visible en la "*familia*"). El nuevo Consejero tendrá que labrarse las propias "*amistades*": fundamentalmente las chinas, para facilitar la distribución de bienes y servicios de las empresas españolas; las malayas, para facilitar la contratación pública en Malasia y la inversión. Cuando desaparece esta "*guanxi*", también se desvanece la posibilidad que tienen las empresas españolas de acceder a negocios suculentos, como es el caso de las joint ventures y subcontratas del sector de las infraestructuras públicas (véase más adelante), donde el rol político de nuestra *Diplomacia Económica* es clave para facilitar la presencia española.

En el ciclo vital del capital humano del personal de alto nivel de la Diplomacia Económica española en Asia, puedan pues tomar relieve las variantes de planificación de carreras y desarrollo profesionales; la transferencia de conocimientos específicos<sup>1628</sup> y la obtención de experiencia a largo plazo por país asiático o a nivel regional: Como vimos, cuando el Consejero Económico Comercial (director de la representación diplomática española en el extranjero) es relevado, no sólo desaparecen los contactos con valor comercial de su "*guanxi*" particular, si no el "*conocimiento tácito*" sobre la Diáspora China y la élite política malasio singapurense: conocimiento labrado por la práctica con gran stress cultural y esfuerzo. Por otra parte, y sobre los conocimientos genéricos sobre Asia, ni existe una larga tradición sobre estudios especializados sobre países asiáticos con gran distancia cultural en España, ni parece que en la formación de los diplomáticos o empresarios españoles se preste demasiada atención a los mismos. Aquí aparecen problemas de de formación para la especialización funcional y geográfica (por áreas o países)<sup>1629</sup>: la falta de conocimientos sobre lengua; economía y cultura de los negocios asiáticos; cultura política asiática; Historia, las diferentes etnias y religiones o la etiqueta, tiene consecuencias a la hora de promover la imagen país; los intereses y los productos y servicios españoles. Los Técnicos Comerciales del Estado español (eventualmente Consejeros), nada más aprobar las oposiciones no suelen contar con una preparación y formación ad hoc extensa en temas asiáticos. Aunque que se les dé un briefing extensivo antes de ocupar puestos en Asia, no nos parece fácil que puedan absorber con rapidez, p. ej., lenguas asiáticas: chino mandarín; malayo; cantonés; japonés; coreano o tailandés, las cinco más importantes de Asia en términos económicos, las dos primeras, transfronterizas, suponen el acceso a 1700 millones de clientes y facilitarían enormemente el comercio español con los países de la Diáspora China, incluida Indonesia. Echando un vistazo al temario de las oposiciones de *Técnico Comercial y Economista del Estado*, las que pasa el personal español de alto nivel diplomático (Consejero), estas denotan un nivel de preparación extraordinaria en términos de "*conocimiento abstracto*": los conocimientos necesarios parecen bastante adecuados para facilitar las relaciones económicas españolas con otros países occidentales, para representar a España en las instituciones económicas multilaterales (desde el Banco Mundial a la UE), o para ejercer de profesor de Economía Internacional. Sin embargo, nada hay en el temario sobre economía asiática; africana<sup>1630</sup><sup>1631</sup> o latinoamericana, idiomas o culturas asiáticas.

---

<sup>1628</sup> Op. cit., CRAWLEY, EILEEN, SWAILES, STEPHEN, WALSH, DAVID, 2013, p. 211.

<sup>1629</sup> Ibid., pp. 204-210.

<sup>1630</sup> Fuente: BOE de 01.09.08, Temario de la oposición de Técnicos Comerciales y Economistas del Estado, disponible en <URL: <http://www.boe.es/boe/dias/2013/10/01/pdfs/BOE-A-2013-10177.pdf>>, (accedido el 29.12.13).

Tabla 81  
Impacto de dimensiones culturales seleccionadas de Hofstede en la práctica de la gestión de RRHH Internacionales y el Comportamiento Organizacional

Dimensión cultural	Prácticas de Gestión de RRHH Internacionales y Comportamiento Organizacional asociado
<b>Alta distancia de poder</b>	<p>Reclutamiento para los altos cargos en escuelas elitistas de alto nivel (p. ej. en Francia serían las <i>Grandes Ecoles</i>).</p> <p>Jerarquías altas: muchos niveles en las jerarquías, lo que resulta en que las promociones son lentas: se tarda mucho en ascender en la jerarquía. P. ej., en el NHS (Servicio Nacional de Salud inglés) hay 9 categorías de enfermeras, gradadas.</p> <p>Respeto a las personas en posiciones de alto poder y responsabilidad.</p> <p>Los sueldos reflejan el nivel de la posición en la jerarquía.</p> <p>Las decisiones se delegan "hacia arriba", es decir los jefes concentran la mayor parte de las decisiones, y los empleados de base no están facultados para tomar decisiones, ni tener iniciativa propia.</p>
<b>Colectivismo</b>	<p>El reclutamiento puede estar relacionado con los lazos familiares (p. ej., el reclutamiento endógeno en la <i>guanxi</i> o redes de relaciones de las familias chinas extensas).</p> <p>Los grupos son importantes, y la lealtad al grupo como la familia extensa, la casta o el grupo étnico puede influir las decisiones. La preferencia lo es por trabajar en grupos cooperativos, en lugar de hacerlo individualmente.</p>
<b>Aversión a la incertidumbre</b>	<p>Se prefiere un entorno donde operen reglas, tareas definidas y roles claramente definidos.</p> <p>Pueda haber una falta de iniciativa o de flexibilidad donde cuando hay un alto nivel de incertidumbre.</p>
<b>Orientación a largo plazo</b>	<p>Respeto a la tradición, que pueda resultar en dificultades a la hora de poner en marcha cambios.</p> <p>El cumplimiento de las obligaciones sociales pueda poner a los amigos y a la familia por delante de las reglas y regulaciones.</p> <p>La protección de la propia "<i>face</i>" (reputación, dignidad), la propia y la de la contraparte, pueda resultar en una tendencia al ocultamiento, omisión de comunicación de la verdad, o puesta de dificultades para que se conozca la verdad. (Esto funciona en dos direcciones, p. ej., a la hora de realizar una auditoría, un director de RRHH a la hora de ofrecer feedback negativo o desagradable al trabajador, o no le cuenta la verdad, o sólo le cuenta una parte).</p>
<p>Fuente: Elaboración propia en base a, SELMER, JAN y DE LEON, CORINNA, "Culture and Management in Hong Kong SAR", en AAVV, <i>Culture and Management in Asia</i>, primera edición al cuidado de Malcom Warner, Londres, Routledge, 2003, 263 páginas, p. 48-65.</p>	

<sup>1631</sup> Nota: Nos referimos a aquellos estudios como los que se imparten en la Escuela de Estudios Orientales y Africanos de Londres (SOAS), o en la UOC de Cataluña. Véanse, por ejemplo, el programa del Master en Estudios de Asia Oriental de la SOAS ( disponibles en <URL: <http://www.soas.ac.uk/>>) o el Master en Estudios Orientales de la UOC (disponible en: < URL: [http://www.uoc.edu/web/esp/estudios/estudios\\_uoc/img/1141.pdf](http://www.uoc.edu/web/esp/estudios/estudios_uoc/img/1141.pdf)>) (accedido el 31.12.13).

Los requerimientos sobre Marketing Internacional sólo lo son del Marketing del Comercio Exterior: no hay nada sobre la Marca País; Análisis de Mercados; Comportamiento del Consumidor en términos étnicos o Meta Marketing, orientado a los sub mercados asiáticos. En el caso que nos ocupa, no es posible, por ejemplos, absorber rápidamente al menos 3000 caracteres chinos; comprender las principales etnias y culturas de los negocios en Birmania, Malasia o Singapur ex colonias de la Commonwealth; o poder escribir de forma comprensible en este idioma: no sólo es cuestión de traductores, es cuestión de sintonía, de complejidad y empatía multicultural, de habilidades blandas, genéricas y sobre todo, y esto es lo más importante, de "*guanxi*" y "*conocimientos tácitos*". Por tanto, en las pequeñas Oficinas Comerciales de España, con pocos medios, como las de Malasia y Singapur, el personal que retiene el conocimiento comercial "*tácito*" y genérico sobre los mercados de destino es el/los Analista/s de Mercado, Jefe/s de Sector y el personal administrativo. Esto es así cuando a los cuatro años la oficina cambia de Jefe, por que cambia el Consejero Económico y Comercial. Este personal se elige supuestamente en concurso abierto, aunque se sabe que los exámenes lo son sobre temas bastante genéricos sobre Marketing Internacional<sup>1632</sup>, o el mercado de destino. Los candidatos son seleccionados con el beneplácito de los Consejeros Comerciales con los que van a trabajar, que en general tampoco cuentan con conocimientos específicos sobre RRHH en el ámbito de reclutamiento y selección, reciclaje y formación de RRHH de los mercados asiáticos de destino. Este es un personal laboral, no son funcionarios, muchas veces son personas extranjeras, y por tanto en muchos casos no identificadas con los valores e intereses nacionales. Aquí tampoco se intuye una estrategia de formación específica para las particularidades asiáticas y las posibles divergencias culturales con las españolas<sup>1633</sup>.

La flexibilidad para con lo que es "*bueno*" y "*malo*" en la cultura china sería bastante difícil de comprender desde un punto de vista occidental, así como el énfasis en las relaciones a largo plazo frente a los resultados inmediatos. Diferencias culturales, que también podrían explicar la aparente falta de lógica que muchos occidentales encuentran al hablar de negocios con los chinos: como vimos la *guanxi* y las implicaciones en términos de suministro de trabajo, capital y redes de distribución en las familias, pueda ser más importante que ganar dinero en el corto plazo: no importa que alguien se merezca un trabajo por su cualificación o que el producto suministrado sea peor, depende de que familia o miembro de la misma provienen. En suma, el estilo de los negocios descrito se corresponde con el *Dinamismo Confucionista con Alta OLP* (Orientación al Largo Plazo o "*OLP*"), propuesto por Hofstede. ¿Cuáles son las características más importantes de este concepto de "*Alta OLP*" según Crawley<sup>1634</sup>?

1. En los negocios lo primero es construir relaciones y asegurarse una posición de mercado a largo plazo.
2. Lo que es bueno o malo depende de las circunstancias.
3. Los opuestos se complementan, puesto que lo bueno o malo depende de las circunstancias.
4. Pensamiento sintético.
5. El Gobierno de los hombres.

---

<sup>1632</sup> Fuente: Experiencia personal en diferentes convocatorias para plazas de Analista de Mercado, Ministerio de Economía y Competitividad, Madrid 1998-2002. Véase la página del ICEX de empleo público para analizar convocatorias tipo para plazas de esta naturaleza, bastante imprecisas, en < URL: <http://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/que-es-icex/empleo/empleo-publico/index.html> >, (accedida el 10.08.2015).

<sup>1633</sup> Fuente: Experiencia personal del autor como becario en la Oficina Comercial de España en Malasia (1998), y como Jefe de Misiones en Malasia y Singapur para AMETIC (2001).

<sup>1634</sup> Fuente: Entrevista personal con *Eileen Marie Crawley*, autora de *Introduction to International Human Resource*, de la Oxford University Press, 2012, Madrid, 07.08.2015.



A estas características, podremos oponerles en orden aquellas de *baja Orientación a Largo Plazo*, más propias el capitalismo occidental (y por tanto español), y especialmente del de los EEUU:

1. *Lo importante es maximizar los beneficios en el corto plazo y la cuenta de resultados.*
2. *Existen unas directrices generales sobre lo que es definitivamente bueno o malo.*
3. *Necesidad de consistencia cognitiva. La gente espera consistencia, es decir que la inconsistencia crea un estado de disonancia. Luego la disonancia nos lleva restaurar la consistencia.*
4. *Pensamiento analítico.*
5. *Imperio de la Ley.*

La *aversión a la incertidumbre*, es una de las dimensiones de Hofstede en las que hay una diferencia considerable entre España, Malasia y Singapur. España experimentaría niveles altos en el índice de la dimensión del modelo de Hofstede<sup>1635</sup>, el 86, mientras que Malasia experimenta un nivel 36 y Singapur 8<sup>1636</sup>. Un alto nivel en el índice de aversión, indica que en el país se hace lo que se puede para prevenir la incertidumbre, luego hay numerosas reglas y regulaciones para controlar las actividades y el comportamiento en los negocios. Es decir, al menos en comparación con los malasios, los españoles estarían haciendo todo lo posible para evitar riesgos: no querían sorpresas, serían más burocráticos y las organizaciones pondrían en efecto muchas reglas y regulaciones formales en comparación con Malasia<sup>1637</sup>. Los trabajadores evitarían tomar riesgos y les motivaría la seguridad y estabilidad, lo que se podría manifestar en la preferencia clara de los profesionales españoles por los trabajos de funcionario en el sector público, por oposición, a trabajos menos seguros y con remuneraciones menos predecibles en el sector privado. El grave problema es que al trabajar en el Sudeste Asiático se está sujeto bastantes sorpresas y pequeñas catástrofes inesperadas, en el marco del estilo de gestión bastante particular<sup>1638</sup> de estas culturas de *alto contexto* y *distancia de poder*, que redundan bastantes veces en una mala calidad, especialmente en los servicios. Por ejemplo, en Malasia se vive en una cultura de los negocios de enorme incertidumbre que pueda crear bastante stress entre los ejecutivos españoles. Ante "*riesgos inesperados*", tampoco es extraño encontrarse con "*soluciones inesperadas*". Es decir, aunque las reglas y regulaciones existen, no serían tan importantes como en España: se trasgreden con bastante más facilidad cuando se juzga necesario para que las cosas funcionen. Por ejemplo, a través del "*coffee money*"<sup>1639</sup> o pequeños sobornos a la autoridad,<sup>1640</sup> para que esta pase por alto pequeñas trasgresiones de la Ley. En el caso concreto de un profesional con prisa en Malasia que se salta el límite de velocidad, este soborna al policía para que no le multe por un importe inferior a la multa. Ambos entienden el beneficio de no tener que resolver papeles (tedioso) y se entiende que al pobre policía le corresponde el dinero. El soborno aquí es una decisión pragmática, en esto

---

<sup>1635</sup>Nota: La tabla 4.1 en op. cit. SCHNEIDER, SUSAN y BARSOUX, JEAN LOUIS, 2002, p.88, incluye el ranking para las dimensiones del modelo de Hofstede para España, Malasia y Singapur.

<sup>1636</sup> Op. cit. SCHNEIDER, SUSAN y BARSOUX, JEAN LOUIS, 2002, p. 88.

<sup>1637</sup> Ibid., 2002, pp. 88 y 90.

<sup>1638</sup> Fuente: Experiencia del doctorando como socio de la consultora malasia *Crawley & Canovas Sdn Bhd*. P. ej., se tardaron 10 meses en tramitar un simple visado profesional para el doctorando, con un coste bastante alto en términos locales, e interminables llamadas a la empresa gestora (india), *Advantist Management Consultants*, y el Departamento de Inmigración de *Putraraya* (capital administrativa de Malasia), funcionarios malayos (musulmanes). De octubre de 2009 a julio de 2010. Se dió un error administrativo que costó meses corregir y la empresa estuvo parada todo ese periodo de tiempo.

<sup>1639</sup> Op. cit., CRAWLEY, EILEEN, SWAILES, STEPHEN, WALSH, DAVID, 2013, p. 258.

<sup>1640</sup> Fuente: Entrevista personal con Eileen Marie Crawley, Madrid, 07.08.2015.

difiere al carácter del soborno en otros países en desarrollo: el abuso de poder se produce sólo si se trasgrede la Ley y la voluntad es "cooperativa", no se entiende como antagonica<sup>1641</sup>.

Por el contrario, a pesar de registrar un nivel y ranking muy bajo en la dimensión *de aversión a la incertidumbre* en la tabla de Hofstede, el Estado paternalista<sup>1642</sup> de Singapur es una sociedad que cuenta con múltiples reglas y regulaciones, muy estrictas<sup>1643</sup>, para controlar el comportamiento de grupos e individuos: una ciudad de apariencia intachable donde hay una multa para todo, desde el consumo de chicles a bailar en público. Ni el hábito hace al monje, ni la multa al singapurense, especialmente dado que más de un sexto de la población tiene pasaporte malasio<sup>1644</sup>, no obviando los lazos históricos y la contigüidad geográfica con Malasia de la minúscula ciudad Estado de Singapur. El número de reglas en Singapur y su cumplimiento, puedan explicarse por su altísima y pragmática *distancia de poder* y el respeto (entendemos que muchas veces ciego) a la autoridad. Sin embargo, en nuestra opinión se trataría de una sociedad relativamente abierta a los negocios de excelentes comerciantes y financieros, en la que los riesgos (la incertidumbre) se aceptan como una parte consustancial de los mismos. Aquí es interesante traer a colación a el relato alternativo de King<sup>1645</sup>, quién puntualiza ideas en la dirección contraria: la cultura de cautela y aversión al riesgo singapurense, un entorno de *baja confianza* (nadie tomaría riesgos, porque nadie se fiaría de nadie, véase más adelante), sería para King una de las variantes que explicaría los bajos rendimientos relativos de las empresas singapurenses en el subsector de los fondos de inversión frente a las americanas y australianas antes de 2008 (nótese que se está mentando a las empresas americanas, un entorno corporativo dónde la aversión al riesgo es bastante menor que en España). Por otra parte, sería habitual que en la plétora de empresas públicas singapurenses los directivos sean designados por el Gobierno, a la japonesa, al estilo *Amakudari* (los "descendidos del cielo"): se suele elegir para puestos de alta responsabilidad en las direcciones o los consejos de administración a ex funcionarios públicos de alto nivel (una gran parte de la unidad de élite de funcionarios de las AAPP, el *Administrative Service* o AS, los "mandarines burócratas"), vinculados con el partido en el poder (PAP). Para King<sup>1646</sup>, el problema pueda ser que estos funcionarios son frecuentemente elegidos para las empresas privadas, y también se eligen a muchos militares y a políticos retirados: es probable que este tipo de tecnócratas puedan realizar buenos trabajos en grandes empresas o monopolios públicos, pero su capacidad para poner en marcha PYMEs tecnológicas, innovar o tomar riesgos en el entorno de hiper competencia a escala global es algo bastante más cuestionable. King pone un buen ejemplo, que pueda estar detrás del desastre en las inversiones singapurenses en el Parque Industrial de Suzhou<sup>1647</sup>, en la provincia de Jiangsu, RP China. La mentalidad del "mandarín" singapurense habría chocado de frente con las habilidades sociales necesarias para relacionarse con otros en ámbitos empresariales, y otras como puedan ser la tensión competitiva; la flexibilidad; intuición, olfato para los negocios y sobre todo la

---

<sup>1641</sup> Fuente: Experiencia personal del autor en Malasia, donde residió de 2008 a 2015.

<sup>1642</sup> MAUZY, DIANE K. y MILNE, R. S., *Singapore Politics under the PAP*, 1ª edición, 2002, Londres, Routledge, 288 páginas, p.11, p. 35 y pp. 40-43, y MCCARTHY, STEPHEN, *The Political Theory of Tyranny in Singapore and Burma: Aristotle and the rhetoric of benevolent despotism*, 1ª edición, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, 2006, 285 páginas, p. 108.

<sup>1643</sup> Op. cit., KING, RODNEY, 2008, pp. 40-41

<sup>1644</sup> Fuente: Departamento de Estadísticas de Malasia, 2012.

<sup>1645</sup> Op. cit., KING, RODNEY, 2008, pp. 56-57.

<sup>1646</sup> Op. cit., KING, RODNEY, 2008, pp. 90-94

<sup>1647</sup> HAN MINLI, 'The China-Singapore Suzhou Industrial Park': Can the Singapore Model of Development be Exported?', Singapur, tesina de Licenciatura de en Ciencias Sociales, para el Departamento de Ciencia Política, Universidad Nacional de Singapur, 2008, 133 páginas, pp. 1-25.

humildad para tratar con los extranjeros (con relación a los empresarios y funcionarios también chinos del Partido Comunista de la Provincia de *Suzhou* en la RP China).

Malasia y Singapur en los años 60 y 70, se habrían caracterizado en un pasado por ser sociedades de *baja confianza*<sup>1648</sup>. Un aspecto posiblemente intensificado por el subdesarrollo institucional; la falta de capacidad administrativa, el subdesarrollo y la falta de fiabilidad del sistema legal e instituciones financieras, así como los bajos niveles de cultura empresarial moderna o desarrollo del capital humano en países en desarrollo en fuerte crecimiento. A esto se uniría la naturaleza netamente colectivista china (*colectivismo*), que se apoya en la lealtad a las familias, familias extensas, sus clanes y comunidades étnicas, posiblemente en un segundo nivel de menor intensidad, así como en el poder de las relaciones construidas a través de la *guanxi* en el proceso de poner en marcha negocios: es decir, la confianza se labraría sólo intra familias extensas que recelan del Estado. La combinación de ambos aspectos se manifestaría en la falta de confianza a la hora de hacer negocios con personas fuera de sus círculos familiares inmediatos, y la falta de capital social en Malasia y en Singapur, antes de los gobiernos del *Tunku Abdul Rahman* y *Lee Kwan Yew*: pocos servicios sociales y públicos, infraestructuras, En resumen, los usos comerciales de los hombres de negocios de los países desarrollados occidentales (la seguridad que ofrecían las instituciones avanzadas de estos países), que interaccionan constantemente con personas que les son desconocidas antes de establecer negociaciones, entrarían en conflicto con las tradiciones de las Diásporas chinas en países en desarrollo (con poca capacidad administrativa, institucional y de cobertura de riesgos)<sup>1649</sup>.

Casi medio siglo después y pensando en el Singapur contemporáneo, corporativista y burocrático, una de las ciudades más modernas, afluentes y caras del mundo, cuenta al día de hoy con excelentes infraestructuras y cierto tipo de protección social<sup>16501651</sup>, es interesante mentar otra vez el relato no ortodoxo de King, que relaciona el subdesarrollo tecnológico de las PYMES singapurenses con la *baja confianza*. Las startups y PYMES singapurenses, le dedicarían menos tiempo y recursos que las chinas, europeas o americanas a la I+D+i y la formación, limitando las capacidades de desarrollo<sup>1652</sup>. Aunque la situación habría mejorado enormemente en los últimos 25 años, quedaría un largo camino por recorrer cualitativa y cuantitativamente y las capacidades de I+D+I serían relativamente dependientes de la tecnología extranjera. Aquí, la cultura de baja confianza en la PYME china (nadie se fía de nadie, nadie espera compromiso o responsabilidad de nadie), pueda tener que ver con la reproducción de la tecnología: ¿Cuanto tardaría un secreto relativo a una tecnología concreta en ser transmitido a la competencia en un entorno cultural chino de la Diáspora? La indiferencia y la falta de valoración típica de los directores chinos para con sus empleados, también pueda tener que ver. King pone, el ejemplo de cuando un secreto o una solución tecnológica es revelada a un superior en la empresa, y este finge no darle

---

<sup>1648</sup> Op. cit., MCCARTHY, 2006, p. 73.

<sup>1649</sup> DELIOS, ANDREW and SINGH, KULWANT, "Strategies for working with Governments in Asia", cap. 3, sección "Culture: Myths and alternate explanations", en *Strategy for Success in Asia: Mastering Business in Asia*, Hoboken, Nueva Jersey, EEUU, John Wiley & Sons Inc., 250 páginas. Delios es profesor de Estrategia y Política en la Escuela de Negocios de la Universidad Nacional de Singapur.

<sup>1650</sup> MAUZY, DIANE K. y MILNE R. S "Authoritarian Aspects of PAP Rule", en Mauzy, Diane K. y Milne R. S., *Singapore Politics under the PAP*, 1ª edición, Londres, Routledge, 2002, 288 páginas, en pp. 90-94 y 101.

<sup>1651</sup> Op. cit., BARR, 2009, pp. 148-149.

<sup>1652</sup> Op. cit. KING, RODNEY, 2008, pp. 31 y 114-115.

importancia o valor, y automáticamente se lo auto atribuye<sup>1653</sup>, y se lo vende a la competencia (aquí culturalmente no habría "*culpa*" ninguna, y si nadie lo ve, tampoco "*vergüenza*", como las entendemos en Occidente). King relaciona estas actitudes para con los empleados, la alta distancia de poder (países con "*exceso de generales*" y "*escasez de sargentos*") y el problema de la "*face*", con la baja productividad/calidad<sup>1654</sup> en los servicios singapurenses<sup>16551656</sup> y la baja consideración de los managers chinos para con el trabajo emigrante, que proviene de todo el Sudeste Asiático, Filipinas y el Sur de China. Entendemos que esta situación abre oportunidades enormes a las empresas españolas de servicios (desde moda a restaurantes, pasando por empresas constructoras<sup>1657</sup>), quizá por la mejor organización del trabajo, atención al cliente y la mejor consideración de los emigrantes y su formación<sup>1658</sup> en las empresas: los singapurenses "*no se mancharían las manos*" en trabajos 3D<sup>1659</sup> (duros; sucios; peligrosos o difíciles) (para eso estaban los indios desde la fundación de los Estados Federados Malayos y ahora los emigrantes)<sup>1660</sup>. La indiferencia de los managers chinos malasio-singapurenses ante el cliente y la calidad de los servicios es proverbial<sup>1661</sup>: quejarse es de mala educación, luego las quejas (atención al cliente) son obviadas para preservar la "*face*" de unos empleados no cualificados, mal pagados y desmotivados (véase más adelante sobre la "*armonía asiática*"). King también apunta al entorno de trabajadores, cualificados o no, poco motivados por sus patronos, dado que la tasa de renuncias de empleo es altísima (el 24 por ciento de la plantilla se habría perdido como media en las empresas de servicios en 2010)<sup>1662</sup>, lo que tiene un impacto directo en la productividad del trabajo<sup>1663</sup>. Es decir, los trabajadores no permanecen en las empresas y la calidad del capital humano se resiente: en un entorno de apatía, de evitación de conflictos por razones culturales y con altísimo respeto a la autoridad, cuando hay problemas con la dirección los empleados lo arreglarían cambiando de empresas. En la economía vibrante de Singapur siempre hay escaseces relativas de mano de obra cualificada, siempre hay otro trabajo que solicitar (véase el epígrafe I.3.3).

La *baja confianza* también explicaría el nepotismo, o la contratación interna dentro de las familias directas o extensas, dentro de la *guanxi* a la hora de discriminar contratar profesionales, suministros o capital fuera de la misma. De cualquier modo, siguiendo a Mackey en la sección anterior, también es cierto que al día de

<sup>1653</sup> Op. cit. KING RODNEY, 2008, p. 212.

<sup>1654</sup> Ibid., 2008, p. 50-54.

<sup>1655</sup> Nota: Se habla de productividad por hora, la producción total es elevada por el uso ineficaz que se hace del recurso humano en Singapur, las jornadas de 60 horas a la semana son lo habitual. Véanse las estadísticas de productividad del trabajo del Banco Mundial, OCDE (2015) e ILO (2012) por países: Singapur versus la UE: en España se trabajaban 1666 horas y la productividad media por hora eran 50 dólares, en Singapur se trabajan 2170 horas y la productividad era de 42 dólares por hora: España tiene bajas tasas de productividad con relación a la Europa protestante exceptuando el Reino Unido. Aunque la productividad singapurenses es alta en la industria, es muy baja en los servicios.

<sup>1656</sup> ANÓNIMO, "When will service standards in Singapore improve?", Singapur, artículo en el sitio web del Instituto de Administración de Empresas de Singapur (Singapore Institute of Management), 02.09.2014, en < URL: <http://www.smu.edu.sg/perspectives/2012/06/26/when-will-service-standards-singapore-improve#.VK0EcCuUdVj>>

<sup>1657</sup> ANÓNIMO, "Labour shortage, low productivity may delay building of new flats", Singapur, en el sitio web de Channel News Asia, televisión internacional pública del Gobierno de Singapur, 08.01.2013, en < URL: <http://www.channelnewsasia.com/news/singapore/singaporelocalnews/labour-shortage-low-productivity-may-delay-building-of-new-flats/553990.html> >, (accedidos el 17.01.2015).

<sup>1658</sup> Op. cit. KING RODNEY, 2008, p. 83-84

<sup>1659</sup> Nota: Del inglés "*dirty*", "*dangerous*" y "*demeaning*" o "*difficult*". En Singapur se le supone a la expresión connotaciones sociales: aquellos que nadie quiere hacer y son realizados por emigrantes (por "*demeaning*" o indignos).

<sup>1660</sup> Op. cit. KING RODNEY, 2008, p. 109.

<sup>1661</sup> Ibid., 2008, p. 109 y pp. 58-62.

<sup>1662</sup> TAN, WENDY, "The Ultimate Killer of Productivity in Singapore", *Singapore Business Review*, (Singapur), 06.03.2013, en: < URL: <http://sbr.com.sg/hr-education/commentary/ultimate-killer-productivity-in-singapore>>, (accedido el 17.01.2015). Gracias a conversación por email con Rodney King, autor de op. cit. KING RODNEY, 2008.

<sup>1663</sup> Op. cit. KING RODNEY, 2008, p. 110.

hoy sería bastante extraño que cualquier negocio se llevara a cabo en esta parte de Asia sin el respaldo legal de contratos y documentación. Ni mucho menos en Singapur, donde las instituciones legales; mercantiles y financieras, las infraestructuras públicas (el "*capital social*") y la capacidad administrativa han mejorado espectacularmente en las últimas décadas y se contrata masivamente a personal extranjero de alto nivel<sup>1664</sup>. Con respecto a Malasia, Gómez y Jomo<sup>1665</sup> reflexionan sobre las empresas chinas menos dinámicas, aquellas que prefieren mantenerse con pequeño tamaño; ni invertir en I+D+I, ni mejorar sus prácticas de gestión y mantenerse como subcontratas de las grandes multinacionales para suministros con baja intensidad tecnológica orientados a la exportación. Aquí habría dos razones fundamentales: primero, la misma cultura de *baja confianza* y, después, la NEP. La política del premier *Badawi* para con las PYMEs habría intentado promover la aparición de clusters de empresas en determinados sectores económicos. Las ventajas de un clúster se pueden manifestar en la colaboración entre las diferentes empresas del mismo, dividiendo grandes órdenes entre diferentes PYMEs del mismo sector para obtener economías de escala y reducciones de costes de producción (p. ej., por especialización en procesos o de producción de partes concretas o compensar los límites en capacidades productivas). Las empresas chinas e indias serían reticentes, por miedo a perder sus ventajas: dividir grandes órdenes podría haber redundado en abrir oportunidades a competidores potenciales (si una firma no puede con la orden, es bastante inusual que la comparta con otra). En este entorno de *bajísima confianza*<sup>1666</sup>, las empresas sobrevivirían por sus activos intangibles, redes de la *guanxi* y tecnología, de ahí las reticencias a compartir información con competidores: colaborar con el competidor significaría perder estas ventajas. Por otra parte, aunque haya mejorado bastante en los últimos años, entendemos que el bajo respeto a los derechos de Propiedad Intelectual e Industrial en Malasia en Malasia, también sería un agravante<sup>1667</sup>. Las intervenciones del Estado malayista [pro malayos], la etnia nativa de Malasia, a favor de la misma en las empresas chinas, la NEP (*New Economic Policy*), tendría también un impacto en la I+D+I (véase más adelante): ¿para qué crecer o desarrollar nuevas tecnologías si la empresa pueda ser nacionalizada o intervenida por el estado pro malayos [musulmanes], haciéndole perder el control sobre la misma al hombre de negocios chino?

En el contexto de la *guanxi* en países en desarrollo, el trabajo no es separable fácilmente de la familia o de cualquier otra actividad social. En cualquier entorno chino de la Diáspora, las familias siempre están dispuestas a trabajar en cualquier sitio o en cualquier momento: los pequeños negocios chinos recordarían a las familias extensas de origen agrario españolas en un pasado. Por tanto, no existe separación espacial entre el trabajo y el hogar en la familiar. Con respecto a los tiempos de finalización de trabajos o contrataciones, y con relación a la contratación en la *guanxi china*, las culturas occidentales en la empresa serían generalmente *mono crónicas*, es decir hacer cada cosa a su tiempo de forma planificada y ordenada. Sin embargo, en las culturas chinas de alto contexto el tiempo es *policrónico*, es decir la gente quiere hacer muchas cosas al mismo tiempo<sup>1668</sup>. Por ejemplo, esto se manifiesta en las interrupciones constantes en las reuniones, o a la hora de

---

<sup>1664</sup> CENTRO DE COMPETITIVIDAD DEL IMD," IMD World Talent Report, 2014", informe sobre talento y competitividad en el mundo, Lausana, Suiza, International Institute for Management Development (IMD), 38 páginas, pp. 10-28.

<sup>1665</sup> TERRENCE GOMEZ, EDMUND y K.S., JOMO, *Malaysia's Political Economy, Politics, Patronage and Profits*, 1ª edición, Cambridge, Reino Unido, Cambridge University Press, 1997, 207 páginas, pp. 49-53.

<sup>1666</sup> Op. cit., MCCARTHY, 2007, p. 73.

<sup>1667</sup> Fuente: Delegación Comercial de la Unión Europea en Malasia, 2010.

<sup>1668</sup> Fuente: Entrevista personal con Eileen Marie Crawley, Madrid, 07.08.2015.

comprar el periódico en un comercio tradicional, cuando el dependiente está hablando en el móvil, mientras se toma un café, mientras sirve a un cliente, al que se le interrumpe sin aviso para servir a otro, que probablemente tenga más "face" que el primero, o sea un familiar, o simplemente porque le viene mejor en ese momento: en estos países hay ocasiones en que las buenas maneras son imprescindibles, sin embargo hay otras en las que brillan por su ausencia. La *policronía* tiene implicaciones para la planificación de los negocios y los calendarios, ya que los hombres de negocios chinos, probablemente crean apropiado acabar un encargo cuando les parezca conveniente, en lugar de respetar unos plazos prefijados. En la empresa occidental, la ejecución, el control y la coordinación de los contratos se entiende como algo abstracto e impersonal, guiado por sistemas formales. Sin embargo, los chinos en su cultura de alto contexto, toman en cuenta las circunstancias específicas y las relaciones sociales<sup>1669</sup>. Todo está sujeto a cambio en función de las circunstancias y relaciones (la cultura del *a quién conoces* y no de *qué sabes hacer, su importancia* y "face"), lo que añade impredecibilidad, las cosas van a pasar pero no se sabe cuándo, y desde luego hay que olvidarse otra vez de la "culpa", al menos como se consideraba tradicionalmente en España (nadie se va a sentir mal por enviar un suministro fuera de plazo, en el *Confucianismo Dinámico*, no habría *Mandamientos Cristianos*, ni nada parecido). El control de resultados se ejerce a través del uso de la *guanxi*, enfatizando las obligaciones recíprocas de las personas y mecanismos de conformidad por razones familiares (en muchos casos las obligaciones estarían gradadas en función del estatus y la posición en la familia extensa de la contraparte), en último caso a través de la cultura de la *vergüenza*, pero sin que exista *culpabilidad* alguna como la vemos en Occidente. El concepto de "face" es importantísimo en este contexto, puesto que amenazar con hacerle "perder la face" (dignidad, reputación, estatus en su *guanxi*), a la contraparte china, es el último recurso ante los incumplimiento de plazo, calidad, y otros puntos de fricción. Por ejemplo, si se le va creando fama en la *guanxi* (red de relaciones) a la contraparte china de que esta es incapaz de hacer su trabajo en los plazos convenidos, por que ha favorecido a un cliente que entiende más importante que nuestra empresa a la hora de suministrar. Lo importante no es el rumor per se, si no a quién llega en la red familiar. El yo siempre se explica en relación a los demás y la autoestima por la consideración de los demás, a poder ser los de más rango y con más influencia sobre la persona, lo que estos piensen sobre la persona (lo que muchas veces es enormemente subjetivo). El trabajo se hará cuando a la contraparte china le convenga: en función de la importancia que el cliente tenga en su red, o lo importante financieramente y en términos de reputación y prestigio (*face*) que sea el trabajo. Aquí, lógicamente aparecen múltiples puntos de fricción entre la empresa española y la malasia o singapurense.

La armonía asiática: Dada la importancia de mantener cierta "armonía", paz social y tranquilidad dentro de la institución bastante asiática, la eficacia y eficiencia organizacional puede resentirse. El director chino puede ser reacio a criticar (para evitar conflictos), o sacar a colación asuntos sensibles por el miedo a perder la propia "face". Los directores de empresa han de ser conscientes constantemente de las implicaciones de "avergonzar" a un colaborador (que en muchos casos puede ser casi cualquier crítica por pequeña que esta sea), en todas sus interacciones. Como consecuencia, los directores chinos evitan críticas directas y en público a sus subordinados, e incluso tomar acciones disciplinarias por las implicaciones que esto pueda tener en la "face" del colaborador, en la propia y en avergonzar a la contraparte<sup>1670</sup>. Las críticas se han de expresar indirectamente, de

---

<sup>1669</sup> Op. cit., SELMER, JAN and DE LEON, CORINNA, 2003, p. 55-57.

<sup>1670</sup> Ibid., 2003, p. 57.

forma lo más velada, lo menos directa posible y en privado, con enorme tacto y cuidado a la hora de ofrecer cualquier "consejo" para que los procesos mejoren, cuidándose siempre de darle al subordinado una salida honrosa. Aunque estos aspectos haya que tenerlos en cuenta en cualquier cultura empresarial, en Malasia y Singapur la susceptibilidad ante la crítica del extranjero es intensísima, esta es una línea que todo occidental no debe de cruzar. Los representantes de la empresa española puedan encontrarse en estos aspectos más problemas que otros de otros países comunitarios como pueda ser el Reino Unido con gran tradición exportadora a la zona. Esto probablemente sea así porque en la cultura británica, colonialmente emparentada con la malasio singapurense y con *mayor distancia de poder*, se cuida mucho el que se dice, a quién y como se dice, mientras que los españoles somos más espontáneos, directos y emotivos y quizá menos protocolarios. Cualquier crítica de un error se toma de forma personal en Malasia o Singapur: cuando se critica la acción, involuntariamente se critica a la persona, creando enorme angustia y stress al empleado o la contraparte, que tiende a olvidarse convenientemente de la crítica constructiva, con impactos en la calidad y la productividad.

El concepto de "*perder la face*" (reputación, dignidad y consideración personal) es extensible a todas las etnias, no sólo la china, ya sean malayos e indios, e incluso se podría decir que los malayos son bastante más sensibles a las críticas que los mismos chinos, ya que los chinos son más prácticos y menos emotivos. Ni en Malasia ni en Singapur, serían aceptables reacciones habituales en países como España o Italia: primero, no se pueden mostrar las emociones o los sentimientos de rechazo de forma directa, aunque se expresen de la forma más considerada posible (ni siquiera se pueda besar familiarmente a las persona en público como muestra de afecto); ni mucho menos levantar la voz o gesticular excesivamente (desde el punto de vista extranjero), muchas veces sin intención agresiva sino de rechazo justificado o involuntaria y cordialmente (esto también sería mal visto y mal interpretado en un contexto anglosajón, cuyas culturas penetran a las malasio singapurense). Es tabú perder la compostura o los estribos por muy injusta que sea la afrenta a la parte española y por mucha razón esta tenga. Estas son culturas en las que la razón es eclipsada por la etiqueta, la jerarquía y las formas, son sociedades altamente desiguales y, vistas desde Occidente, más allá de la consideración debida, injustas.

Las apariencias engañan: el semblante de modernidad de los empresarios chinos o malayos en Malasia, Singapur y Hong Kong, pueda ser engañoso. Aunque hablen inglés bien, conduzcan flamantes utilitarios alemanes y vistan al modo moderno occidental, su cultura de base sigue siendo china o malaya y esto se refleja en su mentalidad y comportamiento. Como vimos, el pragmatismo con tendencia a la situación particular, inmediata (por oposición a los valores universalistas de Occidente de influencia judeocristiana), es un valor central de la cultura china<sup>1671</sup>, lo que se refleja en la promoción y selección del personal: aquí los méritos de una relación social particular en la *guanxi*, son más importantes que argumentos de orden moral. Se contrataría siempre a un profesional dentro de las redes sociales familiares antes que a otra persona que pueda hacer el trabajo mejor fuera de las mismas. Esta situación tiene implicaciones no sólo para los expatriados en Asia, si no para miembros de otras etnias en Malasia y Singapur, como puedan ser malayos e indios, fuera de las familias chinas extensas. Malayos e indios, no tendrían demasiadas posibilidades de acceder a puestos de responsabilidad en las grandes empresas chinas, a no ser que esto fuera preceptivo por razones políticas o para congraciarse con las altas esferas políticas y administrativas, dónde dominan los malayos (musulmanes). El nepotismo en la

---

<sup>1671</sup> Ibid., 2003, pp 56-57.

sociedad china es extenso y los directores chinos lo juzgan como aceptable. Por razones parecidas, en las compañías con Directores de RRHH malayos (musulmanes), los trabajos se les dan a malayos de su propio pueblo y comunidad étnica de origen, lo que encaja en la cultura malaya tradicional de mecenazgo<sup>1672</sup>. En estos entornos de nepotismo institucional, es bastante problemático criticar y desarrollar el capital humano de la empresa (chino, malayo o indio) a través de evaluaciones de desempeño. En este ambiente de *alta distancia de poder* y *alto contexto* (véase Tabla 1), el problema de la "face" anteriormente abordado toma relevancia: si se critica a alguien que tiene buenas relaciones con otra persona más importante que es la que le ha puesto ahí, o cuando se critica a una persona que no está capacitada pero tiene amigos en las altas instancias. Por tanto, es muy difícil despedir a este tipo de personas; formarlas, reciclarlas o disciplinarlas. De esto se sigue que los problemas de baja confianza, alta distancia de poder en las decisiones y "face" mentados, no recomendarían la implantación productiva de la PYME española, especializada en la internacionalización de procesos productivos intensivos en tecnologías medias altas en Malasia, en industrias del conocimiento que precisen equipos flexibles, no jerárquicos, de trabajadores muy cualificados: el margen para los errores en calidad y retrasos pueda ser bastante amplio.

### 3.2 El impacto de la cultura malaya contemporánea en Malasia

En un pasado, muchos extranjeros realizaban sus negocios en Malasia sin demasiado contacto con los malayos (musulmanes), la etnia "nativa" minoritaria en Singapur<sup>1673</sup> pero mayoritaria en Malasia, a través de intermediarios indios y chinos. Sin embargo, la consideración de la cultura malaya es cada vez más importante por el creciente número de empresas relacionadas con el Estado en Malasia<sup>1674</sup>, que han crecido enormemente al calor del intervencionismo en la economía del *etnopopulismo* malayista de la New Economic Policy, la NEP<sup>1675</sup> de discriminación positiva pro malayos (musulmanes), en un entorno de resurgimiento del islamismo conservador malayo desde los años 70<sup>1676</sup>. Estas son empresas controladas por malayos, dónde estos constituyen la mayor parte de la fuerza de trabajo (pocos chinos e indios trabajan en estas empresas): telecomunicaciones; eléctricas; aeropuertos, agua, bancos y otras empresas de servicios. Además de que la alta política sea una esfera controlada por malayos, estos ocupan la mayor parte de los puestos de responsabilidad, cargos públicos y plazas de funcionario en las AAPP, espacio en el que se discrimina a favor de los mismos: aquí chinos, indios y occidentales, serían discriminados a favor del malayo<sup>1677</sup>, comprometiendo gravemente la calidad del sistema universitario público malasio: la política de discriminación a la hora de contratar profesores y ofrecer becas a estudiantes, lo que induce una fuga de cerebros chinos e indios, generalmente a Singapur o a

---

<sup>1672</sup> SMITH, WENDY A., "Culture and Management in Malaysia", en AAVV, *Culture and Management in Asia*, primera edición al cuidado de Malcom Warner, Londres, Routledge (2003), 263 páginas, pp. 115-135, en p. 123.

<sup>1673</sup> Fuente: Departamento de Estadísticas de Malasia y Singapur, 2010. Aproximadamente: en Malasia el 60 por ciento de la población es malaya (musulmana); 25 por ciento china, 9 por ciento india; en Singapur: 70 por ciento china, 13 por ciento malaya, 9 por ciento india.

<sup>1674</sup> GÓMEZ, EDMUND TERRENCE, "The politics and policies of corporate development: race, rents and redistribution in Malaysia", AAVV, *Malaysia's Development Challenges: Graduating from the middle*, 1ª edición al cuidado de Hal Hill et al., Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, 2012, 348 páginas, en pp. 64-65.

<sup>1675</sup> WATSON ANDAYA, BARBARA y ANDAYA, LEONARD Y., *A History of Malaysia*, 2ª edición, Basingstoke, Hampshire, Reino Unido, 2001, 392 páginas, pp. 324-325.

<sup>1676</sup> *Ibid.*, 2001, pp. 331-333.

<sup>1677</sup> *Op. cit.*, HILL, HAL, 2012, pp. 29-30. y *op. cit.*, MAUZY y MILNE, 1999, p. 57.



países anglosajones<sup>1678</sup>. Por otra parte, en las empresas privadas malasias no controladas por malayos (chinas, indias y empresas multinacionales) también operan la *Participación Bumiputra*<sup>1679</sup> y las *Cuotas Bumiputra*<sup>1680</sup>: el accionariado de las empresas ha de estar participado en ciertos porcentajes por ciudadanos que generalmente lo son de etnia malaya (musulmana), y en el personal de las empresas debe de haber un porcentaje mínimo de ciudadanos de esta etnia. Estas situaciones determinan incertidumbre y distorsiones sustanciales en los mercados de trabajo y capitales malasios, y lógicamente puedan tener un impacto negativo en la inversión española en Malasia, nimia en comparación con la de otros países europeos en la zona: en todo caso pocas decenas de millones de Euros, frente a los miles de millones invertidos por otros países de la Europa Occidental<sup>1681</sup>: la complejidad, en un país con alta distancia cultural y geográfica, no prioritario para los intereses españoles pueda explicar este volumen de inversión tan reducido.

La primera consecuencia de la NEP en el panorama empresarial habría sido la proliferación de empresas "*Alí Babá*", donde "*Alí*" es la fachada de la empresa, los malayos (musulmanes), pero el dinero es controlado efectivamente por "*Baba*" (que es "chino" en malayo), es decir por los empresarios de la Diáspora China y en menor medida indios, que tradicionalmente habrían acumulado más "*know how*" y dinero que los malayos en temas de negocios y tecnología<sup>1682</sup>, mientras que los malayos monopolizan el "*know who*", sin ellos es imposible obtener contratos públicos: a partir de la NEP, los funcionarios bumiputra (fundamentalmente malayos), conceden los contratos públicos a empresas controladas por ciudadanos malayos en una variedad de sectores. Además, en las empresas chinas sujetas a la *Participación Bumiputra* de gran tamaño, es bastante frecuente los altos cargos representativos estén ocupados por malayos, pero los departamentos claves en temas de marketing, tecnológicos, financieros u organizacionales, los dirijan chinos, indios o extranjeros<sup>1683</sup>. Aunque esta situación refuerce en muchos casos el sentido de auto estima del malayo, en bastantes otros ofrece una sensación de duplicidad gerencial (esto está relacionado en muchos casos con el nepotismo, pero también con la menor preparación relativa). Aquí es dónde entrarían en liza las relaciones *familiares* de tercer nivel de las familias de la Diáspora China con la élite política malaya (musulmana).

Sobre la cultura política malaya de alto nivel tradicional, *Watson Andaya* específica sobre el "*daulat*"<sup>1684</sup>, el poder absoluto de las élites políticas<sup>1685</sup>: aunque los sultanes cometieran crímenes contra sus súbditos, estos no deben de rebelarse contra el sultán y dejar a Dios Todopoderoso propinarle, al mismo sultán, un castigo justo. La fuerza no sería suficiente para obtener la obediencia de los súbditos a los designios reales y por tanto la figura del gobernante se habría "divinizado". La tradición del origen divino de los sultanes que

---

<sup>1678</sup> Ibid., 2012, pp. 27 y 29.

<sup>1679</sup> Nota: Es la proporción del capital social de las empresas reservada por ley a ciudadanos generalmente malayos (musulmanes): la etnia "*nativa*" de Malasia. Véase la página de la Comisión del Mercado de Valores de Malasia, en < URL: <http://www.sc.com.my/bumiputera-equity-requirements-for-public-listed-companies/>. (accedida el 15.03.2016).

<sup>1680</sup> Nota: en virtud de la "Industrial Coordination Act, 1975", del Gobierno de Malasia, enmendada en 2006.

<sup>1681</sup> Fuente: Datainves 2015, Instituto Español de Comercio Exterior e Invesment Map 2015, base de datos de NNUU sobre Comercio Exterior e IDE internacional, 2015.

<sup>1682</sup> Op. cit., STUDWELL, 2007, p. 29.

<sup>1683</sup> LEE KIONG HOCK y NAGARAJ, SHYAMALA, "The crisis in education", en AAVV, *Malaysia's Development Challenges: Graduating from the middle*, 1ª edición al cuidado de Hal Hill et al., Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, 2012, 348 páginas, pp. 213-232, en pp. 217-218. Las carencias y discriminaciones del sistema de educación público malasio, estarían afectando la preparación mediocre de los cuadros malayos (musulmanes).

<sup>1684</sup> Véase el epígrafe I.2.1, sobre las raíces históricas y la cultura política de los sultanatos malayos.

<sup>1685</sup> Op. cit., WATSON ANDAYA, 2001, pp. 338-339.

afirmaría la autoridad real y que representa a la traición ("*derhaka*"), como un crimen castigable por las fuerzas propias de la majestad ("*timpa daulat*"). Esta pretensión de "*divinidad carismática*" investida de poderes sobrenaturales de origen hinduista y budista, habría sido constantemente cuestionada entre las élites de las cortes de los sultanatos malayos amparando la rivalidad entre el sultán y sus jefes y ministro principal. Aunque individuos con "*poderes extraordinarios*" aparecieran entre la gente común, los pretendientes al sultanato, líderes alternativos de los insatisfechos, se elegían entre miembros de la élite, puesto que los títulos nobiliarios no son hereditarios (lo que se corresponde con la plétora de pretendientes a los prestigiosísimos títulos concedidos por los sultanes malayos en la actualidad). El acuerdo sobre el Gobierno ("*kerajaan*") de Malasia no habría sido cuestionado por los "*comunes*" hasta el siglo XIX o el XX, aunque posiblemente se tratara de figuras altamente autoritarias y fuertemente carismáticas, muy probablemente investidas de un aura "*sobrenatural*" (siempre desde el punto de vista local), como el difunto presidente *Lee Kuan Yew* (un chino de los Estrechos, que hablaba malayo en casa, antes de la descolonización) desde los años 50, y el premier *Mohamed Mahatir* desde los años 80, que en Singapur y Malasia, respectivamente, puedan haber concentrado el extraordinario poder de los rajás de otrora. Como en el caso de la cultura de la Diáspora China, entendemos las culturas políticas malayas están en constante evolución, y en muchos aspectos estarían convergiendo hacia estándares más internacionales. Sin embargo, la tradición no deja de notarse en la cultura política malaya (musulmana) de la Malasia contemporánea. Por tanto, al líder político malayo tradicional se le supone carismático como *Mahatir*, ex líder de la coalición en el poder en Malasia desde 1957, la *Barisan Nasional*, liderada por el UMNO, el partido que defiende los intereses de los malayos (musulmanes) en Malasia. En la tradición hinduista, los ministerios y otros departamentos gubernamentales se entienden al servicio del líder para ejecutar su visión. Un líder efectivo, capaz de proveer materialmente al pueblo, y tener la capacidad de recompensar a sus extensas clientelas siguiendo la tradición de los sultanes malayos. Siguiendo a Mauzy y Milne<sup>1686</sup>, sus principales características y valores serían: La lealtad en la línea del "*timpa daulat*"; seguir la costumbre o "*adat*"; la deferencia completa a la autoridad en un entorno hierático y jerárquico donde todo es ritual; el deseo de evitar todo tipo de conflictos públicos, en la línea de la cortesía, la paz social oriental y buenos modos tradicionales asiáticos (que lo reglamentan todo tanto en Malasia como en Singapur, encorsetándolo e impidiendo el conflicto constructivo, añadiendo un peso, una tensión extraordinaria para las gestiones más sencillas desde nuestra óptica occidental), pero dejando espacio para la insinuación (y un sentido del humor muy particular, probablemente con connotaciones de origen anglosajón); la consulta con sus inferiores de tipo holístico asianista, y que las decisiones se toman en conjunto, prefiriendo que estas lo sean por consenso que por mayoría (luego la responsabilidad es colectiva y nunca individual, lo que dificulta su control). A los críticos se les intentaría seducir, en lugar de reprimir (todo esto con gran pompa y lentitud en aproximación indirecta), y a los oponentes derrotados siempre se les intenta dar una salida honorable (a cambio de una obediencia completa). El líder debe ser de carácter "*armónico*"; ni ser arrogante (paternalista y displicente y nunca "*humillar*" a sus inferiores); ni impaciente, ni ambicioso (luego capaz de exasperar al pragmático occidental medio de la Europa continental). Se espera que la sucesión del líder sea un proceso pacífico y sin tensiones. En general, el ritual, las apariencias y llamar la atención lo es casi todo y, con la llegada de *Najib Tun Razak* al poder (2008), hijo de nobles malasios, este se escenifica entre mobiliario suntuoso, de inspiración Qing o rococó. El líder parece no equivocarse nunca y, como buen sultán malayo, tampoco parece sentirse responsable de alegaciones sobre corrupción en su entorno

---

<sup>1686</sup> Op. cit. MAUZY y MILNE, 1999, pp. 3-4.

político inmediato (este sería su "*timpa daulat*"), nadie se equivoca porque sería de "*mala educación*" y poco "*armónico*" recordar los errores y alegaciones constantes en el entorno de la política malaya en la prensa china: aunque la prensa de la Diáspora e internacional apuntan a los constantes casos de corrupción, la censura oficial selectiva para las actividades administrativas y la gestión de las empresas públicas malasio singapurenses<sup>1687</sup> es algo tácitamente aceptado. Serían pues impensables muchas de las conversaciones habituales entre empresarios españoles sobre corrupción y política en determinados ámbitos, y menos si este es extranjero. En Malasia y Singapur, todo es "*dulce*". Todo conflicto considerado "*no conveniente*", es suprimido o ignorado. Finalmente, ni el político malasio ni el singapurenses medio parecen aceptar, luego por tanto contrarrestar racional y deportivamente, la crítica o un pensamiento "*negativo*" sobre su país o su desempeño personal, asociados (quizás interesadamente) de modo automático a una ofensa a la colectividad (en Malasia es peor que en Singapur). En suma, casi cualquier crítica, justificada o no, pueda resultar "*negativa*" en un entorno de asianismo materialista atrasado y nacionalismo por las mismas razones sobre la "*face*" ya expuestas, en países subdesarrollados y conservadores, que probablemente renieguen de doscientos años de tradición colonial occidental.

¿Por qué es importante la cultura política malaya (musulmana), la élite política "nativa" de Malasia, para la empresa española? Porque es casi imposible al día de hoy realizar negocios sin contar directa o indirectamente con ciudadanos malayos (generalmente funcionarios o políticos, en un entorno de corrupción generalizada<sup>16881689</sup>) para participar en concursos públicos; para obtener licencias de fabricación; visados; líneas telefónicas, y cualesquiera trámites. En la obtención de las licencias para operar en los mercados y en el acceso a los contratos con o sin concurso público, es donde se centraría el grueso de la corrupción malaya (musulmana) de Malasia, los contactos son imprescindibles<sup>1690</sup>.

Los grandes contratos de infraestructuras<sup>1691</sup> son la variante estratégica de las relaciones económicas futuras de España con Malasia (y probablemente de todos los países del Sudeste Asiático), por su relación con las redes Bumiputra en las AAPP (abrumadoramente malayos [musulmanes]). Hasta hace poco (2015), gracias a la refinera que la empresa española Técnicas Reunidas<sup>1692</sup> está instalando para la petrolera malasia (Petronas), el sector español de infraestructuras, líder mundial<sup>16931694</sup>, no habría sacado gran partido de las oportunidades que se dieron en crecimiento exponencial de las infraestructuras malasio singapurenses desde los años 80. En

---

<sup>1687</sup> RODAN, GARY, *Transparency and Authoritarian Rule in South East Asia*, 2ª edición, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, 2005 (primera edición de 2004), 280 páginas, en pp. 173-187. El relato explica, ejemplo a ejemplo, la subsistencia de las empresas de medios de comunicación occidentales al poder malasio y singapurenses

<sup>1688</sup> SCHWAB, KLAUS y SALA-I-MARTÍN, XAVIER, *The Global Competitiveness Report 2014-2015*, Ginebra, Suiza, World Economic Forum (WEC), 2014, 548 páginas, pp. 260-261.

<sup>1689</sup> Fuente: Corruption Perception Index 2013, (Transparency International), en <URL: <http://cpi.transparency.org/cpi2013/results/>>, (accedido el 11.10.2014).

<sup>1690</sup> Op. cit., MAUZY y MILNE, 1999, p. 74.

<sup>1691</sup> PÉREZ PINGARRÓN, FÉLIX, "Infraestructuras de Transporte en Malasia", bajo supervisión de la Oficina Comercial de España en Malasia, Kuala Lumpur, 2013, 99 páginas, pp. 13, 24 y 25.

<sup>1692</sup> ANÓNIMO, "Se dispara un 3.58 en bolsa. Técnicas Reunidas firma un contrato con Petronas para un proyecto en Malasia valorado en 1.120 millones", Madrid, en la página Web de la Agencia Europa Press, 19.08.2014, en <URL: <http://www.europapress.es/economia/noticia-economia-tecnicas-reunidas-firma-contrato-petronas-proyecto-malasia-valorado-1120-millones-20140818122816.html>>, (accedido el 27.02.2015).

<sup>1693</sup> CHISLETT, WILLIAM, "Spain leads the world market for infrastructure development", Madrid, Real Instituto Elcano, documento ARI 52/2014 (05.11.2014).

<sup>1694</sup> CHISLETT, WILLIAM, "Principales multinacionales de España: una fuerza cada vez mayor en la economía", Madrid, Real Instituto Elcano, documento de trabajo n°32/2007, 23.10.2007.

Malasia, España no consiguió ningún contrato importante: desde los dos puentes colgantes enormes que unen la Isla de *Penang* con la Malasia Peninsular (más de 25 km de largo entre los dos), entre los más grandes del Sudeste Asiático, a la red de carreteras radiales del *Valle de Klang* y aquellas que conectan *Johor Barhu* con Singapur, que empresas españolas de alta tecnología como *Indra* y las constructoras españolas podrían haber producido a un coste excepcional<sup>1695</sup>. Ni siquiera el extenso sistema de peajes; radares, cámaras, venta de tickets de las cientos de garitas autopistas de pago y túneles: *Indra* sólo tiene una pequeña participación en el proyecto de tren ligero de Subang Jaya en Malasia<sup>1696</sup>, con un contrato de 28 millones de euros. El trabajo de *Indra* en teoría debería de abrirle puertas a empresas españolas como de material ferroviario como *CAF* en el mercado malasio, que ya tiene oficina de representación en Malasia<sup>1697</sup>. La expansión de las líneas de cercanías suspendidas en Kuala Lumpur es francamente sorprendente, decenas de km de vía en todas las direcciones, parecidas a las de los "Sky Trains" tailandeses en Bangkok. En suma, las españolas *FCC*; *OHL*, *Acciona* o *Sacyr*, no habrían participado en proyectos significativo en Malasia o Singapur desde 1998 (*Acciona* construyó media, de una de las dos *Torres Gemelas de Kuala Lumpur*), siendo empresas líderes a escala global con presencia en 800 proyectos en 2013. España sería número 1 en términos de gestión de infraestructuras de transporte (concesiones de autopistas; líneas ferroviarias, aeropuertos y puertos en construcción). En estos términos *Global Vía-FCC* sería la 2ª a nivel mundial; *Albertis* (4ª); *Ferrovial Cintra* (7ª); *Sacyr* (11ª), *Acciona-Necso* (15ª) e *Isolux Corsan* (35ª). Otras empresas de enorme importancia serían *Técnicas Reunidas*; *Comsa*; *Iberdrola*, *San José* y *Sener*<sup>1698</sup>. *Expansión Exterior 4PR*<sup>1699</sup>, la institución pública española al cargo la asesoría en la financiación de proyectos complejos para empresas españolas en el exterior, tiene una sucursal en Kuala Lumpur. Algo magnífico, puesto que uno de los talones de Aquiles del sector español de infraestructuras a escala ASEAN, pueda ser la financiación, en un país con una presencia de pequeñas delegaciones de bancos españoles limitada (*BBVA*, *Santander*), aún más limitada de la que hay en Singapur (la competencia de la RP China habría ofrecido 318 millones de dólares de financiación al Gobierno de Malasia para el Segundo Puente de Penang de 18 km. y medio)<sup>1700</sup>. Las oficinas comerciales de España llevan décadas ofreciendo información puntual estas oportunidades, sin demasiado éxito: en Singapur en 2014<sup>1701</sup> indicaron oportunidades en material rodante y señalización ferroviarios; la cooperación en ingeniería naval y astilleros (lógico, al ser una de las industrias clave en Singapur y haberse vendido alguna patrullera española recientemente); en tunelación, urbanismo y

<sup>1695</sup> Fuente: Entrevista a Juan Pablo Martín, Director de Proyectos de *Indra* en Kuwait, en Subang Jaya, Malasia, en el domicilio del doctorando (04.06.2014). Juan Pablo dirigió proyectos de este tipo en grandes autopistas en China; Colombia, Chile, Tarragona, India y otros países.

<sup>1696</sup> ANÓNIMO, "La tecnología de Indra se extiende por Malasia", *ABC* (Madrid, 09.07.2013), en <URL: <http://www.abc.es/economia/20130709/abci-indra-metro-malasia-201307082108.html>>, (accedido el 05.08.2014). El doctorando ya informó al Departamento de Exportación de la empresa en Madrid del interés malasio en soluciones de electrónica profesional de Indra en 2009, desde defensa a radares, solicitud que no recibió respuesta alguna: se conoció a agentes de alto nivel interesadísimos en sus productos.

<sup>1697</sup> Fuente: Lista de empresas españolas en Malasia, 2013.

<sup>1698</sup> Fuente: "Major Infrastructure Works Led by Spanish Companies", Madrid, editado por la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales, Gobierno de España y Ministerio de Asuntos Exteriores, folleto de la Marca España, mayo de 2014.

<sup>1699</sup> Fuente: Oficina Comercial de España, Lista de empresas españolas en Malasia, 2012.

<sup>1700</sup> FANG, ZHANG, "Cross-sea bridge promotes Malaysia's development", Pekín, en China.org.cn (portal de noticias autorizado por el Gobierno de la RP China), 09.07.2014, en <URL: [http://www.china.org.cn/business/2014-07/09/content\\_32901191.htm](http://www.china.org.cn/business/2014-07/09/content_32901191.htm)>, y ...

PAK, JENNIFER, "Will China's rise shape Malaysian Chinese community?", Penang, Malasia, *BBC News* (30.12.2011), en <URL: <http://www.bbc.com/news/world-asia-16284388>>, (accedido el 20.09.2014).

<sup>1701</sup> Fuente: "Singapur, Guía de negocios", Singapur, Oficina Comercial de España en Singapur, junio de 2013, 86 páginas, p. 35, y "Singapur, Informe Económico y Comercial", Oficina Comercial de España en Singapur, julio de 2012, 60 páginas, p. 51.

hospitales; en el sector de la construcción (por la intensa construcción de viviendas) y, por la alta tecnología, en Defensa (Singapur, líder regional). En Malasia en 2013<sup>1702</sup>, se apuntó al tratamiento de aguas y residuos urbanos, embalses, depuradoras y canalización; a ferrocarriles y Metro, a la ampliación y desdoblamiento de líneas, adquisición de material rodante y equipos y sistemas auxiliares; a la línea de tren de alta velocidad hasta Singapur, la ampliación de la red de trenes de cercanías LRT de Kuala Lumpur con un nuevo *Mass Rail Transit System* integrando los anteriores y un posible tranvía para Melaka; al Segundo Puente de Penang y la carretera de circunvalación de la isla junto a la ampliación de las autopistas de la costa este y oeste; al puerto industrial privado por la compañía minera VALE en Perak y los puertos de *Lumut* (Perak), *Tanjung Manis* (Sarawak) y *Klang* (Selangor); a nuevas centrales energéticas de gas y carbón en Malasia peninsular así como hidroeléctricas en Borneo; al desarrollo de las energías renovables gracias, y al desarrollo del país como un nodo regional de la industria del petróleo y el gas (desarrollo de yacimientos y refinerías). Las infraestructuras malasias crecen a toda velocidad y España no se beneficia demasiado de ello.

El proyecto de tren de alta velocidad a La Meca en Arabia Saudí<sup>1703</sup>, donde participa el grupo español Talgo, podría ser un acicate para las AAPP malasias si se construyera el AVE de Malasia a Singapur<sup>1704</sup>: ya existe una línea de Kuala Lumpur a los dos aeropuertos malasios de *Sepang* situados entre Kuala Lumpur y Singapur, y el proyecto lleva en el tintero más de 20 años. Este es un proyecto que captó el interés del doctorando ya en 1998, cuando contactó a *Antonio Pérez*, Director de Exportación de *Talgo* para avisar de las múltiples oportunidades para el sector en Malasia. El problema es que los gobiernos de Singapur y Malasia, nunca acaban de decidirse, ahora la puesta en marcha está pospuesta para 2020: las españolas *CAF* y *Talgo* son de lo más competitivas, y la expansión y actualización del sistema ferroviario malasio está al caer.

Ni España parece tener demasiada imagen país entre los decisores malayos (musulmanes) del alto nivel político, ni tiene una presencia comparable a la de las empresas de otros países occidentales<sup>17051706</sup> (Alemania, Reino Unido y Francia). El grueso de los decisores en materia de contratación pública son malayos. (musulmanes), también lo son sus sultanes y el mismo Rey de Malasia. Por otra parte, habría que resaltar el rol e influencia de ciertas familias reales malasias en la política<sup>1707</sup> y la economía, por no hablar del enorme poder que

---

<sup>1702</sup> ANÓNIMO, "Oportunidades de Inversión en Malasia", nota informativa de la Oficina Comercial de España en Malasia, 2013, 5 páginas.

<sup>1703</sup> MAGARIÑO FERNÁNDEZ, JAVIER, "España y Arabia rebajan su tensión por el AVE a La Meca", *Cinco Días* (Madrid, 26.05.2015).

<sup>1704</sup> SAAD, IMELDA, "Singapore's High Speed Rail terminus will be located at Jurong East", Singapur, en la página Web de la cadena de televisión pública *Channel News Asia* (05.05.2015), en < URL:

<http://www.channelnewsasia.com/news/singapore/singapore-s-high-speed/1826070.html>>, (accedido el 04.08.2015), y Resumen del programa del Seminario de Infraestructuras en Singapur y el Tren de Alta Velocidad, Kuala Lumpur-Singapur, Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX), Madrid, 17.09.2014, en <URL:

<http://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/agenda/ACP2014336891.html?idPais=SG>>, (accedidos el 02.09.2015).

<sup>1705</sup>GÓMEZ ARRONES, MANUEL FELICIANO" Industria de productos y componentes electrónicos en Malasia", estudio supervisado por la Oficina Comercial de España en Malasia, Instituto Español de Comercio Exterior, 55 páginas, 2011, p. 21; DELGADO PÉREZ, BELÉN, "El mercado del aceite en Malasia", nota informativa supervisada por la Oficina Comercial de España en Malasia, Instituto Español de Comercio Exterior, 24 páginas, 2012, pp. 5; 9 y 15, y GARCÍA-PAPÍ MARTÍNEZ, LUIS, "Estudio de mercado de aceitunas y encurtidos en Malasia", estudio de mercado supervisado por la Oficina Comercial de España en Malasia, Instituto Español de Comercio Exterior, 2009, 103 páginas, pp. 54 y 55.

<sup>1706</sup> MARTÍN, SERGIO, "Experiencias de Internacionalización: Entrevista con Jaime Montalvo, ex Consejero Comercial de España en Malasia", Barcelona, Casa Asia, Carta de Asia-Economía nº 81/ 8 de septiembre de 2004, 4 páginas.

<sup>1707</sup> Nota: la Constitución de Malasia otorga al Rey la facultad de elegir a 40 de los senadores de la cámara alta malasia. Fuente: Artículo 45 de la Constitución de Malasia (2010): el sistema tiene indudables raíces británicas.

les confiere la concesión de títulos nobiliarios a los grandes empresarios y personalidades políticas malasias<sup>1708</sup>. El apoyo de la *Casa Real* en forma de visitas de Estado, así como visitas de la *Presidencia* y nuestros ministros más importantes al cargo de AAEE, Industria o Economía (visitas de alto nivel, con grupos de empresarios, y la plana mayor, con despliegue de medios publicitarios), podría tener una importancia estratégica para mejorar la imagen de España, dadas las particularidades de la Monarquía Constitucional de Malasia que otorga bastante poder e influencia a los sultanes<sup>1709</sup>. Todo esto por no hablar de la cultura de las personalidades, el Patrocinio y las RRPP: la "*photo opportunity*", tan importante tanto en Malasia como en Singapur (manejar el *Show Business* maravillosamente como lo hizo la Cámara de Madrid en Kuala Lumpur en 2009<sup>1710</sup>), no es posible obviar que estos son países con fuerte influencia colonial y postcolonial de los países anglosajones, y que existe una distribución muy desigual de la renta, concentrándose enormes patrimonios en pocos individuos<sup>1711</sup>. Se entiende tanto en Malasia como Singapur, que dada la *alta distancia de poder* y la importancia de la "*face*", que los medios de comunicación, los eventos corporativos, de ONGs o filantrópicos, sean instrumentos favorecidos hacer amigos y negocios, promover la propia "*face*" y extender la "*guanxi*" personal.

La calidad del recurso humano y la organización institucional de las empresas españolas en su adaptación a estos mercados asiáticos (especialización geográfica), sería una variante estratégica para los intereses de España en Malasia, Singapur y la ASEAN: el ajuste de los expatriados españoles<sup>1712</sup><sup>1713</sup> a mercados con culturas complejas, pueda explicar que hasta hace bien poco (2010-2015), que la implantación y exportación española en estos países haya sido reducida. Habría pues que poner el énfasis, no sólo en la gestión de "conocimientos tácitos" o "abstractos" sobre la región, si no en la selección, formación y reciclaje del recurso humano para nuestras empresas y Diplomacia Económica, y las consecuencias de la repatriación de nuestros profesionales<sup>1714</sup>, para que muchas instituciones españolas no entren en deriva estratégica<sup>1715</sup>. En términos genéricos y pensando en el Sector Privado, se precisaría de un perfil de candidato específico para estos mercados capaz de interaccionar con asiáticos en el ámbito público y privado en el largo plazo (ya indicamos que aprender lenguas malayas y mandarín son lo primero): no serían recomendables en las empresas personas nerviosas; firmes; asertivas, agresivas o con pocas habilidades sociales o en las RRPP, que puedan triunfar en mercados como los EEUU o Alemania (hay muchos ingenieros que aunque puedan construir puentes perfectamente, entendemos tengan problemas para interaccionar con malasio-singaporenses). Estos son países que ni mucho menos lo son para "*intelectuales*", personas que cuestionen lo más mínimo el status quo, por muy bien

---

<sup>1708</sup> YENG AI CHUN, "Social climbers pay big sums for dubious titles", Kuala Lumpur, The Star (25.05.09), disponible en < URL: <http://www.thestar.com.my/story.aspx/?sec=nation&file=por ciento2f2009%2f5%2f25%2fnation%2f3975892> >, (accedido el 27.07.14).

<sup>1709</sup> ANÓNIMO, "The monarch's discretionary powers", en la página Web del Consejo Superior de la Abogacía de Malasia (Malaysian Bar Association), 04.01.2007. El monarca no elige si el premier dimite o fallece, en < URL: [http://www.malaysianbar.org.my/constitutional\\_law/the\\_monarchs\\_discretionary\\_powers.html](http://www.malaysianbar.org.my/constitutional_law/the_monarchs_discretionary_powers.html) >, (accedido el 12.03.2014).

<sup>1710</sup> Nota: Un evento magnífico en el que el público del evento se mezclaba con modelos de alta costura haciendo una performance, un espectáculo de flamenco de calidad, y degustaciones de vino de Jerez para repartir entre los invitados.

<sup>1711</sup> Op. cit., GÓMEZ, EDMUND TERENCE, 2012, pp. 74-78.

<sup>1712</sup> Op. cit., CRAWLEY, EILEEN et al., 2013, pp. 176-177 y 182-184, Para una explicación más detallada sobre los problemas del ajuste de los expatriados a entornos culturales complejos, como pueda ser Malasia.

<sup>1713</sup> Ibid., 2013, pp. 129-134; 170-214 y 197-212.

<sup>1714</sup> Ibid., 2013, p. 205.

<sup>1715</sup> JOHNSON, GERRY; SCHOLLES, KEVAN, y WHITINGHTON, RICHARD, *Exploring Corporate Strategy*, Harlow, Essex, Reino Unido, Pearson Education Limited ", 8ª edición, 2008 (la primera edición lo es de Simon & Schuster Ltd. de 1998, y hay ediciones subsiguientes, se utiliza esta copia para apoyar la explicación del concepto, y enfatizar el impacto de la cultura a nivel nacional, institucional y de la propia organización), pp. 177-211.

intencionadas que sean sus acciones, en lo político y empresarial. La discreción, la amabilidad y la paciencia son requisitos esenciales para estos mercados. Malasia y Singapur son países con culturas materialistas altamente superficiales y movidas por las apariencias. Entendemos pues que la pauta dominante entre los españoles expatriados entrevistados en Malasia y Singapur pueda ser una actitud bastante cándida, cuando no despreocupada sobre estos aspectos culturales importantes para los intereses de España: ya sería un avance que se aprendiera a diferenciar a chinos budistas, de indios induistas o malayos musulmanes, a las seis semanas de llegar al país.

## Cap. IV. La imagen de España en Malasia y Singapur

### 1 La imagen de España a nivel internacional

#### 1.1 El efecto de la imagen internacional de España en Malasia y Singapur

Uno de los principales determinantes de la imagen de España en Malasia y Singapur, es la escasa presencia relativa de empresas españolas frente a la representación de los países EAFRIH (EEUU; Alemania; Francia, Italia y Holanda). El número de empresas españolas implantadas es muy pequeño, y la mayor parte de estas son representaciones comerciales<sup>1716</sup>. Desde luego, la falta de lazos culturales e históricos<sup>1717</sup>, así como la distancia cultural con España, tampoco contribuyen a estrechar las relaciones económicas o mejorar y aumentar el conocimiento que se tiene de España, en este cruce de caminos y culturas de importancia logística, comercial y geográficamente estratégicos para el comercio y las finanzas mundiales, puerta del comercio entre China e India. Además, dada la ausencia de poder duro e influencia del Reino de España en el Sudeste Asiático desde la Guerra de Filipinas, ni hay presencia de poblaciones españolas sustanciales; ni una lengua común (como el inglés con los británicos); ni concomitancias algunas en lo cultural, político o religioso, a no ser la existencia de pequeñas comunidades cristianas "portuguesas" en los Asentamientos de los Estrechos.

La importancia del comercio exterior y la Inversión Directa Externa (IDE) en Malasia y Singapur, y el hecho de que Singapur sea el país preferido para la implantación de los cuarteles regionales de las empresas multinacionales a escala regional, se acompaña de unas élites económicas malasio-singapurenses móviles y en constante interacción con los mercados internacionales, acompañadas de un verdadero ejército de Directores de Finanzas Internacionales y Exportación. Se trataría de unas élites mayoritariamente chinas, por el peso de esta etnia en las finanzas y el comercio malasio singapurenses. Singapur y Malasia son países con comerciantes extraordinarios en búsqueda constante de oportunidades comerciales y de inversión a escala global, de enorme importancia en el comercio, finanzas y distribución asiáticos. Por tanto, como nos ven los "*judíos de Asia*", las élites de la Diáspora China, en lo tocante a los atributos duros de corte económico y empresarial, es un factor estratégico para la imagen-país económica de España en Asia: sus actividades trascienden el marco de los estados nacionales del Este o el Sudeste Asiático.

Por una parte, entendemos que los mercados de terceros países donde la presencia española es mayor que en Malasia y Singapur (países anglosajones y del Este de Asia), dónde se concentra el grueso de los intereses comerciales y financieros de la Diáspora China malasio singapurenses, puedan haber servido inicialmente como "*escaparate*" de la imagen de España para la misma Diáspora. Esta situación se comprueba,

---

<sup>1716</sup> Fuente: Listado de empresas españolas en Malasia, 2011, Oficina Comercial de España en Malasia, y Lista de empresas españolas en Singapur, ICEX, 2011. Hasta 2012, sólo 1500 españoles en Singapur, casi nada en comparación con los países occidentales EAFRIH.

<sup>1717</sup> Véase el epígrafe I.2 sobre historia y cultura, el I.4.1, sobre a qué llamamos Diáspora China y el III.3.1., sobre distancia cultural.



primero, por el volumen bastante menor de presencia, exportaciones e inversiones españolas que nuestros competidores occidentales EAFRIH<sup>1718</sup>, en Malasia y Singapur; segundo, por la mayor presencia, exportaciones e inversiones españolas de España con los países de Este de Asia (China-Hong Kong, Japón y Corea), que aquellas realizadas con la ASEAN, Malasia y Singapur; tercero, por las importantes relaciones económicas de España con EEUU y Reino Unido (de tamaño parecido al de las relaciones con el Este de Asia), y el gran peso económico global de estas dos potencias económicas anglosajonas, y la importancia que estas tienen para Malasia Singapur en su comercio exterior y sobre todo en las inversiones exteriores (2º inversor en Singapur y 3º en Malasia). De cualquier modo, la presencia de España en los mercados del Este Asiático en el estudio, los más importantes de Asia, aunque mayor que en Malasia y Singapur, también es bastante menos importante en términos de exportaciones que la de los países occidentales competidores EAFRIH, considerados<sup>1719</sup>: España es el 43º suministrador de China; el 29º de Japón; el 33º de Taiwán, y el 30º de Hong Kong. Con respecto al Este de Asia, mentar el escaso peso económico relativo de Malasia y Singapur frente a los gigantes económicos del Este Asiático (China, Japón y Corea), que explican su "fuerza gravitacional", especialmente en el caso japonés, por sus altísimos PIBs; pesos demográficos, y el alto volumen cruzados de inversiones y comercio con los dos primeros países<sup>1720</sup>, a escala regional. Japón es el tercer destino de exportaciones de Malasia y el 8º de Singapur<sup>1721</sup>, es el segundo país inversor en Malasia y el 5º en Singapur<sup>1722</sup>. Corea es el 8º destino de exportaciones singapurenses y el 9º suministrador de Malasia. Sentado esto, las relaciones comerciales con China y los países de la Diáspora China<sup>1723</sup>, intra o extra familias de la Diáspora malasio-singapurense, también son muy intensas desde hace siglos: China y Hong Kong son el primer y tercer destino de las exportaciones de Singapur, y el 2º (después de Singapur) y el 5º de Malasia en 2014. Taiwán es el 6º suministrador de Malasia y Hong Kong, y el segundo mercado de exportación de Singapur en 2015. Todo esto, teniendo en cuenta el ascenso chino en un entorno de creciente imbricación comercial y financiera, es fuente de crecientes oportunidades económicas para las élites chinas de los países de la Diáspora China, y dentro de estas las sino malasio-singapurenses, las principales beneficiarias del creciente comercio bilateral con la RP China, dentro de sus comunidades multiétnicas respectivas.

Por la otra, la escasa presencia determina una escasa reputación, una exigua visibilidad de los productos españoles y la inexistencia de asociaciones de su imagen sectorial a la Marca España. Se percibe pues un desconocimiento de España, mucho más intenso en Malasia que en Singapur, que pueda impedir a los públicos de la Diáspora (Hong Kong; Taiwán, Malasia y Singapur) apreciar bien los atributos "*duros*" de la Marca España (marcas; productos de calidad, tecnología, y otros) frente a los atributos "*blandos*" de la misma (turismo; fiesta; amabilidad; sociabilidad; shopping, y otros), que tradicionalmente la condicionan, un problema de la Marca España a escala global según el *Country RepTrack* (véase el epígrafe siguiente). Este fenómeno se pueda plasmar, en la mayor intensidad tecnológica y de Marketing de las exportaciones italianas y francesas, que la de

---

1718 Véanse los volúmenes de inversión en las tablas 21,22, 23 y 24 (epígrafes II.1.1 y II.1.2), en su comparación con la Tabla 73 y la Tabla 74, así como la 78 y la 79 (en los epígrafes III.1.3 y III.2.2). Para los volúmenes de exportación, véanse las comparaciones en las tablas 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61 y 62, y la explicación en el epígrafe III.1.1

1719 Fuente: Trademap, base de datos de comercio de NNUU, 2015.

1720 Véanse las tablas 62; 63; 64; 65, 66 y 67 en el capítulo II.

1721 Fuente Trademap (2015), base de datos de comercio exterior de NNUU.

1722 Fuente: Investment Map (2014), base de datos de IDE de NNUU.

1723 Véanse las tablas 19 y 20, el epígrafe I.4.2 y el 1.4.4.

las españolas a Malasia y Singapur<sup>1724</sup>. Finalmente, son los productos y servicios españoles intermediados fuera de Malasia y Singapur, y la percepción de España en estos terceros países "*escaparate*", más importantes para el comercio español (especialmente como se nos ve en el Este de Asia), los que también puedan condicionar la naturaleza de unas imágenes que podríamos caracterizar como "difusas", por desconocimiento mutuo y escasas relaciones económicas con todos los países considerados en Asia (en Japón se nos conoce algo mejor). P. ej., la gastronomía española, es cada vez más visible en EEUU, lo que aumenta el prestigio de la misma en Singapur. En este sentido y para todos los países del Este Asiático "*escaparate*" considerados en fuentes secundarias en el Este Asiático (China; Japón, Corea, Taiwán y Hong), se han encontrado evidencias sobre esa asociación de que España fuera un "*país bueno para visitar y vivir, pero malo para trabajar e invertir*".

La influencia de los países del Este Asiático en Malasia y Singapur, no sólo es económica: hay aspectos demográficos; culturales, modas y tendencias. La emigración de la China continental y otros países de la Diáspora cada vez es más importante a estos países, sobre todo a Singapur. Los gustos, modas y tendencias de Hong Kong; Taipei (Taiwán); Tokio (Japón), o Seúl (Corea), van a tener un reflejo en los de Malasia y Singapur: p. ej., los chinos de la China continental quieren casarse en Seúl, porque es más glamuroso; el hecho de que los "Spain Bars" sean populares en Hong Kong y Tokio, probablemente tendrá un impacto en la percepción de la restauración española en el ámbito malasio-singapurense (países con múltiples restaurantes y bares, muy parecidos a España en términos de comer en la calle). En Malasia y Singapur se está sujeto a una variedad de influencias del Este Asiático, desde las canciones de amor de Taiwán, hasta las estrellas de K POP coreano en los canales de televisión internacional vía satélite (que causan verdadero furor en esta parte de Asia, como los Beatles en Europa en los años 60), pasando por la plétora de restaurantes "*trenecito*" (el sushi se mueve por delante de los comensales, que sólo tienen que coger lo que les guste), y los últimos modelos de pequeños automóviles "*preparados*" japoneses.

La condición extraordinariamente multirracial y multicultural de Malasia y Singapur es un buen catalizador de las influencias del Este de Asia: Existe una prensa china, local y extranjera, con amplia difusión en caracteres chinos (todos los idiomas chinos se escriben con los mismos caracteres). En Malasia y en Singapur tanto la Internet (donde todas las páginas importantes se muestran en inglés, aunque no sean los idiomas nativos de las etnias dominantes), como la TV por parabólica y por cable, así como la electrónica de consumo, son sectores maduros y muy desarrollados. Singapur y el Estado de Selangor (alrededor de Kuala Lumpur, centro estratégico del país), cuentan con una infraestructura de banda ancha de Internet, televisión por parabólica y por cable de primer mundo. La electrónica de consumo está híper desarrollada como reflejo del potente sector nacional de exportación de las Tecnologías de las Comunicación, y los canales reflejan la variedad de influencias internacionales en este país por su condición multirracial y multicultural, aunque estas sean en lo tocante a la imagen país económica, fundamentalmente anglosajonas o chinas<sup>1725</sup>. En Kuala Lumpur el idioma dominante de la Diáspora China es el cantonés (se habla en Guandong (China) y Hong Kong; en Penang (Malasia) y Singapur, el dialecto dominante es el Hokkien (Taiwán y Amoy (China)). Si a esto le aunamos la gran cobertura de la televisión por parabólica o cable, y el hecho de que una gran parte de los chinos malasio-

---

<sup>1724</sup> Véanse, tablas 71 y 76 en el capítulo II.

<sup>1725</sup> Por ejemplo, existen un sistema de TV de pago de canales chinos en Malasia (DETV), y el segundo proveedor más importante de la telefónica de Malasia (Hypp TV), viene con el cable y la banda ancha de Internet con modalidades pago.

singaporenses con cierto nivel educativo y cultural (los que tuvieron acceso a escuelas chinas) se comunican en Mandarín (oficial en Singapur y la RP China), existe una multiplicidad canales, formales e informales, para la difusión de las modas e influencias del Este Asiático con raíces chinas. Esto se puede percibir en la popularidad del "*Cantopop*"<sup>1726</sup> (canciones en cantonés), o de las estrellas del cine de Hong Kong y Guangdong en los karaokes y canales de TV locales; así como la del "*Mandopop*" de Taipei<sup>1727</sup> y China (canciones en mandarín). La contigüidad cultural y lingüística con Indonesia para más del 55% de la población malaya (musulmana), y las raíces en la India fundamentalmente tameses o malayalam (como vimos el 9% de la población de Malasia y en torno al 8% de la de Singapur que hablan fundamentalmente tamil), también tienen su influencia en Malasia, pero estas influencias son mucho menores que las chinas en la imagen económica de España, por el dominio de los chinos de la Diáspora en el comercio y los negocios. Malasia y especialmente Singapur también tendrían un rol de "*escaparate*" de los productos españoles en la ASEAN, por ser el centro de las redes de distribución chinas de mercancías e inversiones a escala regional, y en toda Asia, por las redes comerciales de las Diásporas china; india y malaya (musulmana).

La cultura americana y británica acompaña a la enorme IDE en ambos países, y es visible en todas partes, desde las cadenas de restauración rápida, a los grandes almacenes, las películas y los menús "*occidentales*" de Malasia y Singapur: estos serían los países más "*americanizados*" de Asia, después de Filipinas. Si bien EEUU y el Reino Unido mantienen relaciones económicas estrechas con Malasia, el comercio e inversiones con Malasia y Singapur es cada vez más importante para otros países anglosajones como Australia y Nueva Zelanda. El cine y los programas de televisión americanos dominan el panorama cultural malasio-singaporenses: decenas de canales de TV en inglés por parabólica y cable (vía las plataformas *Astro* o *Hypp TV* en Malasia y *Mediacorp*, la televisión pública de Singapur): prácticamente la mitad de las películas en la televisión o cines malasios y singaporenses lo son en inglés con subtítulos en malayo (no se dobla nada, como en Portugal o en Finlandia). El pasado colonial, los lazos con Australia y Nueva Zelanda en el marco de la Commonwealth Británica, así como el hecho de que la mayor parte de expatriados de alto nivel en ambos países sean australianos, británicos e irlandeses, y en menor medida norteamericanos, es determinante de su condición como países "*escaparate*" de la imagen de España. Sin embargo, la influencia cultural norteamericana es cada vez más prominente, tanto en Malasia como en Singapur. Por ejemplos, el consumo de cerveza al estilo inglés entre chinos e indios es masivo (pubs; restaurantes, clubs); hay un número muy alto de fans del *Manchester United* (MAN) o del *Arsenal*, equipos ingleses. La influencia cultural inglesa se deja sentir desde las series antiguas en los canales de la BBC, hasta el té de la tarde o los bufetes de los hoteles de cinco estrellas.

Una gran parte de los hijos de la clase media y alta china e india, han sido educados en países anglosajones: aunque tradicionalmente el Reino Unido haya sido el destino de los estudiantes afluentes o cualificados, recientemente Australia y EEUU toman protagonismo como destino para grados, cursos tipo Máster o doctorados. Estos son títulos, exámenes y estándares en inglés (impartidos tanto en Malasia como en Singapur), reconocidos en muchos países *Commonwealth*, que permiten a los ciudadanos malasio-singaporenses

---

<sup>1726</sup> LEFFMAN, DAVID, "Hong Kong, Pocket Rough Guide", Londres, Reino Unido, Rough Guides Ltd, 2012, 158 páginas, p. 7, y experiencias personales del doctorando en Hong Kong y Kuala Lumpur.

<sup>1727</sup> KEELING, STEPHEN y MINNIGH, BRUCE, "Taiwán, Rough Guide", 2ª edición, Londres, Reino Unido, Rough Guides Ltd., 2011, 447 páginas, p. 73. Experiencias personales del doctorando en Penang (Malasia) y Taiwán.

ejercer sus profesiones en los países anglosajones (p. ej. el ACCA y el CIMA para contabilidad y finanzas<sup>1728</sup>, y los estándares de ingeniería, medicina y leyes), identificados como oportunidad para abrir caminos a la empresa y los profesionales españoles en Asia desde Singapur (a través de la lengua inglesa) en el epígrafe I.3.2. El doctorando realizó un estudio de mercado para la escuela de negocios *Taylor's*<sup>1729</sup> con este predicamento, para vender cursos máster de estudios asiáticos con componente ACCA en España, impartidos en Malasia.

El inglés y la formación en inglés son pues el canal para una emigración intensa de malasio singapurenses chinos e indios a países anglosajones y la Commonwealth. Un millón de emigrantes malasios en Singapur lo tienen que utilizar en el trabajo: verdadero idioma de los negocios en Asia, es utilizado por las clases altas, y por las clases medias china e india de forma extensa en el diario, se habla naturalmente en muchas casas en el Estado de Selangor (Malasia), y en todos los colegios de Singapur. Aunque los estándares estén bajando en Malasia, al dejar de ser lengua vehicular del sistema educativo, y la fuga de cerebros chinos e indios de Malasia a países anglosajones o Singapur es un fenómeno patente, el avance del inglés en Singapur se corresponde con el hecho de ser es el idioma oficial de Singapur. Sin embargo, el inglés se mantiene de diferentes maneras en Malasia, empezando por múltiples canales en inglés en la televisión (*BBC; CNBC; CNN; Aljezeera, Bloomberg*), que ayudan a aquellos bilingües a mantenerlo: canales infantiles; educativos, de viajes y de estilo o entretenimiento en inglés. Esto pueda explicar que muchos niños malasios de pre escolar hablen inglés, aunque el Gobierno haya impuesto el malayo en el sistema educativo, con reticencias claras de la comunidad china e india y efectos desastrosos en la economía y la política malasia en el corto y largo plazo<sup>1730</sup>. En Malasia y Singapur, la inmensa mayoría de los títulos vendidos en las librerías lo son en inglés, lo que se corresponde en el dominio abrumador de los países anglosajones en la Literatura científica<sup>1731</sup>. En Singapur, más de 2 tercios de la población ya es prácticamente bilingüe: inglés y mandarín. Una influencia bastante mayor que lo que la gran presencia económica o relaciones políticas de/con naciones como EEUU, Australia o el Reino Unido en la economía malasio singapurenses pudieran justificar. La influencia de los países anglosajones en la alta cultura y el sector educativo terciario, así como en las escuelas de negocios y decisores económicos, es un fenómeno más que patente: si bien la élite se han educado en universidades anglosajonas, existe una proporción más que considerable de graduados en escuelas de negocios (aquí sólo se habla de ganar dinero). Por tanto, la prensa internacional de referencia, y las cadenas de televisión de economía y negocios en inglés (británica y americana) con apelación global, son la ventana privilegiada para malasios y singapurenses para acercarse a la información sobre la economía y negocios globales, y por tanto tienen grandísima influencia en la construcción de las percepciones sobre España y las posibilidades que los negocios españoles. Finalmente, un detalle muy

---

<sup>1728</sup> Fuentes: sitio web de ACCA en Malasia, en <URL: <http://www.accaglobal.com/my/en.html>>, y sitio Web de la de CIMA en <URL: <http://www.cimaglobal.com/Our-locations/Singapore/>>, (accedidos el 29.08.2015).

<sup>1729</sup> Véase la página Web del Grupo Taylor's, con sus programas y títulos de universidades anglosajonas en Malasia, en <URL: <http://university.taylors.edu.my/business>>.

<sup>1730</sup> Véase el epígrafe I.2.3, en lo tocante a los impactos de la NEP en el sistema educativo y el capital humano.

<sup>1731</sup> Fuentes: Catálogo online de la Biblioteca Nacional de Malasia, en <URL: <http://www.pnm.gov.my>>.

Catálogo online de la Biblioteca Nacional de Singapur, en <URL: <http://www.nlb.gov.sg/>>. Las bibliotecas singapurenses están informatizadas a nivel nacional, luego se puede saber que títulos se refieren a España en todas las bibliotecas públicas a través de las páginas Web del Gobierno. Los libros sobre España son los habituales en bibliotecas de provincias británicas, aquí todo tiene un sabor de "shire" (condado inglés) chino, desde libros de Historia de España vista por autores anglosajones (la Armada, Trafalgar y la Guerra Civil), a guías de viaje o libros de viajes sobre España, el grueso de lo disponible, pocos textos de calidad sobre la economía; la sociedad; los negocios o la política de España se encuentran en estos catálogos. Está claro que los medios anglosajones definen la imagen de España a alto nivel en Singapur en papel (todos los vínculos accedidos el 28.08.2015).

importante, el ejército de directores de exportación y personal de apoyo local se documenta bastante bien sobre los países extranjeros con los que establece relaciones de negocios: Prueba de ello sean las enormes secciones de guías de viaje en las librerías de *Kuala Lumpur* o *Singapur*. La amplísima oferta de guías de viajes en inglés australianas o británicas, es masiva en todas las grandes librerías malasio-singaporenses, de ahí que en estos países de viajeros y comerciantes, las imágenes de España que dan las guías tengan un sabor netamente anglosajón.

Más allá de las oportunidades indudables que ofrece el turismo a España en el Sudeste Asiático, el camino para comunicar nuestra marca país en Malasia y Singapur (y otros enclaves de la Diáspora China) parece ser netamente "*comercial*", aumentando nuestra visibilidad, y posiblemente siguiendo las pistas de nuestros competidores europeos, con especial atención a franceses e italianos: para mejorar el conocimiento de lo que ofrece España y la valoración de su marca país, un buen camino pueda ser intensificar o mejorar la promoción de la comunicación de los atributos "*blandos*" de la marca España, fundamentalmente: calidad de vida (ocio; gastronomía; moda; lujo; entretenimiento; gente amable y simpática; hospitalidad de los españoles; estilo de vida atractivo; tapas; shopping; fiesta) y tangencialmente al atributo "*duro*" de aportación a la cultura global y patrimonio cultural (como muestra de país con cultura y economía avanzada), relacionados con el atractivo turístico y cultural, determinantes tradicionales de nuestra imagen a nivel internacional. No obstante, el posible desconocimiento relativo de España y los españoles en países como Malasia y Singapur, así como los recientes éxitos artísticos; gastronómicos y sobre todo deportivos españoles, podrían facilitar estrategias diferentes y novedosas, para promover los "*atributos duros*" de tipo económico de la Marca España. Especialmente en Malasia, donde ya que no se nos conoce bien, existe margen para experimentar nuevas estrategias de promoción de la Marca España en términos de gestión de la reputación que realcen nuestra tecnología, productos y marcas de calidad. Cuando no se tiene imagen alguna; poca imagen o una imagen difusa, a la hora de intentar encauzar la comunicación de esa imagen país, posiblemente aparezcan oportunidades que no se dan en mercados donde ciertos estereotipos tradicionales, en muchos casos falsos y equívocos, estén más acendrados y sean más difíciles de eliminar como los europeos: España ha mejorado grandemente su condición material y económica en las últimas décadas.

## 1.2. La imagen de España en el ranking Country RepTrack

El *Real Instituto Elcano* y/o *Corporate Excellence*, elaboran informes periódicos sobre la imagen de España en los países desarrollados del G8 e Iberoamérica, a partir de los estudios del *Reputation Institute* y del Real Instituto Elcano (a partir de ahora *Elcano*). Se han considerado dos informes, uno de 2010<sup>1732</sup> y otro de

---

<sup>1732</sup> PRADO MIRANDA, FERNANDO y NOYA MIRANDA, JAVIER, "La reputación de España 2012. Evaluación de la reputación de España en América Latina y los países del G8", Madrid, documento elaborado por *Corporate Excellence* con la colaboración del *Reputation Institute* España y el Real Instituto Elcano, marzo de 2013, 78 páginas. Los dos estudios al cargo de dos investigadores líderes en el campo de la imagen país de España: *Javier Noya*, investigador principal de imagen país del *ElCano*, y *Fernando Prado*, director del *Reputación Institute* en España, quién publica frecuentemente para *Corporate Excellence* (institución de referencia para todo lo relativo a la imagen de marca corporativa en España), que junto *Elcano* y la *Universidad de Navarra* son los tres centros de investigación de referencia en España sobre la Marca País.

2013<sup>1733</sup>, para analizar la evolución la imagen de España de forma dinámica durante los peores años de la crisis en base al modelo Country RepTrack. Sus páginas se citaran repetidamente en los siguientes párrafos (p.ej.: "(p.23, 2010)"). Según el *Reputation Institute*, cuatro puntales servirían de soporte a la reputación de un país:

1. *La experiencia directa de ciudadanos extranjeros*
2. *La comunicación institucional del país interior y exterior*
3. *La opinión de terceros*
4. *Los estereotipos sobre ese país.*

El nivel y calidad de esa reputación propiciarían una serie de *Conductas de Apoyo* de la reputación nacional: *vivir; visitar, trabajar y estudiar en un país, comprar sus productos e invertir en él*. Las conductas de apoyo propicias tendrían un impacto evidente en la creación de valor en el país, ya que traerían consigo mejoras en los indicadores económicos como: la IDE; caída de la prima de riesgo; subidas en las exportaciones y llegadas de turistas; se atraería talento y profesionales cualificados al país, e incluso se mejoraría la diplomacia económica<sup>1734</sup>. Existiría una constatación empírica de este modelo a escala internacional, el de la *Economía de la Reputación*, con base en el estudio de los factores determinantes de la reputación empresarial.

Para medir la reputación de un país el Reputation Institute utiliza la metodología "*Country Rep Trak*", la variante "*Pulse*". El "*Pulse*" es un Índice de Reputación, el indicador cualitativo y emocional que mide la reputación entendida como la *admiración; estima, confianza y buena impresión* de un país con relación a otro, a través de entrevistas internacionales (pp. 8-14: 2013). Para el estudio *Country Rep Trak 2010* se realizaron 100 entrevistas online por país para conocer la opinión de los entrevistados sobre una serie de atributos de la reputación (en la Tabla 83, más adelante), para una muestra de 40 países (metodología CAWI)<sup>1735</sup>, en cada uno de los países del G8: Canadá, Francia, Alemania, Italia, Japón, Canadá, Reino Unido y EE.UU. El criterio para la inclusión de un sujeto en la muestra de entrevistados es *tener algún conocimiento sobre el país o conocerlo bien*. El total fueron 45000 entrevistas. También se midió la reputación de España en China; Chile; Argentina; Perú; Méjico, en comparación con un grupo de países de referencia: Alemania; Reino Unido; Francia, Italia y EEUU. En 2012, la muestra se extiende a 57 países y aumenta considerablemente el número de entrevistas. Pasamos a analizar los elementos de esa metodología en la Tabla 82.

Según los resultados del estudio *Country Reprack de 2010 y 2012*, España destacaría en atributos de calidad de vida, dónde tendría una fortaleza fuera de toda duda: ocupa la posición nº4 a escala global del ranking del atributo "*Oferta de ocio y entretenimiento*" (p. 29-30, 2013), y se nos considera gente hospitalaria (posición 9ª en el atributo "*Gente amable y simpática*"). La oferta turística española; la Historia; arte; patrimonio,

---

<sup>1733</sup> PRADO MIRANDA, FERNANDO, "La Reputación de España en el mundo", Madrid, elaborado con la colaboración del Reputation Institute y el Instituto de Análisis de Intangibles, 2010, 142 páginas.

<sup>1734</sup> ANÓNIMO, "2013 Country RepTrack® Topline Report", Reputation Institute, 2013, disponible en la red, por solicitud en < <http://www.reputationinstitute.com> > (accedido 06.09.13), 38 páginas, p.4 y p.12.

<sup>1735</sup> Nota: Existen problemas en este modelo: los países de los que se extraen datos pertenecen al G8 (entrevistados de países ricos) e Iberoamérica; las personas que contestan son generalmente jóvenes, con mayor familiaridad y acceso a la Internet; problemas con la asignación de pesos por ser países heterogéneos; las circunstancias del análisis *PESTLEC* de cada país, especialmente las culturales. Los problemas se repiten en los demás modelos, por ejemplo, el HDM de *Future Brand*, utiliza muestras de viajeros y especialistas, lo que escorará los resultados en función de las percepciones de los mismos.

naturaleza y cultura, habría sido muy bien valorados por los ciudadanos del G8 en 2010. Aunque existe bastante respeto por la variante "*Estilo de vida atractivo, (la gente disfruta viviendo allí)*", se ha caído algunos puestos en 2012. España es considerado un país relativamente seguro ("*Es un país seguro*") lo que apuntala nuestra imagen de buen país proveedor de servicios turísticos de calidad (Tabla 83).

**Tabla 82**  
**Metodología Country RepTrack (2010 y 2013)**

<p>1°. La reputación parte de:</p> <p style="padding-left: 40px;"><i>a. La experiencia directa de ciudadanos extranjeros.</i> <i>b. La comunicación institucional del país interior y exterior.</i> <i>c. La opinión de terceros.</i> <i>d. Los estereotipos sobre ese país.</i></p>
<p>2°. La reputación se concreta en la <i>admiración; estima, confianza y buena impresión</i> de los ciudadanos del país X sobre el país Y.</p>
<p>3°. Se utilizan 11 atributos de la reputación del país X para el estudio de 2010, pero 13 para el de 2012 (agrupados en la Tabla 82, más adelante).</p>
<p>3°. A través del análisis factorial se agrupan los atributos puntuables en tres dimensiones básicas que determinan la reputación de un país: <i>Atributos de calidad de vida; atributos de Economía y Cultura Avanzada, y Atributos de Gobierno.</i></p>
<p>4°. A través del análisis matemático, en el modelo se calculan unos pesos (una importancia relativa) para cada una de las dimensiones y los atributos. Con estos y los resultados de las encuestas en cada país, se elabora el "<i>Pulse</i>" o índice de popularidad (reputación) del país X en el país Y. Unas dimensiones resultarían ligeramente más importantes que otras.</p>
<p>5°. Se analiza la propensión de los entrevistados a visitar el país X (relacionada con los atractivos naturales y de ocio); <i>invertir en él; comprar productos o servicios del país</i> (percepción sobre la calidad de los mismos) <i>o vivir, trabajar y estudiar en ese país</i> (relacionado con el estilo de vida, bienestar social y entorno económico).</p>
<p>6°. Finalmente, se relacionan través de coeficientes de correlación, las <i>propensiones</i> (conductas de apoyo) con los atributos de reputación (índice de reputación) para conocer la percepción de las personas sobre el país objetivo. Estadísticamente, se demostraría una correlación intensa histórica entre altos niveles en el "<i>Pulse</i>", o índice de reputación, y <i>las propensiones</i>: Unos mayores niveles en el índice Pulse se traduciría en unas mayores propensiones a: <i>visitar; invertir; vivir; trabajar; estudiar</i> en España y <i>comprar</i> productos españoles. Las mejores propensiones en último término se expresan en una mejora de las exportaciones; llegada de turistas e inversiones extranjeras.</p>
<p>Fuente: Op. cit., PRADO MIRANDA, FERNANDO y NOYA MIRANDA, JAVIER, 2013, pp. 57-58 y gráfico 64.</p>

En términos de política internacional, España habría pasado en 30 años de no tener imagen país alguna a resultar un actor relativamente comprometido, socio fiable para la comunidad internacional. España fue considerada buena "*participante responsable en la comunidad global*" (país que apoya buenas causas y sus líderes son respetados internacionalmente), en países como Canadá; Suiza, Alemania o Noruega. Es decir, todos

aquellos como España: sin potencial militar a escala internacional<sup>1736</sup>, capacidad logística militar considerable a escala global, o asiento en el Consejo de Seguridad de NNUU.

Tabla 83  
Posición de España en el ranking del estudio Country Rep Trak, para los países del G8

ATRIBUTOS <sup>1737</sup>	2010	2012
<b>A. Atributos de calidad de vida:</b>		
1. Variedad de ocio y entretenimiento	3	4
2. Gente amable y simpática (variante de 2012)		8
3. Estilo de vida atractivo	6	11
4. Belleza del entorno natural	11	11
<b>B. Atributos de economía y cultura avanzadas:</b>		
1. Marcas y empresas reconocidas de origen	17	19
2. País tecnológicamente avanzado e innovador	20	24
3. Bienes y servicios de alta calidad	18	19
4. Gente bien educada y confiable (2012)		18
5. Aportación a la cultura global	7	10
6. Sistema Educativo (2012)		18
<b>C. Atributos de Gobierno:</b>		
1. Participante responsable en la comunidad global	14	18
2. Políticas de mejora para el bienestar social	15	17
3. Dirigido por un gobierno eficaz	16	18
4. Entorno económico favorable	16	21
5. Uso eficiente de los recursos públicos (2012)		19
6. Es un lugar seguro (2012)		15
<b>PROPENSIONES</b>	<b>2010</b>	<b>2012</b>
1. Recomendaría visitar	5	5
2. Recomendaría vivir	7	11
2. Recomendaría trabajar	14	18
3. Recomendaría invertir	14	20
4. Recomendaría comprar productos	17	19
Fuente: Elaboración propia en función de los resultados del Country Rep Trak del Reputation Institute (2010 y 2012), en op. cit., PRADO MIRANDA, FERNANDO y NOYA MIRANDA, JAVIER, 2013 y op. cit., PRADO MIRANDA, FERNANDO, 2010.		

<sup>1736</sup> GARTHON ASH, TIMOTHY, *Free World*, 2ª edición, Londres, Reino Unido, Penguin Group, 2005, 317 páginas, p. 261

<sup>1737</sup> Nota: Un "entorno económico favorable" en la Tabla 83 se entiende como que el país ofrece un entorno adecuado para hacer negocios; cuenta con una economía estable, de bajo riesgo, y cuenta con una infraestructura desarrollada.



España habría mejorado considerablemente su reputación por su postura de no intervención en conflictos internacionales (pp. 9, 41 y 94, 2010). Sin embargo, en 2012 la posición en los países del G8 para este atributo cae 4 puestos: la crisis económica y política, así como las malas noticias sobre España en el extranjero, habrían tenido un impacto negativo palpable (p. 31, 2013). Por otra parte, aunque se habría hecho un esfuerzo grande en términos de políticas para el bienestar social, en 2010 España tendría una consideración relativamente aceptable en este aspecto. La misma que el Reino Unido, Francia o Japón (p. 95, 2010). En 2012, el índice se cae del puesto 15 al 17, y Francia y Japón nos superan (p. 32, 2013).

La valoración de la economía española habría sido relativamente buena en 2010, nuestro nivel para el *Country Reprack* sería parecido al de los EEUU. Sin embargo, la crisis económica y política se dejaría sentir en la valoración de todos los atributos económicos en 2012, lo que se traduce en un marcado deterioro. La nota positiva es que las caídas en los índices españoles son bastante menos pronunciadas en 2012 que el periodo 2008-2010 (p. 35-37, 2013). La valoración de las marcas españolas (creación de valor añadido, innovación), no es buena y ha ido a peor. El campo tecnológico (p. 44, 2010), es el factor principal en el menoscabo en el ranking de marca país. La posición de España se desploma del puesto 19 en el ranking de 2010 al 24 en 2012 (p. 37, 2013). Desafortunadamente, España no es muy bien valorada como nación en la que se producen productos de calidad, lo que engarza con el desconocimiento de marcas y posibilidades tecnológicas españolas: en 2010 la valoración es relativamente buena, estábamos por delante de EEUU y algo peor que Japón, pero en 2012 cae marcadamente hasta el puesto 19 (p.35, 2013), dejándonos en una posición francamente mediocre. En las encuestas de 2010, quedan bastante mejor países como el Reino Unido y EEUU que España para los atributos económicos. Esto sorprende dada la crisis intensa experimentada en estos países anglosajones en los dos años anteriores<sup>1738</sup>, bastante más intensa a nivel financiero que la española.

Con respecto a las *Conductas de Apoyo*, la crisis se deja notar en todas las dimensiones: España es país preferido en la propensión "*recomendaría vivir*", ocupando la 7ª posición en 2010 (p. 52, 2010), y la quinta en 2012 (p.59, 2013). Esto significaría una mejora sustancial. Luego parece se sostenga un estereotipo más próximo a la "*Florida de Europa*" que a la "*California de Europa*": con los costes laborales tan bajos y la competitividad en servicios consiguiente<sup>1739</sup>, es posible que, el hecho de que vivir en España salga relativamente barato en el G8, afectando positivamente a nuestro rating. Sin embargo, los altos niveles de desempleo y bajos niveles salariales (acompañados por aumento de las desigualdades sociales), así como las rigideces del mercado laboral español pueden, lógicamente, afectar la propensión "*bueno para trabajar*", que se deteriora marcadamente: pasamos de ocupar el puesto 14 (pp. 31-32 y p. 53, 2010) en 2010, al puesto 18 en 2012 (p. 61, 2013).

---

<sup>1738</sup> ANONIMO, "Finance crisis: In graphics", Londres, BBC Online (3.11.2008), disponible en < URL: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/business/7644238.stm>>, (accedido el 27.12.13). Se habla de 387 mil millones de libras para el Reino Unido y 400 mil millones para los EEUU, unas cantidades exorbitantes, especialmente con relación al PIB del Reino Unido, si se comparan con los sólo 42 mil millones (más o menos) que el BCE le presta al Reino de España para saldar sus dificultades financieras a corto.

<sup>1739</sup> ANÓNIMO, "España gana en competitividad: baja el coste por hora trabajada", *La Vanguardia* (Barcelona, 10.09.2013), en < URL: <http://www.lavanguardia.com/economia/20130910/54382242482/espana-gana-en-competitividad-baja-el-coste-por-hora-trabajada.html>> (accedido el 20.09.13).

España superaba a Japón y EEUU en 2010 en la propensión "*país bueno para invertir*", lo que pudo estar relacionado con sus dificultades económicas coyunturales, pero no sería tan "bueno" como los nórdicos o germánicos. Sin embargo, esta propensión se desploma con la crisis: en 2012 ocuparía la posición número 20 en el ranking, alejándose bastante de Japón, que sube hasta la cuarta posición. España es un país que se percibe "*con problemas económicos*". La propensión a comprar productos españoles no era mala en 2010 (adelantando a EEUU, en la posición 17, y estando justo detrás de Japón). Sin embargo, se experimenta un deterioro notable en 2012, cayendo hasta la posición número 19. Resulta bastante curioso que países como Italia nos saquen varios puestos e incluso adelanten a Alemania en 2010.

Con respecto al posicionamiento de la Marca España para los distintos atributos de imagen país, esta se escoraría hacía las variantes de estilo de vida; ocio, entretenimiento y disfrute de la vida en 2010, alejándonos de los países nórdicos o germánicos, cuyo posicionamiento lo es en torno a la fortaleza económica; bienestar social y solidez de sus instituciones políticas. Por otra parte, el posicionamiento de estos países en términos de capacidades tecnológicas, productivas o empresariales sería mucho más próximo a la de EEUU y Japón, y por tanto, muy alejado del de España (p. 47, 2010). Según *Corporate Excellence*: "*En el mapa mental de los países ricos España es mejor que Grecia, pero juegan dentro de la misma liga, que no es la de las grandes potencias*" (p.96, 2010). Además, se nos asociaría con los países iberoamericanos, por las variantes lúdicas. En 2012, los países "*más parecidos*" a España, en términos de su ranking de atributos para el G8, serían Italia e Irlanda, seguidos de Francia y Bélgica (p.39, 2013).

Según *Corporate Excellence*, existiría una tensión a escala global entre la percepción de "*país bueno para vivir*" y "*país bueno para invertir*": el país que es relativamente bueno para lo uno no es relativamente bueno para lo otro (p. 52, 2010), pero es muy difícil que se perciba a un país como bueno para las dos cosas (Francia o EEUU, serían dos excepciones). *Corporate Excellence* relaciona este fenómeno con las dimensiones de poder blando y poder duro de Joseph Nye<sup>1740</sup>. Un país con poder blando destacaría en aspectos relativos a la cultura, el ocio y los valores, entre otros (caso de España). Sentado esto, en otro con poder duro, se destacaría en las variantes económicas, políticas y de fuerzas armadas. Lo que se traduce en un "*los alemanes son serios y precisos para el trabajo, los caribeños son muy divertidos*". Por tanto, las debilidades relativas en 2010 en materia económica, tecnológica, o institucional se compensarían con las fortalezas en términos de atractivos turísticos y culturales españoles. Nos referimos al grupo de atributos de calidad de vida y aportación a la cultura global. España, junto con Italia, estaría entre los cinco países mejor considerados para visitar en términos turísticos (p. 51, 2010), sector estratégico para la Marca País en Malasia y Singapur.

La gestión de la reputación se entendería como el manejo del balance entre realidades y percepciones para los atributos del *Country Rep Trak*. Cuando la "*realidad*" supera a las percepciones en las encuestas, existiría una oportunidad de comunicación para promover la imagen de un país, p. ej., mejorando la comunicación de los atributos que no hubieran recibido la puntuación adecuada. Lógicamente existiría una correlación bastante alta entre la puntuación y la percepción de riqueza económica; desarrollo tecnológico y

---

<sup>1740</sup> NYE, JOSEPH S JR, "Soft power and American foreign policy", *Political Science Quarterly*, n°119(2), pp. 255-270, en Proquest, (accedido el 10.11.2011).

compromiso global, y las medidas en indicadores macroeconómicos como el PIB; el gasto en I+D o en Ayuda al Desarrollo (p.59, 2010). La crisis tendría un impacto definitivo en la percepción internacional sobre el "bienestar social" y las políticas que lo propician en España. Partiendo de una buena posición en 2010, en 2012 este indicador sufre un desplome, ya sólo superaríamos a países como Italia; Grecia o Portugal, bajando al puesto 18 del ranking. Aquí podría existir una oportunidad de gestión de la reputación, ya que es posible que este deterioro relativo en las percepciones no tenga una correspondencia exacta con la dura realidad, aunque se experimenten recortes presupuestarios que puedan llegar a deteriorar las prestaciones sanitarias (p. 32, 2013). Nuestro país no tendría el reconocimiento de excelencia este campo de países como Alemania o los países nórdicos, distanciándose sustancialmente de ellos en el ranking del indicador. Sin embargo, la posición en del Sistema de Salud español en los rankings internacionales es excelente<sup>1741</sup> y es líder mundial en trasplantes<sup>1742</sup>. Esta es una oportunidad para la gestión de la reputación española. La caída en el atributo "participante en la comunidad global" que "apoya buenas causas", se cae en 2012 hasta el puesto 18, distanciándose de estos dos países, y a partir de 2012 existe una caída pronunciada en la Ayuda al Desarrollo española (AOD), lo que pueda ser una variante explicativa para los ratings futuros. Los países escandinavos estarían haciendo mucho mejor "negocio", con la AOD, comprometiendo menos recursos que España hasta 2010 (p.31, 2010) en términos absolutos y recibiendo gran consideración.

**Tabla 84**

Ayuda al Desarrollo de España expresada en porcentaje de la Renta Nacional Bruta (RNB)

	2004	2009	2010	2011	2012	2013	2014 (*)	2015 (*)	2016 (*)
<b>AOD ejecutada (% RNB)</b>	<b>0,24</b>	<b>0,46</b>	<b>0,43</b>	<b>0,29</b>	<b>0,15</b>	<b>0,18</b>	<b>0,13</b>	<b>0,17</b>	<b>0,21</b>

Fuente: Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo, 2015  
 (\*) Datos provisionales; 2014, 2015, y 2016 estimación.

Las percepciones en los países ricos sobre el potencial económico de España, de nuestros productos (exportaciones); marcas; empresas; exportaciones y competitividad (pp.71-71; 2010), estarían sesgadas: no reflejarían las capacidades reales de la economía española (véase más adelante lo que piensa *Corporate Excellence* sobre el *Ranking Mundial de Competitividad* del IMD). España sería considerado como un país rico, distanciándose de Grecia y Portugal en este sentido (p.59; 2010), próximo a Irlanda o Italia (p. 39, 2013). Ante la caída coyuntural de la reputación de España por razones económicas y políticas, algunas empresas habrían intentado disociar su imagen de la imagen de España (p. 99, 2010). Probablemente, por que perciben que España les resta en lugar de ayudarles a comercializar sus productos. A esto se podría añadir el problema del

<sup>1741</sup> Fuente: Anónimo; "Bloomberg Visual Data. Bloomberg best (and worst)", disponible en <URL: <http://www.bloomberg.com/visual-data/best-and-worst/most-efficient-health-care-countries> >, (accedido el 20.10.13); España ocupa el puesto 5º en el Ranking Mundial de Sistemas de Salud de Bloomberg por *eficiencia*. Esta se entiende como la relación entre esperanza de vida, coste per cápita, y los costes de la salud per cápita en relación con el PIB.  
<sup>1742</sup> MADERUELO, MERCEDES, "La comunicación, clave en la gestión de la imagen", *Madrid*, Real Instituto el Cano, Elcano Blog, 25.09.13, disponible en <URL: <http://www.blog.rielcano.org/la-comunicacion-clave-en-la-gestion-de-la-imagen/> > (accedido el 20.10.13).

nacionalismo vasco y catalán, los extranjeros tienen dificultades para asociar su imagen de marca con la de España. Este no es un problema nuevo, lleva décadas afectando la imagen de España.

En términos de tecnología, *Corporate Excellence* entiende que la percepción relativa de España, aunque no fuera relativamente mala en 2010, es peor que la de los países del G8 (p.62, 2010). Existirían debilidades estructurales en la economía española y problemas de percepción: las debilidades en tecnología se entienden atendiendo al presupuesto del gasto de Investigación, Desarrollo e Innovación (I+D+i) y otros componentes de los procesos de innovación en España, con relación al gasto de los países del G8<sup>1743</sup>. España cuenta con empresas conocidas y tecnológicamente punteras, pero aunque las capacidades tecnológicas mejoraron sustancialmente, no se considera a España como país con las tecnologías más avanzadas o marcas comerciales fuertes (pp. 38-39 y 96, 2010). Más preocupante serían las debilidades percibidas en el sistema educativo español, a juzgar por los resultados mediocres en la evaluación del Informe PISA 2006 en materia científica en España<sup>1744</sup>, la endogamia universitaria y la desconexión de la universidad y las AAPP con el mundo de la empresa, por posibles sus impactos en el sistema de I+D+I y la competitividad.

Otra oportunidad de gestión de la reputación pasaría por valorizar la "*Aportación a la cultura global*", uno de nuestros mejores activos, como apunta la consultora *Future Brand* en 2012: países como Suecia, que no han tenido la contribución notable de España en términos de esta dimensión, alcanzan las primeras posiciones en los rankings del Country RepTrack (p. 51, 2010). En este sentido, podrían ser necesarias acciones coordinadas para que se conociera mejor la aportación de España en la Historia de las Américas (contrarrestar las visiones negativas de las proezas de los conquistadores como *Pizarro o Cortés*, y ofrecer más visiones positivas del trabajo humanista y la contribución a los Derechos Humanos y el Derecho Internacional de *Fray Bartolomé de las Casas o Tomas de Vitoria*), ante la pérdida de popularidad reciente de España en ciertos países de Iberoamérica. Estas acciones podrían tener un impacto con consecuencias globales, dado el peso de los EEUU en todas las industrias de entretenimiento y comunicaciones globales: la percepción de España es la de las películas y series de televisión americanas, luego no es extraño que se nos confunda con los mejicanos (algo que hemos percibido en Malasia en múltiples entrevistas informales). Recientemente (2015), *Acción Cultural Española* promovió una exposición sobre el conquistador *Bernardo de Gálvez* en Florida, apoyada por *Felipe VI*, Rey de España, en su visita a Florida en 2013<sup>1745</sup>, iniciativas loables en pos del conocimiento de España.

---

<sup>1743</sup> Fuente: Ranking de países por patentes, y otros indicadores de propiedad industrial, en AAVV, "2013, World Indicators of Intellectual Property", dirigido por Francis Gurry y Carsten Fink, Ginebra, informe de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (WIPO), de las NNUU, 2013, 214 páginas, en pp. 6; 27 y 8, y "Bloomberg Visual Data. Bloomberg best (and worst)", disponible en <URL: <http://www.bloomberg.com/visual-data/best-and-worst/most-innovative-countries>> (accedido el 20.10.13): el ranking mundial de países más innovadores de la cadena de información financiera Bloomberg por eficiencia (relación entre gasto en I+D+I; productividad por hora trabajada; densidad tecnológica; investigadores por millón de habitantes; capacidades en la industria y los servicios (valor añadido); componente de I+D+I; número de ingenieros licenciados y registro de patentes). España ocupaba la posición 27 en este ranking.

<sup>1744</sup> Fuente: "Informe PISA 2006. Competencias científicas para el mundo del mañana", OCDE, edición española al cuidado de Alberto Marín Baró, Madrid, Santillana Educación, S. L. 2008, 397 páginas, 397 páginas. en pp.: 55; 57; 59; 62; 63; 64; 65; 72; 73; 74, 85 y 94.

<sup>1745</sup> ANÓNIMO, "Viaje oficial a California y Florida", California y Florida, EEUU, en la página Web de la Casa Real del Reino de España (Madrid, 13.11.2013), en <URL: [http://www.casareal.es/ES/Actividades/Paginas/actividades\\_viajes\\_detalle.aspx?data=752](http://www.casareal.es/ES/Actividades/Paginas/actividades_viajes_detalle.aspx?data=752)>, (accedido el 15.08.2015).

Con respecto a la decisión de *vivir o visitar el país*, las percepciones se ajustarían a la realidad, a juzgar por los excelentes resultados en términos de visitantes en los últimos años y la buena imagen de España como potencia turística: ocupamos posiciones en el entorno de Italia; Francia o los EEUU. En términos de la decisión de trabajar en España, ocurriría lo mismo en 2010, aunque España no es el mejor país para trabajar, sería considerado un país aceptable, no sería un mal destino para vivir: Canadá, Australia y los países Escandinavos ocuparían las primeras posiciones para buscar trabajo (p. 67; 2010). Por supuesto, que con la crisis, esta percepción se ha deteriorado, marcadamente.

El problema fundamental es la reputación interna: la mala imagen que los españoles tienen su propio país (autocrítica): al contrario de lo que sucede en España, en la mayor parte de países extranjeros la imagen que se tiene del propio país, supera con creces la imagen que se tiene del país en el exterior. A juzgar por el diferencial entre la percepción que los extranjeros tienen de España (positiva), medida por el índice Country RepTrack, y la percepción de los españoles sobre su propio país, España estaría entre los países más autocríticos del planeta. En términos de la evolución de la "*autoestima*", España se encuentra entre los países en los que más habría empeorado la *reputación interna* de 2008 a 2010 (p. 83; 2010). Curiosamente, hasta 2010, la *reputación externa* de España habría caído bastante menos deprisa que la reputación interna (la confianza de los españoles en su país cae bastante, mientras que la confianza de los extranjeros se mantuvo prácticamente intacta). Todos los países desarrollados habrían sufrido caídas en sus índices de reputación como consecuencia de la crisis económica, luego no sólo es España el país que habría sufrido menoscabo en los índices de Marca País. El deterioro de la autoestima también estaría relacionado, según Elcano, con la "*división y enfrentamiento internos*", intuimos que en términos de ideologías políticas y sus consecuencias económicas<sup>1746</sup>, así como los problemas preocupantes de los nacionalismos periféricos<sup>1747</sup> (p.97; 2010). La situación en términos de autoestima durante la crisis se deterioró marcadamente, parándose la caída de los índices desde 2013 momento en el que se estabilizan (p.23, 2013).

A pesar de las circunstancias de extrema dificultad, la imagen exterior de España sería relativamente buena en 2010 y aceptable en 2012. No es de extrañar el auge del turismo extranjero en España de 2012 a 2015, espectacularmente positivo, ya que España siguió muy bien posicionada por sus atributos "*blandos*" en la mente de los europeos como país excelente para visitar y vivir durante los peores años de la crisis, de 2008 a 2012. Entre los atributos de España en los que las percepciones de los españoles (p.77, 2010) serían peores que las de los extranjeros en 2010 (nos ven mejor que nos vemos), serían: el entorno institucional político (-10%); el

---

<sup>1746</sup> VELARDE, JUAN, "Velarde ve en la independencia de Cataluña, una catástrofe instantánea", Madrid, en el sitio web "www.finanzas.com", (17.8.2013), en (accedido el 11.10.13) <URL:

<http://www.finanzas.com/noticias/economia/20130817/velarde-independencia-cataluna-catastrofe-2444527.html>> .

<sup>1747</sup> OBSERVATORIO DE LA MARCA ESPAÑA, "Barómetro de la Marca España, 2ª oleada, resultados de marzo-abril de 2013", resumen de Prensa, Madrid, Fundación Elcano, abril de 2013, 10 páginas. Véase también: BARBERÍA, JOSE LUIS, "Superar el "Spain is Different"", *El País* (Madrid, 21.06.06): García de Cortazar habría dicho: "[...] *La idea de España se estaría sustituyendo por la "ausencia de una idea de España"*". En el párrafo anterior: "[...] *Además de incongruente, la entusiasta opinión española sobre su imagen exterior contradice, aparentemente, la certificada mala opinión que los españoles tienen de sí mismos. ¿Es una contradicción cultural derivada de la proverbial disposición mediterránea a criticar descarnadamente lo propio, o tiene que ver con lo que Fernando García de Cortázar ha definido como "la desautorización de la idea de España"? Porque a juicio de este historiador y escritor, la reactualización de la "leyenda negra" y la asociación al nombre de España del integrismo nacional católico o falangista está siendo alentada desde los nacionalismos internos.*"

entorno económico; el bienestar social y el respeto internacional (puntuaciones  $\leq -5\%$ ). En 2012, con cierto empeoramiento, se mantiene este patrón de diferencias entre el G8 y España (p. 53, 2013). Lo que más empeora es la auto percepción sobre el entorno político (puntuaciones  $\leq 17\%$ , de la media del G8). Entre los nuevos atributos contemplados por el RepTrack 2012, el más preocupante es la percepción de despilfarro de los recursos públicos, probablemente aparejada con la multiplicación de casos publicitados de corrupción ( $\leq 19\%$ ), y la del sistema educativo ( $\leq 4\%$ ). Los atributos de España en los que las percepciones de los españoles serían mejores que las de los extranjeros en 2010 (nos vemos mejor que nos ven) serían: la *tecnología* (puntuaciones  $\geq 5\%$ ); el *estilo de vida*; la *cultura*; el *entorno natural*; el *ocio y entretenimiento*; la *calidad de productos y servicios* y las *marcas y empresas reconocidas* (las cinco últimas con puntuaciones mayores que las de los extranjeros del 5%, y hasta el 12% para las marcas españolas en 2010). Los españoles también se autopuntúan bastante mejor que lo hacen los extranjeros, en los atributos de 2012 de "*gente educada y confiable*" y "*gente amable y simpática*". Poco más poco menos, estas percepciones se mantienen en 2012. Los españoles tienen bastante mejor impresión de sus propias marcas que los extranjeros, la calidad de sus productos y la tecnología.

¿Cómo ven los españoles a otros países en Country Rep Trak? Los españoles, a excepción de Japón, parecen tener gran estima por países o bien "nórdicos" y/o "protestantes", a juzgar por el ranking de países preferidos por los españoles en los índices de 2010 (p.107) y 2012 (p.23). Los países que más nos gustan, tienen bastante poco que o nada que ver con España y los españoles. Aquí existe un problema grave de percepciones en detrimento de los intereses de España: En 2010, la sobrevaloración de China; Alemania; Japón, Holanda; EEUU y Rusia en España respecto a la valoración media de estos mismos países en los países del G8, va del 9.1% para China al 3.4% para EEUU (p.89, 2010). España habría "valorado" mejor a Alemania y Japón, que estos dos valoran a España (Alemania y Francia habrían valorado a Japón bastante peor que España [2010, pp. 113 y 119]). El país más "*interesante*" para los españoles en 2012 es Suecia (p. 23, 2010), cosa bastante difícil de comprender dados los rigores climáticos, culturales e incluso la tasa de suicidios: ¿cuántos españoles querrían vivir en Escandinavia, si la conocieran bien? Aquí, lógicamente se percibe una demanda de mayor igualitarismo; seguridad económica y de acceso a los servicios sociales, dadas las consecuencias de la crisis económica. Por otra parte, si bien la economía alemana estaba experimentando un momento bastante bueno, parece difícil de creer que los españoles entrevistados por el Reputation Institute tengan tan buena impresión de Alemania, dada la situación que algunos tachan de "*derrumbe*"<sup>1748</sup> de la reputación de España en Alemania: Según ABC, España sería percibida como un país débil (40% de los alemanes); corrupto (50%) y tradicional (77%).

Finalmente, la valoración exagerada que los españoles hacen de la RP China (9.1%) en 2010 por encima de la media del G8 resulta más que sorprendente (p. 15, 2013). Esto tiene una importancia especial con relación a la posible valoración de los empresarios sino malasio-singapurenses objeto de este estudio: la asociación que se hace en España de los chinos de la RP China con los de Malasia y Singapur es inmediata (e incluso con los de EEUU y Reino Unido), y aunque comparten cultura y tradiciones, estos son unos "*chinos*"

---

<sup>1748</sup> MORA, JAIME, G, "España es un país corrupto para la mitad de los alemanes", ABC, (Madrid, 30.4.2013), disponible en < URL: <http://www.abc.es/espana/20130424/abci-marca-espana-alemanes-201304241222.html> >, y ANÓNIMO, "La imagen que los alemanes tienen de España se derrumba", El País, (Madrid, 24.4.2013), disponible en < URL: [http://politica.elpais.com/politica/2013/04/24/actualidad/1366811989\\_482450.html](http://politica.elpais.com/politica/2013/04/24/actualidad/1366811989_482450.html) > (accedidos el 12 de Agosto de 2013), reflejan los resultados de la Fundación Elcano en OBSERVATORIO DE LA MARCA ESPAÑA, "Barómetro de la Marca España, 3ª oleada, resultados de marzo-abril de 2013, resumen de prensa", Madrid, Fundación Elcano, abril de 2013, 10 páginas.

muy distintos (más afluentes y con mayores niveles de educación). China sólo destaca por estar en la cola de la mayor parte de indicadores de gobernanza; desarrollo económico; corrupción y transparencia<sup>1749</sup>, además de experimentar bajos niveles de vida y niveles de desigualdad social escandalosos. A escala internacional, China tampoco destaca en el respeto de los Derechos Humanos<sup>175017511752</sup>; aplica sistemáticamente la censura informativa, especialmente en la red<sup>1753</sup>; su medio ambiente y ecología sufren ataques constantes; su sistema de hospitales es francamente penoso, y no hay libertad de cátedra (véase la Tabla 11, capítulo 1)<sup>1754</sup>. En suma que resulta inexplicable, será por la industriosisidad, la discreción y que han comprado miles de pequeños comercios con problemas en España. Si bien la postura de los españoles hacía China y los chinos es difícil de comprender, más difícil lo sería la percepción de superioridad sobre los españoles de los chinos que residen en España que indica Javier Noya<sup>1755</sup>, y lo cerrado de sus comunidades. Según Noya<sup>1756</sup>, sólo un 30% de los chinos que residen en España (mismo porcentaje de los residentes en China) considerarían casarse con un español, y sólo un 40% o bien lee prensa española o bien participa en actividades sociales con españoles. aunque suponemos, por experiencia del doctorando en Zhejiang y Shanghái (RP China), de que se cuenta con información recíproca bastante imperfecta o simple etnocentrismo.

¿Cómo nos ven otros países en Country Rep Trak? Francia y Rusia estarían entre los mejores "amigos" de España: la reputación de España mejoró en índices un 7.5% de 2011 a 2012 (p. 18, 2013). Las mejores puntuaciones en los rankings de reputación internacional de 2010 (p. 23, 2010) procedían de países como Rusia, Francia (país número 8 en su ranking) y Alemania. La valoración de España en los EEUU en 2010 habría sido parecida a la otorgada en países como el Reino Unido o Canadá (puesto número 14). En 2012 y ordenados de mayor a menor puntuación, otorgarían mejores puntuaciones a España que la media del G8: Puerto Rico; Francia; Alemania; Rusia; Méjico; Reino Unido; India; Italia, Canadá y EEUU. Los países que nos valoran peor que la media del G8, ordenados de mayor a menor puntuación en 2012, serían: Corea del Sur; Indonesia; China; Japón; Vietnam; Perú; Panamá; Argentina, Colombia y Chile (p. 25. 2013). Además, tanto las puntuaciones de los asiáticos sobre España como las de los iberoamericanos para los atributos del *Pulse*, son bastante peores que la de los países del G8, la distancia geográfica e incluso cultural se deja notar.

---

<sup>1749</sup> PRADO, FERNANDO y NOYA, JAVIER, "¿Cuánto ha empeorado la imagen de España?", Madrid, documento de trabajo del Real Instituto el Cano del Área de Imagen Exterior de España y Opinión Pública, referencia ARI 158/2011, 2011 (29.11.11), 8 páginas. En el ranking del Reputation Institute en los países del G8: China ocupa la posición 46, de las más bajas; Taiwán la 27. También es interesante indicar que en los indicadores de Gobernanza del Banco Mundial, España gana bastantes posiciones frente a China con relación a todas las dimensiones de Gobernanza, desde la Corrupción y el Imperio de la Ley hasta la efectividad de su Gobierno (Fuente: Worldwide Governance Indicators, Banco Mundial). Véase la comparación en la Tabla 11, del capítulo I.

<sup>1750</sup> ANONIMO, "French Companies in China, Francophobia", *The Economist* (Londres, 27.09.2008), p. 67.

<sup>1751</sup> ANONIMO, "China abolishing Laojiao system? Not likely", editorial, *China Daily* (Pekín, 01.03.2007).

<sup>1752</sup> ANONIMO, "Harry Wu: Life in the labor camps", Nueva York, *Forbes*, diciembre, volumen 1, 1997, p. 168

<sup>1753</sup> BANDURSKI, D, "Pulling the Strings of China's Internet", *Far Eastern Economic Review*, diciembre, 2007, páginas 18-21. STEVENSON-YANG, ANNE, "The Curse of the Chinese Internet", *Far Eastern Economic Review*, Hong Kong, abril, 2007, páginas 41- 44, y TAYLOR, R, "The Great Firewall of China", en el sitio web de la BBC (Londres, 06.01.2006) en < URL: [http://news.bbc.co.uk/2/hi/programmes/click\\_online/4587622.stm](http://news.bbc.co.uk/2/hi/programmes/click_online/4587622.stm) >, (accedido el 1 de marzo de 2008). MR. X, "China's Holistic Censorship Regime", *Far Eastern Economic Review*, Hong Kong, mayo, 2008, páginas 21-24.

<sup>1754</sup> HOLZ, C.A., "Have China Scholars All Been Bought?", Hong Kong, *Far Eastern Economic Review*, abril, 2008, pp. 36-41.

<sup>1755</sup> Véase el epígrafe IV.1.5 más adelante.

<sup>1756</sup> NOYA, JAVIER, "La Imagen de España en China", en AAVV, *Anuario Asia Pacífico 2010*, coordinado por Oriol Farrés, Barcelona, edición al cargo de Casa Asia, CIDOB e Instituto El Cano, 2011, 437 páginas, pp. 453-457.

El problema fundamental de España estaría en Iberoamérica (p. 98, 2010 y pp. 19-20, 2012). La caída de España en los índices del Rep Trak sería tanto más preocupante si se tiene en cuenta el enorme esfuerzo de Ayuda al Desarrollo que durante generaciones ha realizado la Cooperación española en Iberoamérica, y el hecho de que España tenga una de las tasas de emigrantes iberoamericanos sobre la población total más altas del mundo desarrollado. En España residirían millones de emigrantes iberoamericanos, a los que se les habría dado empleo y refugio durante lo peor de diferentes crisis en países como Ecuador o Argentina. Intuimos el comportamiento de España para con las naciones iberoamericanas como bastante aceptable con relación a otros países receptores de emigrantes. Cierta síndrome de "*Nuevo Conquistador*", pueda haberle dañado a España, dada la gran presencia de grandes empresas españolas en Iberoamérica, principal destino de la IDE española. España invierte en estos países en sectores políticamente sensibles como son las telecomunicaciones, la electricidad y las petrolíferas: este fenómeno se podría haber puesto de manifiesto durante la nacionalización de la empresa Repsol en Argentina: Repsol YPF ya significaba el 25% de los ingresos de la multinacional y las inversiones de los últimos cinco años importaban 8300 millones de dólares <sup>1757</sup>. Situación escandalosa. dada la impresión de deslealtad a la Madre Patria, durante su peor crisis económica desde 1929: los activos expropiados a Repsol fueron vendidos a la empresa americana *Chevron*, con efectos negativos potenciales en la confianza para la IDE en Argentina <sup>17581759</sup>.

La gestión de la imagen de España sería deficiente en el ámbito "*comercial*" (p. 98, 2010). Desde luego, si hubiera muchas empresas españolas que no quisieran que sus marcas se asocien a la Marca España, la visibilidad de España difícilmente pueda mejorar. Este es el caso de BMW o Mercedes, asociados a Alemania, aumentando su "*visibilidad*" a escala global (p. 99, 2010): En Malasia y Singapur, las carreteras están llenas de utilitarios alemanes de alta cilindrada y prestigio, verdadero símbolo de estatus en las comunidades chinas: o se tiene uno o no se es "*nadie*". Leiva y Vara, inciden en que algunas marcas como Banco Santander, BBVA, Telefónica e IBERIA habrían sabido "*desligarse*" de la imagen de España, ya que su reputación no habría sido dañada por lo que entendían en 2011 como "*derrumbe de la reputación de España*"<sup>1760</sup>, y sólo las tres primeras tendrían la suficiente visibilidad en los medios de comunicación más influyentes a escala global. ZARA sería la marca de productos de moda mejor conocida según la consultora Interbrand<sup>1761</sup> (sistemas ERP, logísticos y de marketing "*just in time*" a escala global, envidiables), con una subida del 18% en tiempos de crisis, en la posición 37 del ranking; Banco Santander ocuparía la número 76, el mejor banco del mundo en la categoría "*Retail*" en el año 2012 según la revista *Euromoney*. La imagen de un país antecede a la reputación de la

---

<sup>1757</sup> ANONIMO, "Preguntas y Respuestas sobre Repsol", Página web de la RTVE, 17.04.2012, disponible en línea en <URL: <http://www.rtve.es/noticias/20120417/preguntas-respuestas-sobre-posible-nacionalizacion-ypf-filial-repsol/515796.shtml> >, (accedida el 20.11.13)

<sup>1758</sup> JOHNSON, MILES, "Repsol attacks Chevron over 'scandalous' Argentina investment", *Financial Times Online (FT.com)*, Londres, 24.07.2013, disponible en la base de datos en línea de la Proquest Research Library (accedida el 22.11.13)

<sup>1759</sup> ANONIMO, "The Double-Edged Sword of the Spanish Brand", Pennsylvania, EEUU, Página Web de la Wharton School de Negocios de la Universidad de Pennsylvania, sección "Knowledge@Wharton", 11.04.2004, disponible en línea <URL: <http://knowledge.wharton.upenn.edu/article/the-double-edged-sword-of-the-spanish-brand/>>, (accedido el 15.11.13).

<sup>1760</sup> LEIVA, RICARDO, "La imagen de España en la prensa económica de referencia mundial: Análisis de la presencia de España en The Wall Street Journal y Financial Times", resumen de la tesis supervisada por Alfonso Vara, Madrid, Corporate Excellence, 11 páginas, pp. 2 y 6. Alfonso Vara es profesor asistente del Centro de Estudios de Intangibles de la Universidad de Navarra.

<sup>1761</sup> AAVV, "Best 100 Brands, 2012", Londres, Informe de la Consultora Interbrand sobre las marcas más importantes a escala global", 212 páginas, p. 37 y p.31.



empresa, influyéndola, luego desvincularse de ella puede ser una estrategia razonable, en un escenario a corto plazo de riesgo de la reputación nacional y pérdida relativa de prestigio coyuntural. Sin embargo, a largo plazo, no parece ser una estrategia demasiado inteligente: este es un camino de "ida y vuelta", la reputación nacional también se nutre de la reputación de cada una de las empresas nacionales que asocian su imagen de marca a la Marca España<sup>1762</sup>. Esto será especialmente importante cuando el ciclo económico cambie y las cosas vayan bien. Estamos ante la imagen sector-país.

Tabla 85  
Posición de España en el ranking del estudio Country Rep Trak en Iberoamérica

<i>A. Atributos de calidad de vida</i>	<b>2012</b>
1. Variedad de ocio y entretenimiento	8
<b>2. Gente amable y simpática (variante de 2012)</b>	<b>10</b>
3. Estilo de vida atractivo	9
4. Belleza del entorno natural	7
<i>B. Atributos de economía y cultura avanzadas</i>	
<b>6. Marcas y empresas reconocidas de origen</b>	8
<b>7. País tecnológicamente avanzado e innovador</b>	10
<b>8. Bienes y servicios de alta calidad</b>	8
8. Gente bien educada y confiable (2012)	9
9. Aportación a la cultura global	7
10. Sistema Educativo (2012)	8
<i>C. Atributos de Gobierno</i>	
11. Participante responsable en la comunidad global	9
12. Políticas de mejora para el bienestar social	11
13. Dirigido por un gobierno eficaz	11
<b>14. Entorno económico favorable</b>	<b>13</b>
15. Uso eficiente de los recursos públicos (2012)	8
16. Es un lugar seguro (2012)	13
Fuente: Índice Pulse del Modelo Country Rep Trak (2010 y 2012)	

España en 2010, tampoco tendría la suficiente visibilidad en foros o medios internacionales como puedan ser el *Foro de Davos* o la prensa económica internacional anglosajona, como es *Financial Times*, lo que para EICano habría tenido impactos muy negativos tanto en la imagen como en la economía españolas. Para Corporate Excellence, España sería una de las naciones más desarrolladas del mundo, debería de estar en proximidad a las demás del G8: España se sitúa entre las naciones más desarrolladas, existiendo una falta patente de su visibilidad, luego no sería explicable que países como Italia, con ciertos indicadores de desarrollo

<sup>1762</sup> ANONIMO, "Cómo la reputación de un país ayuda o dificulta la internacionalización de la reputación de una empresa", Madrid, documento de estrategia de Corporate Excellence, Centre for Reputation Leadership, referencia I26/2012, 5 páginas, p.1 y p. 5.

económico más bajos que los de España, reciban una consideración mejor que la de España en bastantes atributos del Country Rep Trak (p.98, 2010). Las oportunidades de reputación existen, por contar con unos atributos económicos poco "visibles", donde la realidad superaría a la percepción internacional para mejorar la imagen de España, pero no existiría liderazgo para aprovecharlas.

No sólo es que no se asocien las marcas como españolas, si no que en algunos países (EEUU<sup>1763</sup>, Malasia y Singapur) ni siquiera se conocen los productos, marcas o soluciones altamente competitivos de exportación españoles de alta tecnología y diseño. El (ICEX) identifica al mercado norteamericano como prioritario para acciones de promoción sobre las posibilidades que España ofrece (EEUU se entiende como un "escaparate global" por su tamaño y su alcance para la Marca España. En las postrimerías de la crisis financiera de 2008, la imagen de España habría mejorado sustancialmente en EEUU y a escala global, por el ciclo económico extraordinariamente positivo de 1994 a 2008. Tanto los grandes éxitos gastronómicos<sup>1764</sup>, del vino<sup>1765</sup> y el delicatessen; como los del fútbol y otros deportes o los actores y directores españoles en Hollywood (*Julio Iglesias; Bardem: Banderas, Penélope Cruz*), tienen un impacto muy positivo. El problema sería la cadena de transmisión entre estos éxitos y la exportación de productos españoles, la imagen de España como suministradora de productos de calidad, diseño y tecnología o la internacionalización de nuestras empresas. Dado el dominio de los contenidos americanos en la televisión, cines y librerías malasio singapurenses, un aumento de la visibilidad y la reputación de España en EEUU, seguro que tendría un impacto positivo en la imagen de España en Malasia y Singapur, y en gran parte de Asia. Entendemos pues que las asociaciones publicitarias de glamur hollywoodiense (*Penélope Cruz* es "española" y no "mejicana" o "latina"); estrellas del deporte, la moda, el lujo, agroalimentarios de delicatessen, con la tecnología; marcas; productos de calidad, diseño, podrían tener buenos resultados, como estrategia de comunicación novedosa, de los atributos "duros" de la Marca España, en países como Malasia y Singapur, alejándonos de otros estereotipos. También intuimos que si España se percibiera un país de "ganadores", en sintonía con la visión sino malasio singapurenses del Sueño Americano, la imagen de España mejoraría en estos países.

Para mitigar el problema de visibilidad de la Marca España en 2010, *Corporate Excellence* recomienda (p. 99, 2010), proyectar los éxitos de empresas tecnológicas punteras como *Indra, Abengoa* y *Telefónica*, de campañas publicitarias: Entre otras, en principio parecería una buena iniciativa la campaña "*Spain, Technology for Life*"<sup>1766</sup>, puesta en marcha por ICEX para resaltar los atributos de los productos y marcas españoles de alta

---

<sup>1763</sup>ANÓNIMO, "El Plan Made in/by Spain ha abierto una nueva etapa de cooperación económica y comercial entre España y Estados Unidos", en sitio web *ICEX Informa*, Madrid (24.03.2011), disponible en línea en (accedido el 11.03.2013) <URL: [http://www.icex.es/icex/cda/controller/pageICEX/0,6558,5518394\\_5519005\\_6366453\\_4468990\\_0\\_-1,00.html](http://www.icex.es/icex/cda/controller/pageICEX/0,6558,5518394_5519005_6366453_4468990_0_-1,00.html)>.

<sup>1764</sup> Fuente: "Cuatro restaurantes españoles entre los mejores del mundo según "Restaurant Magazine", Oficina Comercial de España en Londres, en *ICEX Informa*, Madrid, 24.04.2009, disponible en línea en: <URL: [http://www.icex.es/icex/cda/controller/pageICEX/0,6558,5518394\\_5518983\\_6366453\\_4211815\\_465,00.html](http://www.icex.es/icex/cda/controller/pageICEX/0,6558,5518394_5518983_6366453_4211815_465,00.html)>

<sup>1765</sup> ANÓNIMO, "Los vinos españoles reciben 24 medallas en el concurso mundial de Bruselas, España se proclama líder en la máxima categoría en el certamen internacional", *Caníbales, Revista Gastronómica Digital*, (Barcelona, 21.05.2013), disponible en línea en <URL: <http://www.7canibales.com/los-vinos-espanoles-reciben-24-gran-medallas-de-oro-en-el-concurso-mundial-de-bruselas/>>, (accedido el 07.11.2013). España gana 524 medallas y Francia 704: España tendría más "medallas per cápita" que Francia.

<sup>1766</sup> Nota: Los vídeos a los que se hace referencia son: "Spain, Technology for Life" del ICEX, disponible en línea en <URL: <http://www.youtube.com/watch?v=mcWJSWgRUtQ>>. Con sólo 719 visitas en Youtube habría recibido una atención mínima a 07.11.2013. Además se consultó el otro vídeo sobre tecnología española en el sitio Web del ICEX para esta misma

tecnología como oportunidad de reputación, haciendo énfasis en el liderazgo global de España en determinados sectores de alta tecnología o imagen, y asociando a esta la imagen de España<sup>1767</sup>. Sin embargo, encontramos indicios de deficiencias; problemas de estrategia; de concepto e incluso sobre la relación coste beneficio, y una falta de adecuación de las mismas para las particularidades culturales de los mercados asiáticos. En opinión de *Loy Teikk Inn*, Director de Marketing Estratégico del Grupo *Taylors*, la principal escuela de negocios de Malasia y Singapur<sup>1768</sup>, sobre los videos y sitios web de la campaña *Spain Technology for Life: "España produce muchas cosas, pero es líder en pocas"*. Sería difícil identificar a las múltiples empresas referidas con gran rapidez y asociarlas con sus sectores de actividad, incluso errores gramaticales en los créditos, en videos demasiado genéricos, con *"escasa información específica de utilidad"*. También tenemos una impresión superficial de cierta descoordinación entre las diferentes instituciones españolas de las acciones al cargo de promover los intereses de España en el exterior como son *Acción Cultural Española (ACE)*; *Instituto Cervantes*; el *Instituto de Comercio Exterior (ICEX)* (que cuenta con una presencia en la red y acciones promocionales estupendas con *Invest in Spain*; *"Foods From Spain"* y especialmente *"Wines from Spain"*, a juzgar por su presencia en ferias, concursos y degustaciones<sup>1769</sup>); *Turespaña*, los ministerios principales de España; y nuestras "embajadas" autonómicas como *ACCIÓ catalana*<sup>1770</sup> y *SPRI* del País Vasco (donde se llegan a proyectar imágenes erróneas de estados nacionales inexistentes, que confunden a las audiencias). Lógicamente para poner en marcha campañas efectivas sobre la imagen de España, lo primero es saber si se quiere pertenecer a España. Además se ofrecen muy distintas imágenes de España, para propósitos muy diferentes: sería estupendo poder coordinar estas campañas publicitarias e introducir cierto orden, cierta estrategia para incorporar objetivos concretos conducentes a la promoción de los intereses económicos de España, prioritarios en tiempo de crisis. Siguiendo a Javier Noya<sup>1771</sup>, cada agencia estaría produciendo sus propios contenidos online y offline; ruedas de prensa, misiones; eventos, asistencia a ferias, sin tener en cuenta lo que hace la otra. La ausencia de estrategia conjunta tiene implicaciones presupuestarias en tiempos de crisis y estrecheces, partiendo de los objetivos de las acciones; la selección de los países objetivo de las campañas, hasta el solapamiento de acciones promocionales y

---

campaña, sponsorizada por el *Massachusetts Institute of Technology (MIT)* tecnologías españolas: "Mit "Technology Review, Introducing Technologies from Spain" en (accedidos el 20.10.13), en <URL: <http://icex.technologyreview.com/media/introducing-technologies-from-spain/>>.

<sup>1767</sup>ANÓNIMO, "Presentación del Plan "Made in / Made by Spain", ICEX, Madrid, marzo, 2009.

<sup>1768</sup>Correo electrónico de Loy Teik Inn (Loy Hean Heong) al investigador, de 14.08.13: *"I have to say that it was not impressive. All I got is that Spain produces many things but is a leader in very few. The things that you do seem to lead in is based on infrastructure development such as transportation, water treatment and construction. Never once did the video ever showcase the names of the companies so I don't even know who they are talking about.... Honestly, from a professional standpoint my impression is that the developers of the video were either too lazy to be specific or they could not find enough information so they had to generalize the information. They even had a grammatical error by saying "Ard" instead of "th"*. Loy Teikk Inn del Grupo *Taylors* (que pertenece a su familia), es uno de los mejores expertos en Marketing en Malasia. Véase su sitio web en <URL: <https://www.malaysiaresume.com/contribute/loy-hean-heong>>, (accedido el 24.12.2015).

<sup>1769</sup> Fuente: sitios web de "Foods from Spain" en <URL: <http://www.foodsfromspain.com>> y "Wines from Spain" en <URL: <http://www.winesfromspain.com>> (accedidas 13.07.2013). La estrategia de redes sociales de estas campañas es encomiable se ofrecen información puntual de las acciones; videos promocionales, ferias, concursos, etc. En una foto entrañable de una chef china que gana el concurso internacional de tapas del ICEX español, transpira la idea de que España es un país amable simpático, donde pasárselo bien: una línea alternativa a las campañas francamente aburridas y serias de otras instituciones.

<sup>1770</sup> Fuente: sitio web de ACCIÓ, agencia de promoción de las exportaciones de la Generalidad de Cataluña: no se encuentra la palabra España por ningún lado, disponible. Lo mismo se observa en el sitio web de la agencia equivalente en el País vasco (no aparece "España" en sus datos de contacto. Disponibles en <URL: <http://accio.gencat.cat/cat/>> y <URL: <http://www.spri.es/en/quienes-somos>>, (accedidas el 07-11-2013). Existe aún más confusión cuando se usa ".cat", en lugar de ".es", como dominio en la red de la agencia catalana.

<sup>1771</sup> PRADO, FERNANDO, "La reputación de España en el mundo", Madrid, Instituto de Activos Intangibles, informe desarrollado por Fernando Prado (del Reputation Institute) y coordinado por Angel Alloza (del IAI), con la colaboración del Reputation Institute y el Instituto de Activos Intangibles (IAI), 2009, 100 páginas, p. 46.

duplicación de gastos. Las mismas acciones promocionales en la Web y en vídeo se ponen en marcha en muy diferentes países, con diferentes stakeholders (cultura; intereses; influencia; relevancia para los intereses de España; situación geográfica exacta; proximidad a los stakeholders estratégicos), y entendemos no se adaptan los medios promocionales a los mercados de destino, en este caso a los de la ASEAN.

Para Simon Anholt<sup>1772</sup>, no existe evidencia empírica de la existencia de una relación directa entre: la puesta en marcha de campañas de Marketing en un pasado para crear o modificar una o mejor imagen del país en la mente de los ciudadanos de otro, y la mejora de ese país en los rankings de marca país (aunque concede que los esfuerzos para promover sectores como el turismo, al estilo de *Turespaña*, la agencia de promoción del turismo española a escala internacional, pueden muy efectivos, aunque no afecten de forma perceptible el "valor" de la marca país) En suma, lo que funciona para vender automóviles o vacaciones en el campo de la empresa, las técnicas de marketing empresarial ad hoc, no sirve para "vender" un país. Para Anholt, la imagen país no se puede "inventar" o "construir", si no que se tiene que "ganar", luego existirían mecanismos que permiten a ciertos países o lugares mejorar la rapidez, eficiencia y efectividad con la que alcanzan una "imagen mejor". Aparecería un problema: haberle llamado "marca" a la marca-país, lo que sólo sería una metáfora conveniente para lo que posiblemente sólo fuera la "identidad competitiva internacional" de un país. Para Anholt, una cosa es que un lugar pueda tener "imagen de marca" y otra, muy distinta es que, siguiendo técnicas del Marketing empresarial, a un país se le pueda conferir una "marca". Para Anholt, poco de lo que se pueda saber sobre la promoción de marcas en el campo del Marketing (*Branding*) empresarial es transferible al campo de la Marca País.

Tabla 86

**Los cinco componentes de la "identidad competitiva" de las naciones de Simon Anholt**

1. Un país se debe de <i>relacionar con el mundo exterior (u otros países) de una forma coordinada</i> si desea influir la opinión pública. Una coalición productiva y robusta entre el Gobierno, el mundo de los negocios y la sociedad civil, así como contar con nuevas instituciones y estructuras para mantener este comportamiento, es necesario para alcanzar esta armonización de fines, temas, comunicaciones y comportamientos en el largo plazo.
2. La noción de <i>imagen de marca</i> es crítica: la reputación comprendida como un fenómeno externo, incluso cultural, que no está bajo control directo del "dueño" de la "marca" pero que, sin embargo, es un factor crítico subyacente a toda transacción entre la marca y sus consumidores.
3. La noción de <i>valor de la marca</i> es crítica: la idea de que la reputación es un activo enormemente valioso que puede ser gestionado, medido, protegido, aprovechado y promovido en el largo plazo.
4. La noción de <i>propósito de marca</i> es crítica: la idea de que unir a grupos de personas en torno a una visión estratégica puede crear una dinámica potente para la mejora, y que la gestión de la marca es el primer proyecto <i>interno</i> y el más importante.
5. La importancia de la <i>innovación sostenida y coherente</i> en todos los sectores de actividad nacional si se quiere influir a la opinión pública: la opinión pública internacional, y por tanto los medios de comunicación, están bastante más interesados en cosas nuevas que sugieran una tendencia de desarrollo y habilidad, clara y atractiva, en un país o una ciudad, que sacarle lustre a glorias pasadas."
Fuente: ANHOLT, SIMON, "Place branding: Is it marketing, or isn't it?", en <i>Place Branding, and Public Diplomacy</i> , Houndmills, Basingstoke, Hants, Reino Unido, Routledge, n° 4 de 2008, pp. 1-7.

<sup>1772</sup> Op.cit., ANHOLT, SIMON, 2008, pp. 1-6.

En este campo, donde las políticas juegan un rol central, "*las acciones hablarían más que las palabras*", abarcando disciplinas como las Relaciones Internacionales; la Diplomacia; las Relaciones Culturales y otros aspectos. En suma, sería necesario un tipo de "Marketing" completamente distinto al comercial para promover la marca país. La "*identidad competitiva*" se podría mejorar a través de cinco componentes de la Tabla 86. El problema sería desentrañar por qué aquellos países que han aplicado las políticas correctas sufren de una reputación negativa (o no todo lo buena que pudiera ser, como parece ser el caso de España<sup>1773</sup>). Anholt cree que las políticas por sí solas no sirven para persuadir a los públicos extranjeros de que abandonen prejuicios y percepciones que en el caso de la imagen país, que cambian con gran dificultad. Según Anholt, la respuesta está en la necesidad de "*sustancia*" aparejada con una "*estrategia*" y "*acciones simbólicas*" frecuentes para mejorar la reputación nacional (Tabla 87):

Tabla 87

**Estrategia, sustancia y acciones simbólicas para mejorar la identidad competitiva de las naciones**

<p>1º <i>Estrategia</i> sería saber donde está un país (su realidad según las percepciones externas e internas, ya que no es igual como nos vemos que como nos ven y quién nos ve y en qué país); a donde quiere ir; y saber cómo quiere llegar a ese sitio. El problema sería reconciliar las necesidades y deseos de los diferentes actores en una dirección común, e identificar objetivos tanto factibles como inspiradores, requerimientos que a menudo serían contradictorios.</p>
<p>2ª <i>Substancia</i> sería la ejecución de la estrategia en la forma de actividades nuevas en los órdenes políticos; legales; políticos; culturales y educacionales: Las nuevas innovaciones; estructuras; legislación; reformas; inversiones; instituciones y políticas con las que se alcanzará el cambio.</p>
<p>3ª <i>Acciones simbólicas</i>, serían variantes específicas de la sustancia que tienen un poder comunicativo intrínseco: innovaciones; estructuras; legislación; reformas; inversiones; instituciones o políticas que sean especialmente sugestivas; memorables; notables; pintorescas; atraigan la atención en titulares; de actualidad; poéticas; conmovedoras; emblemáticas de la estrategia; que sean al mismo tiempo un componente de la "relato" del país y los medios para contarlo. El impacto del poder simbólico de una acción sería impredecible, puesto que dependerá del contexto en el que aparece; el "estado de ánimo" de la cultura de la audiencia y sus percepciones de partida sobre el país del que parte.</p>
<p>Las <i>acciones simbólicas para mejorar</i> la "<i>identidad competitiva</i>" de un país se podrían planificar:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Deberían emanar de <i>tantos sectores como fuera posible</i>, para crear una imagen <i>creíble y completa</i>.</li> <li>2. No deben estar <i>vacías</i>, deben comunicar sustancia, no deben ser mera comunicación (no pueden ser "retórica vacía").</li> <li>3. Deben continuar con una <i>sucesión constante no interrumpida</i> a lo largo de los años. Hay que reforzar la acción inicial en el tiempo con otra que es prueba de lo notable que es el país que la produce, o el público internacional la olvida con facilidad.</li> </ol>
<p>Fuente: ANHOLT, SIMON, "Place branding: Is it marketing, or isn't it?", en Place Branding, and Public Diplomacy, Houndmills, Basingstoke, Hants, Reino Unido, Routledge, n° 4 de 2008, pp 1-7.</p>

<sup>1773</sup> Véase el epígrafe IV.2.2: España sería un país "bueno para vivir y visitar, pero no sería bueno para trabajar", según el modelo Country Rep Trak.

Los tres componentes se deben de dar a la vez, en caso contrario el Gobierno que las implemente perderá popularidad con rapidez: Una estrategia con *substancia*, pero sin *acciones simbólicas*, difícilmente podría prosperar, ya que las estrategias suelen centrarse en el campo privado y la sustancia suele ser bastante aburrida para el público receptor, y sin el poder comunicativo de las acciones simbólicas lo más probable es que el país mantenga una imagen, vieja, distorsionada y pervivan los clichés durante generaciones; la *estrategia sin substancia* sería mera invención (en el sentido de relaciones públicas engañosas), la de gobiernos débiles que hacen planes sin fundamentos sólidos; la *estrategia sin substancia pero con acciones simbólicas* es propaganda o mera manipulación, intenta confundir al público en la era de la Internet, la crítica sería inmediata. Un país debe de poner énfasis en aquellas políticas que signifiquen "*innovación sostenida y coherente en todos los sectores de actividad nacional*", frente a aquellas que causen un mayor impacto inmediato en la opinión internacional sobre el relato del país (una buena publicidad sólo consigue que un mal producto pierda cuota de mercado más rápido, lo mismo se podría decir para la reputación de los países). Finalmente, el tamaño, la ambición o el coste de las acciones no serían proporcionales a su valor simbólico. Anholt pone por ejemplo a un conjunto de rascacielos que simplemente comunican riqueza y arrogancia, y pueden tener menos valor simbólico que una fuente, como es el *Manneken Pis*: El público internacional estaría prestando bastante menos atención al gigantesco *Atomium* de la *Euroatom* que a esta pequeña estatua del siglo XVII en Bruselas. Otro ejemplo, sería el hecho de que las inversiones millonarias del Gobierno Laborista de *Tony Blair* en la Seguridad Social británica, tuvieran menos importancia para la opinión pública, que la noticia de que un sólo paciente se quedara sin cama y atención temporalmente en un hospital de su Servicio Nacional de Salud (NHS).

Por el contrario, *Ollins* también cree que las técnicas para promover la imagen competitiva (marca-país) de un país difieren a las de los productos o instituciones (marca de empresa, marca de producto), pero muchas de las técnicas son similares. Esto es así, ya que: "[...] *Las personas son personas, trabajen en una empresa o vivan en una nación, y eso quiere decir que pueden ser motivadas e inspiradas y manipuladas de la misma forma, utilizando las mismas técnicas*"<sup>1774</sup>. *Ollins* considera que este es un tema controvertido, y las dificultades para construir una buena marca país partirían de la falta de sintonía de dos grupos de interés privilegiado: del esnobismo de académicos y expertos sobre el mundo de los negocios (podríamos también extenderlo a los diplomáticos no especializados en temas comerciales y económicos), y la ignorancia del mundo de los negocios de la historia de sus propios países, de su política e incluso de la historia de sus propias empresas. En la promoción de marcas comerciales o empresas, los hombres de negocios utilizarían la creación de mitos; lenguajes especiales y entornos, e incluso héroes como *Richard Branson*<sup>1775</sup>, para reforzar la lealtad de sus stakeholders (inversores; comunidades, inversores), técnicas que *Ollins* entiende como muy parecidas a aquellas utilizadas en la construcción de la marca-país. Para los académicos, diplomáticos y altos funcionarios, las actividades comerciales estarían desprovistas de valor intelectual; social o cultural: el concepto y promoción de nación no debería de asociarse con las actividades comerciales de sus hombres de negocios. Las marcas comerciales globales como *Nike* o *Apple* (véanse los párrafos anteriores sobre economías de alcance y

---

<sup>1774</sup> Op. cit., OLLINS, WALLY, 2002, pp. 241-248 (en pp. 246-248).

<sup>1775</sup> Nota: véase el blog del empresario *Richard Branson*, propietario del Grupo Virgin.

competencia monopolística) serían asociadas por este grupo con trivialidades groseras, comerciales, transitorias y baratas, que se suponen superficiales e insignificantes. Sin embargo, la nación significaría una realidad permanente, altamente significativa con connotaciones emocionales y espirituales. Nada más lejos de la realidad, según *Ollins*, el marketing aparejado al *Product Branding* de teléfonos móviles; ordenadores; bebidas no alcohólicas y zapatillas de deportes, y otras "*trivialidades*" aparentemente insignificantes a ojos de estos grupos, le darían verdadero valor emocional y espiritual a la vida de muchas personas (basta ponerse a la puerta de una tienda *Apple* cuando se lanza el último modelo de teléfono *Iphone* u ordenador en todo el planeta). Muchas marcas serían un factor determinante en la creación de un sentimiento de identidad, de pertenencia, parecidos a los asociados con la nación.

Siguiendo a estos dos pensadores: es posible que no se esté ni coordinando ni utilizando los mejores medios promocionales (*Ollins*), y que España tenga bastante *sustancia* (*Anholt*), pero que no se sepan identificar y comunicar bien las *acciones simbólicas* adecuadas para maximizar el valor de la Marca España. Centrémonos en lo que los dos autores consideran efectivo, las acciones para la promoción sectorial. Pasamos a evaluar algunas campañas promocionales relativas a la marca España. Entendemos que las campañas "*Spain, Technology for Life*" de ICEX, y "*I need Spain*" son genéricas y multipropósito<sup>17761777</sup>, relatos minimalistas completamente impersonales, en la línea de las tendencias publicitarias modernas de las multinacionales: pues lo mismo se podría estar en un país oscuro y nórdico indiferenciado. Resulta bastante difícil relacionar la personalidad bastante diferenciada y diversa de España (o su *substancia*, en términos de *Anholt*), con estas campañas para que se aprehendan los atributos únicos de nuestra marca en pos de la necesaria diferenciación de nuestra marca país (España no es Francia o Italia). En la página maravillosa de información de España de *Turespaña*<sup>1778</sup>, con contenidos y organización magníficos, parece que se estuviera en el Sur de Francia o Inglaterra: es difícil quitarse de la cabeza la impresión de "*filtro sepia*", que le quita la luz magnífica a esos cielos azules españoles, llenos de vida. En sus anuncios promocionales y fotos, parecía que estuviéramos en "*invierno*". Una visión que pueda parecer carente de color; gracia, tecnológica, ascética e higiénica, ordenada y con colores planos, como si de un catálogo de IKEA se tratara. Es una España a la que le hubieran quitado a propósito la fortaleza, el gas. Una España "*limpia*" y por qué no decir "*santa*" pero sin iglesias (ni una sola referencia a la religión mayoritaria en España), aburrida y sin romanticismo de ningún tipo, sin doblez y sin pequeñas pero geniales imperfecciones. Otra cosa serían los vídeos promocionales de sectores económicos, como puedan ser los de sectores industriales del ICEX, algunos de ellos excelentes, o los de asociaciones de exportadores como AMETIC (sería estupendo poder transmitir contenidos parecidos, intentar crear asociaciones convenientes con la marca España en la variedad de soportes promocionales, en papel; vídeo y sitios web, de todas las instituciones de promoción de la internacionalización, desde la Secretaría de Comercio Exterior al Consejo de Cámaras de Comercio, con especial atención a las españolas en el extranjero).

---

<sup>1776</sup> Fuente: TURESPAÑA, presentación de la campaña online de Turespaña "I need Spain" de 2011, de la Consultora McCann Ericsson, disponible en línea en Youtube en <URL: <http://www.youtube.com/watch?v=4M2vcdvvNIw> >, (accedida el 07.11.13).

<sup>1777</sup> Fuente: Entrevista personal con *Angela Castaño Cabañas*, en la oficina de Turespaña en Singapur (1.11.2013; 11.00 AM), directora de la Oficina de Turespaña en Singapur para el Sudeste Asiático Australia y Nueva Zelanda. Castaño piensa que el mismo slogan es absurdo ("*I need Spain*" o sea "*necesito a España*"), pues no entiende como se podía "necesitar" a España cuando las cosas iban tan mal en materia económica, como se desprende del aluvión de noticias negativas que estarían llegando a Singapur: según Castaño, en todo caso sería lo contrario.

<sup>1778</sup> Fuente: sitio web de información turística de España de Turespaña, disponible en < URL: [www.spain.info](http://www.spain.info) > (accedida el 15.10.13).

Por otra parte, en las campañas de *Turespaña*, la agencia española de promoción del turismo internacional, se ofrece una imagen moderna y europea de España, con una presencia mayoritaria de imágenes sobre Cataluña, ajustados a los mercados del Norte de Europa y EEUU<sup>1779</sup>, donde la imagen turística de España ya está consolidada, cuando realmente son los mercados asiáticos, del Este o iberoamericanos los que más crecen, y probablemente vayan buscando<sup>1780</sup> otra España. Los chinos de la RP China, probablemente vayan buscando (aparte de cultura, exotismo y "pasión"), la calidad de vida; las zonas y centros comerciales; las tapas; el exotismo y el restaurante gourmet; la simpatía y la fiesta, los toros, la fiesta y la calle. Los de Malasia y Singapur buscarían comer; calle ("*jalan jalan*" en malayo o "irse de farra"); tapas, fiesta y sobre todo centros comerciales. A juzgar por la invasión de turistas chinos en Madrid y Sevilla en 2015, el turista chino de hoy no sólo parece interesado por irse de compras en el entorno afrancesado, precioso, del *Quadrat D'Or* modernista de Barcelona: gastan mucho dinero, probablemente más que los europeos en compras, hasta 3000 Euros por turista.

En suma, se observa cierta tristeza, laxitud y falta de energía en los relatos de la Campaña *I need Spain*, que recuerdan a películas francesas o norteamericanas modernas de cine estudio, una voluntad innecesaria de "modernizar" España privándola de autenticidad y alegría en imágenes desprovistas de atributos diferenciales "auténticos" de España: estos son unos turistas que no interactuarían con los españoles, no se aprovechan de la extraordinaria sociabilidad y hospitalidad de los españoles y su vida social. No se entiende contradicción entre los atributos de calidad de vida; turismo; comida; ocio; cultura específica; aportación a la cultura universal, expresados en los rankings, en los que España sobresale, y otros como la tecnología y las marcas nacionales, atributos que perfectamente se han sabido asociar países como Francia y los EEUU.

También surgen dudas sobre la efectividad y coste beneficio de las mismas: Se contratan a consultoras extranjeras como *McCann Ericsson*, que igual venden ordenadores que automóviles, habiendo consultoras españolas de la calidad, por ejemplo, *Bassat, Ogilvy & Mather*. Se llegó a contratar al mismísimo *Massachusetts Institute of Technology* (MIT) para promover la tecnología española, que se supone no debe haber salido "barato", habiendo empresas e instituciones educativas nacionales en el campo de los negocios y la tecnología de enorme prestigio, como puedan ser *IESE; el Instituto de Empresa. ESADE*<sup>1781</sup> o *Telefónica I+D*<sup>1782</sup>, con gran respeto internacional. Aquí se trata de utilizar a instituciones extranjeras para o bien vehicular o bien avalar la imagen de España, lo que aparte de su coste, suscita dudas a nivel de su conveniencia para los intereses estratégicos de España.

---

<sup>1779</sup> NAROTZKY, VIVIANA, "Selling the Nation: Identity and Design in 1980s Catalonia" *Massachusetts Institute of Technology, EEUU, Design Issues*, volumen 25, nº 3, verano de 2009, pp. 62-75.

<sup>1780</sup> Fuente: Para los mercados asiáticos existe un indicador en el sitio web de Bloomberg ("Bloomberg indicators"), así como abundante documentación, de todo tipo, en el Instituto de Estudios Turísticos.

<sup>1781</sup> Fuente: Ranking del *Financial Times* 2013 de programas de MBA en escuelas de negocios. Dos instituciones terciarias españolas, IESE e Instituto de Empresa, se encontrarían entre las diez mejores a escala mundial. Disponible en < URL: <http://rankings.ft.com/businessschoolrankings/global-mba-ranking-2013> >.

Se pone por ejemplo a *Bassat, Ogilvy & Mather*, entre otras consultoras españolas de primera línea, en < URL: [http://www.grupobassatogilvy.es/#/comite\\_dir](http://www.grupobassatogilvy.es/#/comite_dir) >, (accedidos el 20.12.2013).

<sup>1782</sup> Nota: Telefónica I + D, es una de las empresas líderes en Investigación y Desarrollo en España, con un alcance netamente global, y significa la mayor parte de la inversión española de las TI en España según AMETIC.



Esto contrasta, marcadamente, con las estrategias de promoción de la marca país de, por ejemplo, Corea del Sur<sup>1783</sup>, cuyo poder económico y poder blando<sup>1784</sup> empieza a desplazar al japonés. Estrategias tremendamente exitosas, que intentan ofrecer una imagen cosmopolita, joven y dinámica de disfrute de la vida, quizá bastante menos refinada y culta, pero bastante juvenil, efectiva y pletórica de buen humor, simpatía y de referentes entrañables, humanos (características netamente españolas), a través del K-POP que arrasa en Asia, distribuido por los canales coreanos de televisión por antena parabólica. En este sentido, nos parece fantástico el canal KBS World, que se puede ver en Malasia en coreano con subtítulos en inglés. Esta sería una magnífica idea para los intereses de España, un canal en español con subtítulos en inglés, como también lo sería un canal de noticias español por antena parabólica en inglés. Un sólo video del artista coreano PSY, el archiconocido "*Gangnam Style*", registra casi 1800 millones de visitas en Internet (20.10.13)<sup>1785</sup><sup>1786</sup>, poniendo a Corea en el mapa, literalmente, a través de su impacto en la red. Cuando Ban Ki Moon, el Secretario General de las Naciones Unidas, posa con PSY, suben centenas de enteros los "*indicadores emocionales de la imagen país de Corea*" y su "*poder blando*". Ban Ki Mon, dijo: "*Pensaba que era el coreano más popular del planeta, pero ahora tenemos a PSY*". En la línea "culta" es francamente sorprendente la idea del aeropuerto de Incheon en Seúl<sup>1787</sup>, la "*Zona de la Cultura Tradicional Coreana*", por donde deambula a una troupe de actores vestidos con trajes coreanos de época, perfectos y de alto valor estético, que refleja exactamente un periodo de la historia coreana (desde un auto sacramental del barroco madrileño, castellllos y hasta una de feriantes sevillanos, cuando la necesidad acucia, la dignidad del hombre reside en servir, en agradecer). En suma, a la hora de elegir entre la Nouvelle Vague con aires de Britpop y Santiago Segura, parece que "*Torrente, el brazo tonto de la Ley*" nos parece una apuesta segura (desde luego el número de impactos va a ser bastante mayor para llegar a un público lo más extenso posible). España es un país bastante diferenciado de por sí, con mucha más fuerza; talento; creatividad; originalidad y, muy especialmente, simpatía y con gente con ganas de vivir, que lo que reflejan algunas de nuestras campañas institucionales.

Finalmente, se echaba en falta una mejor presencia de la Marca España en Internet y las redes sociales como puedan ser *Facebook* y *Twitter* en 2013: aunque haya mejorado algo desde entonces, los posts del *Alto Comisionado de la Marca España*, no estaban en sintonía ni con las nuevas generaciones, ni con las nuevas corrientes en Marketing. El sitio web en Twitter del Alto Comisionado contenía<sup>1788</sup> una serie de mensajes genéricos, sobre las múltiples dimensiones de la Marca País, que traspiraban la impresión de que no hubiera una estrategia clara de Marca España. En una búsqueda en Facebook, seguro que existía un sitio del Alto Comisionado de Marca España con el nombre "*Marca España*", a 07.11.13, pero no la pudimos encontrar. Si

---

<sup>1783</sup> LYNSKEY, DORIAN, "Britain's soft power is greater than Gangnam Style", *The Guardian*, (Londres, 19.06.2013), en <URL: <http://www.theguardian.com/commentisfree/2013/jun/19/britain-soft-power-greater-gangnam-style> >, (accedido el 21.10.2013).

<sup>1784</sup> KALINOWSKI, THOMAS y CHO, HYEKYUNG, "Korea's Search for a Global Role between Hard Economic Interests and Soft Power", Basingstoke, Reino Unido, *The European Journal of Development Research*, tomo 24, número 2, abril de 2012, pp 242-260.

<sup>1785</sup> CELLAN JONES, RORY, "Gangnam Style hits 1 billion views in Youtube", Londres, sitio web de la BBC Online (21.12.2012), en < URL: <http://www.bbc.co.uk/news/technology-20812870>>, (accedido el 22.07.2013).

<sup>1786</sup> ANONIMO, "Gangnam Style becomes YouTube's most-viewed video", BBC Online, Londres, 25.10.12, en < URL: <http://www.bbc.co.uk/news/technology-20483087> > (accedidos el 08.11.03).

<sup>1787</sup> LOFTUS, MARGARET, "The perfect flyover", Washington DC, EEUU, *National Geographic*, Noviembre de 2013.

<sup>1788</sup> Fuente: página del Alto Comisionado de la Marca España en Twitter < URL: < <https://twitter.com/MarcaEspana> > (accedidos el 08.11.13). A finales de 2015, sólo se habían puesto unos 3800 posts.

que sabemos desde 2015 que existe este sitio oficial, fácilmente identificable en Facebook. De hecho, para demostrar el error tan enorme que significó no mantener una presencia claramente diferenciada, eficaz y evidente en Facebook, el doctorando creó una página propia con el nombre "MARCA ESPAÑA", fácilmente accesible desde el buscador de Facebook: llegó a registrar 13300 visitas a la semana (520 seguidores y 2200 visitas el 07.11.13). La página de Twitter del Alto Comisionado, registró 677 twits (mensajes) desde su fundación, que son los mismos que el investigador, completamente sólo, puso en su MARCA ESPAÑA<sup>1789</sup> de Facebook en 5 semanas (actividad mínima). El sitio web del Alto Comisionado, recientemente modificada, a octubre de 2013 iba acompañada de una estética retro que recordaba a la de la SEAT en los años 70 (los malos diseños y funcionalidad de páginas Web, así como de todos los demás elementos de la identidad corporativa, se pagan bastante caros). Un país sin una buena relación coste-efectividad entre su estrategia para la presencia online y las redes sociales, pierde enormes oportunidades de reputación: animación de comunidades en Facebook; vídeos virales en *Youtube*, como el vídeo de PSY anterior o aquellos de coste mínimo a la "*No woman, no drive*" para denunciar la situación de discriminación de las mujeres en Arabia Saudita, que no pueden conducir, o como hacerle perder a la costosísima política de educación de las monarquías del Golfo Pérsico toneladas de "*capital de la reputación*" en pocos minutos<sup>1790</sup>; posicionamiento en buscadores en la red (*Google, Yahoo, Bing*), y otros métodos relativamente económicos para la trasmisión de potentes *acciones simbólicas*. Las nuevas generaciones piensan; se mueven; interaccionan y se socializan en tiempo real en la red: es un "*animal*" completamente distinto al de los medios publicitarios y promocionales convencionales, e incluso a los de la primera generación de Internet (canales de noticias, páginas Web y portales): es el domino de los nichos; la adaptación a los mercados de destino, las tribus y culturas urbanas y la rapidez en la trasmisión del mensaje. La presencia en la Internet de España, más allá de la insistencia sobre todo lo relativo a la crisis económica; política y social, se circunscribe a temas lúdicos, turísticos, deportivos, gastronómicos. Es bastante preocupante la imagen de España en la *Wikipedia*, donde aparecen errores; omisiones intencionales; rumores, en los que se obvia la presencia de España y su significación en la Historia Universal (p. ej., véase el artículo sobre la *Historia de los Estados Unidos* en la versión española<sup>1791</sup> a 13.11.2013). La gestión de la imagen país en la *Wikipedia* en español; inglés; francés, chino y alemán es de una gran importancia para los intereses españoles, puesto que esta es la fuente que usan la mayor parte de los internautas para documentarse apresuradamente sobre las características de los países. Una variante estratégica de poder blando que muchos gobiernos toman bastante en serio.

---

<sup>1789</sup> Nota: también registramos las páginas "BRAND SPAIN" y "SPAIN BRAND" en Facebook.

<sup>1790</sup> Fuentes: 1. ANÓNIMO, "The story Behind "No women, no cry"", *BBC Online*, Londres, 28.10.13, en < URL: <http://www.bbc.co.uk/news/magazine-24711649> > ,

2. Fuente: Sitio web de ALAA WARDI, músico iraní afincado en Arabia Saudita, en <URL: <http://www.alaawardi.com/> > ,  
3. WARDI, ALAA, "No woman, no drive", vídeo musical < URL: <http://www.youtube.com/watch?v=aZMbTFNp4wI> > , (accedidos el 11.11.2013). *Alaa Wardi* es el autor de la canción "*No woman, no cry*", en el vídeo.

<sup>1791</sup> Fuente: página web de la "Historia de los Estados Unidos", en la "Wikipedia", enciclopedia en línea, disponible en <[http://es.wikipedia.org/wiki/Historia\\_de\\_los\\_Estados\\_Unidos\\_de\\_Am%C3%A9rica#Norteam.C3.A9rica\\_precolonial](http://es.wikipedia.org/wiki/Historia_de_los_Estados_Unidos_de_Am%C3%A9rica#Norteam.C3.A9rica_precolonial)> (accedido el 13.11.13). En el artículo no existía una sección específica para la colonización española, y sobre España en los EEUU esto es el grueso de lo que se cuenta: "*Cinco siglos más tarde, la necesidad de incrementar el comercio y un error de navegación propiciaron un nuevo encuentro con el continente americano. A finales del siglo XV, había en Europa una gran demanda de especias, sedas y tinturas de Asia. Cristóbal Colón creyó erróneamente que podría llegar al Extremo Oriente navegando 6.400 kilómetros hacia el oeste partiendo desde Europa. En 1492 persuadió a los Reyes de España para que le financiaron el viaje. Colón navegó hacia occidente pero no llegó a Asia, sino a la isla de Guanahani en el Caribe, el 12 de octubre de 1492. Colón llegó a explorar la mayor parte del área caribeña; jamás alcanzó el Extremo Oriente, pero en cambio regresó a Europa con oro, y en el lapso de 60 años los aventureros españoles habían conquistado un enorme imperio en Centro y Sudamérica. Los españoles también fundaron algunas de las primeras colonias norteamericanas: San Agustín en Florida (1565), Santa Fé en Nuevo México (1609), y San Diego en California (1769).*" El artículo sólo contaba eso y nada más que eso en la fecha de acceso.

### 1.3 Los rankings Anholt-GfK Roper, HDM e IMD. Posición de España y evolución

El “Hexágono”, la metodología detrás del Índice de Marcas País Anholt-GfK Roper<sup>1792</sup>, es producto de la colaboración del consultor Simon Anholt con la consultora americana GfK Roper, como medida de la “identidad competitiva de las naciones” (Tabla 86 y Tabla 87 en el epígrafe anterior). Se basa en encuestas en 50 países, a través de las cuales se elaboran índices cualitativos en función de los resultados en torno a 6 dimensiones explicadas en la Tabla 88: “exportaciones”; “gobernanza”; “Patrimonio y cultura”; “la gente”, “turismo” e “inversión e inmigración”. Los índices nacionales permiten elaborar un ranking de naciones en función de su marca país, el NBI o “Nation Brands Index”. El Hexágono mide la “calidad” y el “poder” de la “imagen de marca” de cada país, en función de las seis dimensiones del polígono. La puntuación de cada país es una media de las puntuaciones obtenidas en encuestas para las seis dimensiones consideradas. Para cada dimensión, se utilizan de tres a cuatro preguntas con respuestas gradadas donde la puntuación “1” es la más baja y peor; “4” supone es la media (ni buena, ni mala), y “7” es la más alta y mejor.

Tabla 88  
El “Hexágono”, las seis dimensiones del ranking de marca país (NBI) Anholt-GfK Roper

1. <i>Exportaciones</i> : Determina la imagen pública de los productos y servicios de cada país y hasta qué punto los consumidores buscan de forma proactiva, los productos de cada país de origen.
2. <i>Gobernanza</i> : Mide como ven los ciudadanos del país a su Gobierno: nivel de competencia y justicia que se deriva de sus acciones; creencias sobre el Gobierno, así como la percepción ciudadana del compromiso gubernamental con asuntos globales como son la democracia; la justicia; la pobreza y el medio ambiente.
3. <i>Cultura y Patrimonio</i> : Revela percepciones globales sobre el Patrimonio (cultural, histórico y otros) y la valoración de la propia cultura, incluyendo el cine; la música; el arte, los deportes y la literatura.
4. <i>La gente</i> : Mide la reputación de la población de un país en términos de capacitación; educación, apertura a nuevas ideas; simpatía y amabilidad, así como los niveles de hostilidad potencial y discriminación.
5. <i>Turismo</i> : Mide el nivel de interés en visitar un país y el poder de atracción, valga la redundancia, de las atracciones naturales o aquellas producto de las actividades humanas.
6. <i>Inversión e inmigración</i> : Determina el poder de que la gente se sienta interesada en vivir, trabajar o estudiar en cada país, y revela cómo percibe la audiencia la situación económica y social de un país.
Fuentes: "The Anholt-GfK Roper 2014 Nation Brands Index Report" y New Zealand Trade and Enterprise (agencia de promoción de exportaciones del Gobierno de Nueva Zelanda)

<sup>1792</sup> Fuentes: "The Anholt-GfK Roper 2014 Nation Brands Index Report", New Zealand Trade and Enterprise (explicación del NBI y el Hexágono de la agencia neozelandesa de promoción de exportaciones), en <URL: <https://www.nzte.govt.nz/en/news-and-media/features/the-anholt-gfk-roper-2014-nation-brands-index-report/>>, y ANONIMO, "The Anholt-GfK Roper Nation Brands Index", en la página Web de la consultora GfK Roper, disponible en la red en <URL: [http://www.gfkamerica.com/practice\\_areas/roper\\_pam/nbi\\_index/](http://www.gfkamerica.com/practice_areas/roper_pam/nbi_index/)>, (accedidas 06.06.15)

Cada una de las seis dimensiones cuenta con una pregunta adicional, en la que hay que elegir las palabras, para permitir mejorar la comprensión de la imagen que tiene el entrevistado sobre el país de referencia. La encuesta de 2014 se llevó a cabo en 20 grandes naciones (desarrolladas y en desarrollo), y se realizaron 20.125 encuestas (al menos 1000 entrevistas por país). En las muestras-país se habrían ponderado factores como la edad; género y nivel educativo. En EEUU; Reino Unido, India y Brasil, se habrían tomado también en cuenta aspectos étnicos para ajustar la composición de la misma. En el NBI se mide la imagen país de 50 países: se expone a la muestra de cada país de forma aleatoria a los encuestados, cada uno de los cuales (excepto en Egipto), le da puntuación a 25 países. Los cincuenta países a puntuar se han elegido en función de la importancia política y económica de las naciones en términos geopolíticos, y los flujos comerciales; los negocios, la gente y las actividades turísticas. Los 20 países en los que se realizaron al menos 1000 encuestas en 2014 fueron: en Europa Occidental y América del Norte: EEUU; Canadá; Reino Unido; Alemania; Francia, Italia y Suecia; en Europa Central y del Este: Rusia; Polonia y Turquía; en Asia-Pacífico: Japón; India; Corea del Sur y Australia; y en Iberoamérica: Argentina, Brasil y Méjico, además de Egipto y Sudáfrica.

Tabla 89

**Dimensiones básicas en el Modelo HDM de Future Brand y posiciones de España en el ranking de 2012**

1ª. Conocimiento: ( <i>Top of the mind</i> <sup>1793</sup> ) (5ª) ¿Conocen las audiencias estratégicas que el país existe? ¿Cuán intensa es esta percepción en la mente de los entrevistados?	5ª
2ª. Familiaridad: (Familiaridad; Preferencia, Consideración en términos de visita): ¿Cuán bien conocen las audiencias el país y lo que puede ofrecer?	6ª
<u>Asociaciones</u> ¿Qué cualidades vienen a la memoria cuando se piensa en un país concreto?	VER Tabla 90
3ª. Preferencia: ¿Cuál es el nivel de la estima de las audiencias con relación al país? ¿Qué nivel de resonancia tiene este nivel de estima?	13ª
4ª. Consideración en términos de visita: ¿Se consideraría el país para una visita? ¿Se consideraría el país para realizar una inversión, adquirir o consumir sus productos?	7ª
5ª. Decisión/visita (6ª): ¿Hasta qué punto las percepciones de la gente se concretan esta visita el país o el establecimiento de relaciones comerciales con personas o empresas del mismo?	6ª
6ª. Recomendación de visita : Aquellas que visitan el país, ¿Se lo recomiendan a la familia, a amigos o colegas?	4ª
Fuente: "FutureBrand, Country Brand Index, 2012-2013", Sidney, Australia, Consultora Future Brand, 106 páginas, pp. 5-6 y 23-24, en: <URL: <a href="http://www.futurebrand.com/images/uploads/studies/cbi/CBI_2012-Final.pdf">http://www.futurebrand.com/images/uploads/studies/cbi/CBI_2012-Final.pdf</a> >.	

<sup>1793</sup> Nota: Se podría traducir por "*lo primero que viene a la mente*", del inglés original.

Tabla 90  
España, posición en el ranking para asociaciones seleccionadas del HDM 2010-2012

	2010	2011	2012
<i>Sistema de valores del país</i>	24	20	21
1.1 Libertad política			20
1.2 Respeto del medio ambiente			31
1.3 Sistema legal estable			23
1.4 Tolerancia		14	17
1.5 Libertad de expresión			19
<i>Calidad de vida</i>	21	20	25
2.1 Sistema Educativo			25
2.2 Sistema de Salud			25
2.3 Niveles de vida			27
2.4 Seguridad personal			31
2.5 Oportunidades laborales			46
2.6 Que mucha gente quiera vivir en ese país		8	20
<i>Bueno para hacer negocios:</i>		25	24
3.1 Clima de inversión			32
3.2 Tecnología avanzada			22
3.3 Entorno regulatorio			24
3.4 Fuerza de trabajo cualificada			36
<i>Patrimonio y cultura:</i>	11	7	11
4.1 Historia	9	8	13
4.2 Arte y cultura	14	2	28
4.3 Autenticidad		14	29
4.4 Belleza de sus atracciones naturales			26
<i>Turismo:</i>	12	3	15
Buena relación calidad precio		13	34
Atracciones		9	15
Opciones de complejos vacacionales y de alojamiento	8	7	24
Gastronomía	6	4	6
Fuente: Elaboración propia en base a los índices de Marca País FutureBrand, 2010, 2011 y 2012.			

El modelo HDM es el soporte del Ranking de marca país *Futurebrand*<sup>1794</sup>. Se basa en entrevistas cualitativas a personas que viajan frecuentemente por negocios o turismo (en 2012 se realizaron 3600 entrevistas en 19 países). El modelo parte de la forma en ciertas audiencias estratégicas perciben la marca de un país, grupo que incluye a los residentes en un país; inversores; turistas y representantes de gobiernos extranjeros. Adicionalmente, se interacciona con un panel de expertos multidisciplinares con Entrevistas en Profundidad (*E.E.P.*). Se trata de especialistas en: economía; energía; política; gobernanza; relaciones internacionales;

<sup>1794</sup> AAVV, "FutureBrand, Country Brand Index, 2012-2013", edición al cargo de Victoria Berry, Sidney, Australia (informe de las conclusiones del estudio colaborativo de las oficinas en 16 países de la consultora FutureBrand de la multinacional McCann Ericsson), 2012, 106 páginas, pp. 5-6 (metodología) y pp. 21-26 (sobre los "PIGS"), (accedido el 19 de junio de 2013) en: <URL: [http://www.futurebrand.com/images/uploads/studies/cbi/CBI\\_2012-Final.pdf](http://www.futurebrand.com/images/uploads/studies/cbi/CBI_2012-Final.pdf) >.

internacional; medio ambiente; planificación urbana, emigración y medios de comunicación. En este modelo de decisión jerárquica, Se intentarían obtener percepciones para construir comparaciones inter temporales, asesorar la madurez de una marca país y los retos a los que esta se enfrenta. Además, pretende medir el desempeño de una marca y su progreso anualmente. El modelo toma en consideración *seis dimensiones básicas jerarquizadas* (Tabla 89) y un conjunto de "*asociaciones*" sobre la fortaleza de la imagen de un país, clasificadas en cinco grupos (Tabla 90), que darán lugar a los "*drivers futuros*" (factores determinantes) de la imagen país (Tabla 91). Las *asociaciones* en la mente de las audiencias se comprenden como los elementos fundamentales de la fortaleza de la marca país en un momento concreto. En el caso de España, en los años 2010, 2011 y 2012 aparecen buenas valoraciones, entre las 15 primeras para: "playas", "ir de compras" y especialmente "la vida nocturna", entre los cinco primeros del mundo. Los atributos en blanco en la Tabla 90 no están entre los 15 primeros países del ranking de cada año.

Tabla 91

Drivers futuros de la marca país en el modelo HDM de la consultora Futurebrand, 2013

1. Las <i>inversiones en un país</i> y su <i>gobernanza</i> , determinadas por asociaciones sobre el <i>sistema de valores</i> de la audiencia.
2. El <i>capital humano</i> , determinado por las asociaciones sobre <i>calidad de vida</i> .
3. El <i>crecimiento económico</i> y su <i>sostenibilidad</i> , determinado sobre las asociaciones sobre si el país es <i>bueno para hacer negocios</i> .
4. El <i>nivel de influencia del país</i> , está condicionado por las asociaciones de <i>Patrimonio</i> y <i>cultura</i> .
Fuente: "FutureBrand, Country Brand Index, 2012-2013", Sidney, Australia, Consultora FutureBrand, 106 páginas, pp. 5-6.

Para España y en 2012, FutureBrand percibe una caída significativa en los índices del grupo de asociaciones de *calidad de vida* y *turismo* del modelo HDM. Tres dimensiones: *país donde la gente quiere vivir*, *oportunidades laborales* y *nivel de vida*, habrían experimentado caídas notables. Las razones serían: la difícil situación financiera de España en el entorno de crisis económica aguda; las políticas de austeridad para compensar desequilibrios graves en las variables macroeconómicas, así como unos mercados laborales inflexibles aparejados con altas tasas de desempleo. Estas serían características comunes, en diferentes medidas, del Portugal; Italia; Irlanda, Grecia y España. Además, se desmarca Grecia de los otros cuatro países, indicando que su caída en sus índices de popularidad es algo que viene de largo. España habría sido incluida en grupo de "*países con problemas económicos*". Prado y Noya (2011), desde el Rep Trak, también indican que la caída de la popularidad relativa de España, que no es ni mucho menos la de Grecia, ya que España se percibiría como diferente, aunque también víctima del "Síndrome PIIGS" que partiría del "contagio griego"<sup>1795</sup>.

<sup>1795</sup> PRADO, FERNANDO y NOYA, JAVIER, "¿Cuánto ha empeorado la imagen de España?", documento de trabajo del Área de Imagen Exterior de España y Comunicación Pública, ref. "Ari 158/2011", Madrid, Real Instituto Elcano, 29.11.2011, 8 páginas, p. 8,

**Tabla 92**  
**España, posiciones seleccionadas en el ranking del IMD de 2010**

<b>FORTALEZAS</b>	
<i>Eficacia de las instituciones públicas:</i>	
1. “Hay un notable consenso en el Gobierno respecto a las políticas a seguir”	2
2. “Es probable que la gestión de las finanzas públicas mejore en los dos años próximos”	9
3. “La integración en los bloques comerciales regionales permite un acceso satisfactorio a los mercados exteriores	10
4. “La legislación favorece la competitividad de las empresas”	10
5. “La política monetaria del gobierno favorece la competitividad de las empresas”	12
6. “Las políticas económicas de los gobiernos se adaptan rápidamente a los cambios de la economía”	13
7. “El coste del capital en España favorece el desarrollo de la actividad económica”	13
<i>Eficacia empresarial :</i>	
8. “La localización de las instalaciones de I+D no es una amenaza para el futuro de la economía”	13
9. “El entorno de negocio de la economía atrae a personal extranjero cualificado”	14
10. “La relocalización de la producción fuera del país no constituye una amenaza para el futuro económico del país”	16
<i>Infraestructuras:</i>	
11. “La infraestructura sanitaria satisface las demandas de la sociedad”	13
12. “La calidad de vida en España es alta”	15
<b>DEBILIDADES</b>	
<i>Eficacia de las instituciones públicas:</i>	
13. “La transferencia de conocimientos entre las universidades y las empresas es suficiente”	36
14. “La legislación sobre paro incentiva la búsqueda de empleo”	35
15. “La legislación sobre inmigración incentiva la contratación de mano de obra extranjera”	34
16. “La legislación laboral es suficientemente flexible”	33
17. “La educación en cuestiones financieras es suficiente”	33
18. “Es fácil crear nuevos negocios y empresas”	33
<i>Eficacia empresarial:</i>	
19. “El espíritu emprendedor está extendido en la sociedad”	40
20. “La creación de nuevas empresas es algo habitual”	40
21. “La formación de los trabajadores es algo prioritario en las empresas”	38
22. “La responsabilidad social de los dirigentes empresariales hacia la sociedad es alta”	38
23. “Hay disponibilidad de mano de obra cualificada en el mercado de trabajo”	36
24. “La atención a la salud y a la seguridad en el trabajo, así como la preocupación por el medio ambiente, por parte de la dirección de las empresas son adecuadas”	34
26. “La adaptabilidad a los cambios del mercado es alta”	34
<i>Infraestructuras:</i>	
27. “El desarrollo de las nuevas tecnologías de la información está al nivel que exige la empresa”	45
28. “Hay un acceso a Internet apropiado en términos de disponibilidad, velocidad, coste, etc.”	44
29. “Los trabajadores están bien cualificados en tecnologías de la información”	42
30. “La investigación básica impulsa un desarrollo económico a largo plazo”	38
31. “El nivel de adecuación de las comunicaciones (disponibilidad, fiabilidad, coste) es alto”.	38

Fuente: PRADO MIRANDA, FERNANDO, "La Reputación de España en el mundo", Madrid, elaborado con la colaboración del Reputation Institute y el Instituto de Análisis de Intangibles, 2010, 142 páginas.

Como aspectos positivos, España así como Portugal, Grecia e Italia, registrarían unos resultados bastante buenos en términos de la consideración del país para visitarlo: como en el *Country Rep Trak*, los atractivos culturales, históricos y turísticos pesarían bastante en la consideración de las audiencias, activos que sostienen unas posiciones relativamente buenas en los índices. FutureBrand resalta las percepciones las audiencias sobre *patrimonio, cultura y turismo*, que serían los fundamentos de la buena percepción relativa de este grupo de naciones, sus principales "activos". En esta línea FutureBrand habla de "*posibilidades no aprovechadas*" (oportunidades de gestión de la reputación): Los PIIGS, tendrían "[...] *Una oportunidad sin precedentes para generar asociaciones fuertes y bien definidas, para mejorar su competitividad financiera y volver a una senda sostenible*".

El *Ranking Mundial de Naciones por Competitividad* es elaborado anualmente por el IMD de Lausana<sup>1796</sup>, Suiza, a través de encuestas entre directivos de empresas (4935 empresas en 2011), datos económicos y estadísticos. Para *Corporate Excellence/Elcano*, España resulta intensamente infravalorada en relación a sus capacidades reales en este ranking. Esto se intenta demostrar disociando variables *objetivas* (fundamentalmente datos estadísticos cuantitativos como la Renta Per cápita, o indicadores de desarrollo de infraestructuras) de variables *subjetivas* (impresiones cualitativas de los directivos entrevistados del tipo "*¿Que piensa sobre "El espíritu emprendedor está extendido en la sociedad"?*"): Las objetivas *alcanzarían buenas puntuaciones*, pero en las subjetivas nuestras posiciones en los rankings serían demasiado bajas<sup>1797</sup>. Los resultados para 2012 (Tabla 93), ratifican los resultados analizados por Corporate Excellence y Elcano en 2010 (Tabla 92). Esto se puede observar comparando el número de puntuaciones mediocres o negativas sobre variantes "subjetivas" obtenidas en la columna de Debilidades de España para 2012 con las Fortalezas. Además, esto se puede ver por el número de "E" entre paréntesis, ya que estas variantes subjetivas no dependen de datos estadísticos "objetivos", si no de los resultados de las encuestas del IMD que extraen datos cualitativos "subjetivos" sobre la realidad económica española. De cualquier modo, resulta sorprendente el trato de favor que le da el IMD a países como Malasia y Singapur, en los rankings: si atendiéramos a esta comparación, existiría una grandísima oportunidad en términos de gestión de la reputación: España estaría infravalorada en una variedad de categorías<sup>1798</sup>.

---

<sup>1796</sup> AAVV, IMD, *World Competitiveness Yearbook 2011*, edición al cargo de Stéphane Garelli en DVD, Lausanne, Suiza, 2011, 554 páginas: pp. 254-258 (España); pp. 238-241 (Singapur); pp. 190-193 (Malasia).

<sup>1797</sup> Op. cit. PEREZ PRADO, 2010, p. 71.

<sup>1798</sup> Fuente: ranking de países por competitividad, IMD, 2012.



**Tabla 93**

España, posiciones en el ranking del IMD de 2012 por categorías, fortalezas y debilidades

Fortalezas	Debilidades
<b>Desempeño económico</b>	
1.3.07 Entrada de inversión directa (IDE), stocks 7	1.4.06 Tasa de desempleo 58
1.2.12 Exportaciones de servicios comerciales 8	1.4.08 Desempleo juvenil 56
1.3.03 Salida Inversión directa en el extranjero, stock 10	1.1.19 Resistencia de la economía (E) 56
1.3.01 Salidas, flujos de IDE 13	1.1.14 Crecimiento del PIB real 50
1.3.04 Stock de inversión directa en extranjero (%) 14	1.1.15 Crecimiento del PIN per cápita 50
1.3.05 Entrada de flujos de IDE 14	1.2.02 Saldo de la Balanza de Pagos (%) 50
1.2.23 Ingresos por turismo (%), 16	1.4.02 Empleo, en porcentajes 49
1.2.08 Exportaciones de bienes, 17	1.2.09 Exportaciones de bienes en porcentaje (%) 48
1.5.01 Inflación IPC, 19	1.1.13 Diversificación de la economía (E) 48
1.3.08 Stock de IDE entradas (%) 23	1.3.13 Amenaza de de-localización act. productivas (E) 47
<b>Eficiencia gubernamental</b>	
2.3.03 Diferencial de tipos de interés 3	2.1.02 Déficit o superávit gubernamental 55
2.3.01 Tipos de interés reales a corto plazo 11	2.4.18 Legislación sobre el desempleo (E) 55
2.4.01 Aranceles, barreras al comercio exterior 12	2.3.05 Política del banco central (E) 53
2.4.02 Autoridades de Aduana (E) 20	2.4.16 Puesta en marcha de negocios, procedimientos 52
2.4.03 Proteccionismo (E) 23	2.4.12 Economía sumergida (E) 51
2.2.07 Tipo efectivo de impuesto sobre la renta 23	2.4.09 Subvenciones (E) 51
2.4.19 Leyes de inmigración (E) 23	2.4.14 Creación de empresas (E) 50
2.2.10 Tipo de contribución a la SS de empleados 24	2.4.10 Propiedad estatal de las empresas (E) 50
2.4.08 Subvenciones gubernamentales (%) 24	2.1.10 Evasión fiscal (E) 49
2.4.11 Legislación defensa de la competencia (E) 25	2.2.11 Tipo de contribución del empresario a la SS 48
<b>Eficiencia en los negocios</b>	
3.1.04 Productividad del trabajo (PPP) 10	3.3.15 Crédito (E) 58
3.3.01 Activos del sector bancario (%) 10	3.4.07 Espíritu empresarial (E) 58
3.2.17 Trabajo cualificado (E) 13	3.2.10 Formación de los empleados (E) 57
3.1.01 Productividad media (PPP) 14	3.3.05 Servicios bancarios y financieros (E) 56
3.1.09 Grandes empresas (E) 18	3.3.06 Regulación financiera y bancaria (E) 56
3.3.10 Capitalización bursátil (%) 21	3.3.07 Factor de riesgo financiero (E) 55
3.2.02 Costes unitarios, sector manufacturero (%) 24	3.5.04 Flexibilidad y adaptabilidad (E) 54
3.3.13 Nivel de índices bursátiles (%) 27	3.4.01 Adaptabilidad de las empresas (E) 54
3.2.15 Mujeres en la fuerza de trabajo (%) 33	3.2.22 Experiencia internacional (E) 54
	3.2.06 Horas de trabajo 53
<b>INFRAESTRUCTURAS</b>	
4.4.19 Tecnologías renovables (E) 5	4.2.05 Tarifas de telefonía móvil 58
4.2.15 Ingenieros cualificados (E) 6	4.5.16 Formación en lenguas extranjeras(E) 57
4.5.05 Educación secundaria, inscritos (%) 7	4.5.14 Educación para el Management (E) 51
4.4.05 Esperanza de vida al nacer 11	4.3.19 Investigadores y científicos (E) 51
4.4.12 Intensidad energética 13	4.2.22 Exportaciones de alta tecnología (%) 48
4.4.01 Gasto total en Salud (%) 13	4.2.16 Cooperación tecnológica (E) 47
4.5.03 Estudiantes por profesor (Primaria) 16	4.5.13 Educación universitaria (E) 47
4.4.04 Infraestructura de Salud (E) 17	4.3.20 Legislación sobre investigación científica (E) 46
4.1.24 Costes de la electricidad para la industria 18	4.5.12 Conocimientos científicos en las escuelas (E) 46
4.5.04 Estudiantes por profesor (Secundaria) 21	4.2.07 Conectividad (E) 45
Fuente: ranking de países por competitividad del IMD, 2012.	

La valoración global de España para los rankings de competitividad internacional del IMD es la peor de los cuatro rankings considerados (*Pulse*; *NBI*, *FutureBrand* e *IMD*), desde antes de la crisis económica. Las posiciones alcanzadas fueron la número 33ª en 2008; la 39ª en 2009; la 36ª en 2010, la 35ª en 2011 y la 39ª en 2012 (hay que tener en cuenta que el IMD contempla la muestra de países más extensa que los demás rankings y posiblemente la política de ajustes del Gobierno Rajoy se deje notar en 2013, mejorando algo el ranking). En 2010, España alcanzaba buenas posiciones en los rankings e índices del Country Rep Trak para los países del G8 (posición número 12ª del ranking) (p. 21, 2010); en el NBI de Anholt Gpf-Roper (posición 11ª), y el Índice de Futurebrand (posición 14ª, aunque en 2009 alcanzó la 10ª)<sup>1799</sup>, encontrándose entre los países con mejor reputación a escala global (p. 23, 2010). Nuestra posición en los rankings Country Rep Trak de 2010, era parecida a las de otros países desarrollados e incluso superior que la de los países anglosajones. Superábamos a EEUU; Reino Unido, Japón y Francia. Nos superaban: los países nórdicos, Suecia fue la 1ª en el ranking; Canadá (2ª); Australia (3ª); Suiza (4ª); Austria (8ª), Bélgica (10ª) y Alemania (11ª). Lógicamente y como consecuencia de la crisis económica, en 2012 el deterioro de la valoración subjetiva de nuestra marca país es patente. Sin embargo, España todavía se encuentra entre las 20 primeras naciones dos de los tres índices. En el Índice de Marca País de FutureBrand<sup>1800</sup>, España habría caído a la posición 19ª en 2012. Nuestra posición en los rankings del Country Reptar, también habría empeorado notablemente, cayendo al puesto 16º (en el entorno de países como Francia e Italia) en 2012. En 2013, España pierde puntos (puesto 18), y todavía se encuentra en la "zona de riesgo reputacional", junto con Italia y Grecia, y estamos entre los diez primeros países para un sólo atributo: "gente amistosa y hospitalaria", ocupando el puesto 7º para la propensión a visitar el país y el cinco en "país para ocio y disfrute". España seguiría siendo uno de los países más "autocríticos".

Los atributos del *Country Rep Trak* (el "*Pulse*") que más se han deteriorado los índices de 2012 (p.39, 2013) serían en orden de importancia: el entorno económico (-4.7%); el uso eficiente de los recursos (-2.8%); el respeto internacional (-2.5%); la percepción exterior sobre nuestra tecnología, el Estado del Bienestar y el entorno institucional y político (los tres caen un 2.3%). La nota positiva es que parece haberse contenido la espiral de descensos en la reputación nacional interna y externa de 2008 a 2012, y que empiezan a llegar buenas noticias a partir de 2013, probablemente como consecuencia de la percepción de mejora relativa de la situación económica<sup>1801</sup> y el auge de las exportaciones<sup>1802</sup>. En suma: según la Fundación Elcano y Corporate Excellence, España habría ganado una imagen relativa de país "con problemas" entre países ricos, y quizá tarde algunos años en mejorar (p. 15, 2013).

---

<sup>1799</sup> ANÓNIMO, "2013 Country RepTrack® Topline Report", Reputation Institute, 2013, disponible en la red, por solicitud en <[www.reputationinstitute.org](http://www.reputationinstitute.org)> (accedido 06.09.13), 38 páginas, p.14, p.22 y p. 26.

<sup>1800</sup> Op. cit. AAVV, "FutureBrand, Country Brand Index, 2012-2013", 2012, p. 24.

<sup>1801</sup> BUCK, TOBIAS, "Spain, seeds of Recovery", *Financial Times*, (Londres, 03.10.2013).

<sup>1802</sup> RAMÍREZ SMITH, DANIEL, "España hace sus deberes y presenta sus primeros éxitos: la imagen de España en la prensa internacional de marzo a junio de 2013", Madrid, sitio web del Real Instituto Elcano, 22.08.2013.

Tabla 94  
España, posiciones en los rankings de Marca País, 2009-2013

Ranking	2009	2010	2011	2012	2013
Country Rep Trak	10	12		16	18 <sup>1803</sup>
NBI de Anholt Gpf-Roper		11	Mayor que 11	Mayor que 11	Mayor que 11
FutureBrand	14	10		19	ND
IMD	39	36	35	39	ND

Fuente: Corporate Excellence /Real Instituto ElCano; consultora FutureBrand, IMD y consultora Gpf-Roper.

#### 1.4 La imagen de España en los medios anglosajones

La visión de España en los medios de comunicación internacional en inglés, especialmente los anglosajones, son de una importancia clave para la imagen e intereses de España en Malasia y Singapur. En esta parte de Asia, la visión que se tiene de Europa es filtrada por estos medios consultados por las élites anglófonas y grupos de interés privilegiado, que también son referencia a escala global: lo que se escucha entre hombres de negocios locales sobre España, es lo mismo que dicen el *Wall Street Journal* (hay edición local diaria en Malasia como suplemento del *Malaysian Reserve*); o *The Economist* (en todas las librerías serias malasias); la cadena *Bloomberg*, la *CNN* o la *BBC*. Sólo darse un paseo matutino por la ciudad financiera de Singapur (la "City"), y apreciar cuantos traders/dealers, chinos o extranjeros, tienen una copia del *Financial Times* debajo del brazo<sup>1804</sup>. Si bien estos canales en inglés son un extra en las plataformas de contenidos de TV e Internet de la Europa Continental, en esta parte de Asia, son tan habituales como pueda ser la TVE 1 y 2 en España. Al volver a casa, los empresarios chinos se pasan horas escuchando los canales anglosajones de televisión económica como en los EEUU, a la búsqueda de información y oportunidades comerciales.

Existe una división de la radio televisión del Reino Unido, la *BBC Asia*, especializada en el Sudeste Asiático, estratégico para los intereses económicos británicos, y varios programas se producen desde Singapur, como el de negocios en Asia, muy influyente en el canal *BBC World*. La influencia de la BBC es enorme y los relatos sobre la crisis española que hemos visto de 2008 a 2014 fueron bastante negativos<sup>1805</sup>: durante meses en

<sup>1803</sup> Anónimo, "2013 Country RepTrack® Topline Report", Nueva York, Reputation Institute, 2013, disponible en <URL: [www.reputationinstitute.org](http://www.reputationinstitute.org)>, (accedido 06.09.13), 38 páginas, p.16.

<sup>1804</sup> Fuente: estadísticas de circulación por país de *The Economist*, disponibles en línea por áreas geográficas y países en < URL: [http://www.economistgroupmedia.com/planning-tools/circulation?circ\\_id=AP&productid=1](http://www.economistgroupmedia.com/planning-tools/circulation?circ_id=AP&productid=1) >, (accedido el 20.10.13). En Malasia y Singapur se concentra más del 70% de la circulación del prestigioso semanario *The Economist* en el Sudeste Asiático.

<sup>1805</sup> Véanse: KNIGHT, LAURENCE, "Spanish economy: What is to blame for its problems?", Londres, BBC News online (18.05.2012), en < URL: <http://www.bbc.com/news/business-17753891> >

BELL, BETHANY, "Spain feels pain as recession bites", Madrid, BBC News online (04.05.2010), en <URL: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/europe/8660633.stm> >

RAINSFORD, SARAH, "Pain in Spain over austerity plan", Madrid, en la sección de Europa, BBC News online (09.06.2010), en <URL: <http://www.bbc.com/news/10270962> >

ANÓNIMO, "Spain's Indignados protest here to stay", en la sección de Europa, BBC News online, 15.05.2012

2011 hubo una cámara de la *BBC World* en la misma Puerta del Sol de Madrid, dándole una cobertura inusitadamente especial y comprehensiva, a las sentadas de los *Indignados* del 15M, pareciera se estuviera a la espera de una "*Perestroika*" y grandes disturbios. La cadena de TV internacional británica, la *BBC*, es parcialmente responsable de la popularidad espectacular a nivel internacional de *Podemos*, partido político, por sus asociaciones de este grupo con el movimiento "*Occupy*" en los EEUU, y el de los Indignados de la Puerta del Sol. Consideramos un error estratégico, que España carezca de un canal internacional español público de noticias en inglés con alcance global por satélite, para mejorar la influencia española y su imagen país comercial, con atributos *duros* (marcas; productos; tecnología, gobierno y economía), que refuercen los *blandos* (como la simpatía; cultura, turismo, gastronomía). Un problema que tanto Francia como Alemania, Qatar, Singapur y Rusia, entre otros, han sido capaces de resolver, promoviendo constantemente su país en sus canales nacionales con alcance global: no existe una fuente española sobre las variantes claves de la construcción de la imagen país para el público global que no habla español. El canal francés de noticias se puede ver en Singapur en inglés y en Malasia en francés; así como el *DW* en inglés de la televisión alemana. *CNN* está en todas partes. La *BBC* es la cadena de referencia sobre cualquier tema europeo. La *BBC*, junto con las cadenas internacionales de negocios (*Bloomberg* o *CNBC*), *Euronews* que por la naturaleza de las informaciones que difunde pareciera cuenta con una delegación española "secesionista"<sup>1806</sup>), son las primeras fuentes de información sobre España. El equipo de *Aljezeera* de Qatar, de origen mayoritariamente británico, tiende a ofrecer visiones aún más negativas y distorsionadas sobre España que la misma *BBC*. La televisión internacional en inglés de Singapur, *Channel News Asia*, absorbe directamente los contenidos que importa del Reino Unido o EEUU, donde tiene corresponsables británicos o americanos, sobre todo lo que ocurre en Europa, sus noticias suelen ser un calco de las de *Aljezeera* y la *BBC*.

Vara y Leyva<sup>1807</sup>, en su estudio sobre el *Financial Times* (FT), del Reino Unido, y el *Wall Street Journal* (WSJ), de los EEUU sobre la pérdida de imagen de nuestro país afirman: "*Si a fines de 2007 se presentaba al exterior como atractivo, dinámico y solvente, especialmente por el dinamismo de sus empresas, en los años 2008, 2009 y 2010 el cuadro puede ser calificado como nefasto*". En su estudio, harto interesante, se constatan varios fenómenos de interés estratégico para España listados en la Tabla 95.

---

en < [URL:%20http://www.bbc.com/news/world-europe-18070246](http://www.bbc.com/news/world-europe-18070246)>, (accedidos el 29.10.2014).

<sup>1806</sup>Nota: La cobertura de los problemas relativos al secesionismo de Cataluña, se expresan con un sentido de urgencia y desproporción, que no tiene relación con la realidad española, de forma repetitiva y constante. A finales de 2013 (13.12.13), *Euronews* utilizó las imágenes del AVE de Santiago descarrilando en sus anuncios promocionales de la edición de diaria de Asia, que deberían de quitar, dado que ya habrían descarrilado en Europa, en China y en América, una variedad de trenes de alta velocidad ALSHTOM, BOMBARDIER, franceses; canadienses y de otros consorcios, antes y después que el AVE de Santiago.

<sup>1807</sup> LEYVA, RICARDO, "La imagen de España en la prensa económica de referencia mundial: Análisis de la presencia de España en The Wall Street Journal y Financial Times", Resumen de la tesis supervisada por Alfonso Vara, Madrid, Corporate Excellence, 11 páginas. Alfonso Vara es profesor asistente del Centro de Estudios de Intangibles de la Universidad de Navarra, líder en temas de la imagen país de España.

**Tabla 95**  
**Resultados del Estudio sobre la visibilidad de España en el Financial Times y el Wall Street Journal (2007-2012)**

1º. FT y WSJ son las publicaciones internacionales que más espacio dedican a temas económicos españoles.
2º. España toma un protagonismo en estas publicaciones en el periodo que va de 2007 a 2010, que ni mucho menos tenía antes de la crisis (pasamos de la 5ª posición a la 3ª en el periodo por volumen de noticias).
3º. Desde 2010 en <i>WSJ</i> y <i>FT</i> se asocia a España con los "PIIGS" otras economías que (obviando las preocupantes cifras de desempleo) se encontraban con problemas económicos y de deuda externa e interna bastante más importantes que los de España <sup>1808</sup> . Se describía la situación de colapso financiero griego e irlandés que supuestamente se iba a "contagiar" a España.
4º En este también periodo se multiplican las referencias a las agencias de calificación "Moody's" y "S&P", y sus percepciones sobre el rating de deuda soberana española que cayeron hasta niveles muy bajos en 2013, al borde de ser considerados "bonos basura" <sup>1809</sup> .
5º Se mantiene una plétora de referencias al dictador <i>Francisco Franco</i> , fallecido en 1975. Se multiplican las referencias a, "nadie", o a "extranjeros" o, finalmente, a "analistas extranjeros" que tienen una opinión sobre la realidad económica de España.
6º La mayor parte de artículos tratan de economía o empresas, experimentándose un creciente interés en la Cultura, Ocio o Gastronomía.
7º. Aumenta el tono negativo en las informaciones sobre España: del 23% en 2007, al 50% en 2010 (en 2010, 7 de cada 10 informaciones sobre la situación macroeconómica española eran negativas).
Fuente: LEYVA, RICARDO, "La imagen de España en la prensa económica de referencia mundial: Análisis de la presencia de España en The Wall Street Journal y Financial Times", Madrid, Corporate Excellence, 11 páginas.

Para complementar el estudio de Vara y Leiva de 2007 a 2010, se ha realizado un pequeño y rápido análisis de contenidos cualitativos relativos a España en el periodo 2010 a 2013, utilizando la base de datos *Proquest*, de las versiones online del *Financial Times* ("*FT.com*") y de *The Economist*<sup>1810</sup>. Se introdujo el término de búsqueda "*Spain*", y se analizaron los 10 primeros registros ordenados "*por relevancia*" en cada publicación, (los que aparecen por defecto en el listado, lo que le da aleatoriedad y relevancia por relación al término de búsqueda). Después se eligieron 6 artículos de *FT.com* y 7 de *The Economist*, para saber de qué se habla en los mismos y como afecta a la imagen de España. El 70% de los artículos evaluados, 14 de 20, recoge un tono "*negativo*"; la mayoría de los demás tampoco recogen un tono muy "*positivo*" a efectos de la Economía española (corroborando la tendencia de Vara y Leiva). En *FT.com* sube más del 300% la presencia de España: de 982 artículos en los que se menciona a España en 2002, pasamos a 2003 registros en 2007 y 3260 artículos en 2012: se triplica nuestra presencia. Algo menos de la mitad de los 22232 resultados se concentran en el periodo

<sup>1808</sup> Fuente: Estadísticas de la OCDE sobre deuda pública, 2009.

<sup>1809</sup> FERNANDEZ, YERENA, y PARDO JESÚS, "Las agencias de rating y su influencia sobre la imagen de España", Madrid, Observatorio de la Imagen de España del Real Instituto el Cano, 15.07.13, disponible en línea en <URL: [http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano/contenido?WCM\\_GLOBAL\\_CONTEXT=/elcano/elcano\\_es/observatoriomarcaespana/ome13-2013-fernandez-pardo-agencias-de-rating-su-influencia-sobre-la-imagen-de-espana](http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano/contenido?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/elcano/elcano_es/observatoriomarcaespana/ome13-2013-fernandez-pardo-agencias-de-rating-su-influencia-sobre-la-imagen-de-espana) >.

<sup>1810</sup> *The Economist* es la publicación hermana del *Financial Times*, del grupo británico Pearson. *Financial Times* concentra sus audiencias en el público profesional de las finanzas corporativas, mientras *The Economist* tiene audiencias mucho más amplias. *The Economist* es uno de los semanarios más influyentes en temas de política económica internacional.

de crisis 2010-2012 (10182 referencias), y sube la visibilidad de España en el medio pero con consecuencias muy negativas para la prima de riesgo española en el periodo.

Financial Times (1º de 10 artículos) <sup>1811</sup>
Fuente: AUTHERS, JOHN, "Spain still embodies the roots of the Financial Crisis", FT.Com, Londres, 20.04.12
Empieza con un: <i>"En España los muertos están más vivos que los muertos de cualquier país en el mundo (Federico García Lorca)".</i> Más adelante aparece un <i>"España encarna todos los males que llevaron al mundo a la crisis financiera en primer lugar"</i> . Concede que el déficit/deuda públicos no es el problema en España (sería más baja que el del Reino Unido en el periodo de crisis), para luego rematar explicando los problemas de la burbuja inmobiliaria española y el sistema bancario en tono muy negativo (un "Si... Pero..."). A diferencia de Irlanda y Portugal que habría mostrado bastante sentido de cohesión para implementar recortes presupuestarios: <i>"Esto no es verdad en España, que devuelve el poder a las regiones que se sienten fuertemente independientes las unas de las otras, y a menudo hablan diferentes lenguas (solo tienes que seguir el partido entre el Real Madrid y el Barcelona, que enfrenta a Castilla contra Cataluña)."</i>

Financial Times (3º de 10)
Fuente: KOOPER, SIMON, "Spain's football unity shows regions the way", FT.Com (Londres, 17.06.12).
El balompié sería el camino para recuperar la confianza en la unidad y fortaleza de España ante el secesionismo (que suelen confundir en FT con " <i>independentismo</i> " <sup>1812</sup> ), personalizada en Xavi, el jugador del Barcelona, en un entorno económico español muy negativo (rating de Moody's, caída de precios inmobiliarios, y otros indicadores). Entre otras afirmaciones: <i>"Desde 1939 hasta su muerte, en 1975, el General Francisco Franco, el gobernante de España, utilizó el equipo como un útil de propaganda. La cobertura de sus medios de comunicación destilaba retórica nacionalista. A los jugadores se les animaba a cantar canciones fascistas"</i> . Existía incluso un estilo franquista de fútbol: la <i>"furia española"</i> , que supuestamente expresaba la virilidad y pasión españolas. Era el estilo de un país insular, donde había pocos conocimientos sobre mejores prácticas internacionales en el fútbol o el exterior. Una España <i>"furiosa"</i> que generalmente perdería partidos (en tiempos de Kubala)".

Financial Times (4º de 10)
MALLET, VICTOR, "Spain's new government will have to act quickly", FT.Com (Londres, 15.11.11).
Por una parte, Victor Mallet escribe: <i>"España junto con Italia, se encuentra peligrosamente cerca de necesitar un rescate que ni la Unión Europea ni el FMI pueden permitirse y que puede acabar en una ruptura financiera catastrófica del Euro. España también tiene sobre sus espaldas a 5 millones de desempleados, el equivalente a más del 21% de la fuerza de trabajo, y registró un crecimiento económico "0" en los tres meses hasta septiembre"</i> . Por otra parte se dice: <i>"Fue la "década prodigiosa", dice Francesc Colomer, un profesor de Ética convertido en político socialista, que ahora es el líder en la provincia valenciana de Castellón. Él lo compara con el recién construido pero desierto aeropuerto de 150 millones de euros, así como el proyecto de parque temático de Mundo Ilusín y el complejo de viviendas que lo habría apoyado, no construidos con el "Cuento de la lechera", la fábula de Esopo, en el que la muchacha sueña con una serie de iniciativas de negocio progresivamente lucrativas, empezando con la mantequilla y acabando en un matrimonio exitoso....Antes de que se le caiga la leche"</i> .

<sup>1811</sup> Nota: los artículos van ordenados en función del orden de relevancia en el que aparecen en Proquest: El "1º" es el más relevante, a efectos del criterio de busca "*Spain*" en Proquest, de 7 artículos analizados entre los 10 considerados.

<sup>1812</sup> Según el diccionario de la RAE "secesión": "el acto de separarse de una nación parte de su pueblo y territorio", nada que ver con la "independencia": "Libertad, especialmente la de un Estado que no es tributario ni depende de otro".

Financial Times (5° de 10)
Fuente: WIGGLESWORTH, ROBIN y WATKINS, MARY, "Spain spurns ECB but keeps options open", <i>FT.Com</i> , Londres, 21.01.2013.
<p>Comienza con un: <i>"¿Estaría España a punto de lograr la más grande de las escapadas desde que Charles Bronson y Steve MacQueen construyeron el túnel para salir de un campo de prisioneros de la IIª Guerra Mundial, en la película clásica de 1963? (Con referencia a "La Gran Evasión", título en español de la película "The Greatest Escape")".</i> Todo esto con relación al hecho de que la economía española no hubiera colapsado en 2013, y no hubiera necesitado pedir ayuda financiera adicional a la Troika (BCE, Comisión, FMI) para mantenerse a flote. El siguiente párrafo: <i>"Desde que el Banco Central Europeo publicó su programa de lucha contra la crisis del último verano, los estrategas han predicho, con confianza, que era sólo cuestión de tiempo que Madrid se viera forzada a pedir ayuda. Los resultados económicos eran demasiado descorazonadores y las necesidades de financiación demasiado grandes para evitar el mismo destino de Grecia, Irlanda y Portugal".</i> Después expone la mejora en los fundamentos de la economía española: competitividad, exportaciones y la política de compra de bonos del Estado español del BCE en el periodo, con un tono algo más positivo Y al final aparece un: <i>"Nosotros no pensamos que el Sistema Bancario se vaya a arreglar el mismo a tiempo", dice Alastair Ryan, un analista de la banca UBS, "Si el sistema bancario esta fundamentalmente roto, la reducción de la prima de riesgo es de una utilidad limitada"</i>.</p>

Financial Times (6° de 10)
MALLET VICTOR "Spain should listen to the outside world" <i>FT.Com</i> , Londres, 08.06.2012.
<p>España necesitaría más gente que le dijera las "verdades", como Juan Roig, Presidente de <i>Mercadona</i>, tras explicar la admiración que Roig siente por el trabajo y esfuerzo de los ciudadanos asiáticos (los chinos de los miles de pequeños comercios en España), un modelo a emular por los españoles, Roig habría indicado que los españoles estaríamos viviendo por encima de nuestras posibilidades y deberíamos de mejorar nuestra productividad. Más tarde indica: <i>"De modo que en Madrid puedes escuchar que los productos chinos son de mala calidad, hasta que les enseñas la etiqueta "Made in China" en la parte inferior de sus ordenadores personales, de la misma forma en que los británicos denostaban, se burlaban neciamente de los juguetes de plástico de Hong Kong en los 60, y de los coches japoneses en los 70".</i> De Hong Kong, se pasa inmediatamente a Madrid: <i>"[...] es la perplejidad en España sobre el escepticismo de los inversores desde Londres a Nueva York, o sobre los socios comunitarios horrorizados por la incapacidad del país de afrontar su situación financiera. La creencia de que hay una conspiración anglosajona, relacionada con los mercados y los medios (incluyendo el Financial Times), para debilitar a España es una opinión arraigada incluso entre los líderes en el campo de los negocios. Esta visión no se ha visto afectada por el hecho de que, los análisis extranjeros que identificaban debilidades en una economía dependiente de la construcción y sobre su sistema financiero, se hubieran probado en su mayor parte correctos".</i> Sobre el nivel de inglés de ZP y Rajoy: <i>"El clima económico ha sido bastante difícil, y es una pena que ninguno de los dos hombres dominen un nivel de inglés que les permita comunicarse directamente con los líderes comunitarios, sin embargo los fallos reales se encuentran en la habilidad política y la visión".</i></p>

Financial Times (7° de 10)
MALLET, VICTOR, "Rajoy presents Spain's bailout as a victory", <i>FT.com</i> (Londres, 10.06.12).
<p>El titular dice: <i>"Rajoy presenta el rescate de España como una victoria".</i> En el siguiente párrafo se expone: <i>"Mariano Rajoy, el Primer Ministro asediado de España, el domingo intentó retratar la decisión de su país de pedir hasta 100 mil millones de los fondos de rescate de la Unión Europea para bancos con problemas como una victoria, diciendo que la prudencia presupuestaria de su Gobierno habría prevenido un rescate completo que le habría forzado a entregar soberanía a Bruselas".</i> En el último párrafo y como muestra del tono negativo del resto del artículo: <i>"El Sr. de Guindos dijo que el préstamo "reduciría la presión" sobre la emisión de deuda soberana española, aunque algunos analistas mostraron su escepticismo de que el acuerdo fuera a proveer algo diferente a un respiro temporal".</i></p>

Para *Economist.com*, el primer resultado es que sube vertiginosamente la presencia de España (mucho más que en FT.com): de los 863 artículos en los que se menciona a España de 2008 a 2013, pasamos de 15 registros en 2008 a 226 artículos en 2012. Más de la mitad de los resultados se concentran en 2011 y 2012, de los cinco años considerados:

The Economist (1° de 10)
ANÓNIMO, "More Pain for Spain: the Euro crisis", <i>Economist.com</i> , Londres, 15.06.12
El título del artículo: <i>"Más dolor para España: la crisis del Euro"</i> . España no iba a respetar sus objetivos de déficit público para el periodo... Aunque el FMI alabara la política española de recapitalización de la banca y asunción de sus activos tóxicos y la reforma de trabajo, se indica sobre el FMI: <i>"Pero el tono de la globalidad del informe (FMI) es bastante irritante para una organización que generalmente habla muy suavemente"</i> . Además se suscitan dudas sobre la capacidad española de controlar la deuda pública y ofrecer datos adecuados sobre la misma: <i>"El "resbalón fiscal" en 2011 disminuyó sustancialmente la credibilidad de España para ofrecer una consolidación fiscal y el ajuste fiscal necesario para 2012. El impacto de sobrepasar las previsiones de déficit excesivamente (casi el 3% del PIB), fue exacerbado al mantener el mensaje, hasta casi la mitad del año, de que se podía controlar el déficit, y por la falta de datos fiables u oportunos"</i> .

The Economist (3° de 10)
ANÓNIMO, "The brain drain in Spain is mainly to Spain's gain: Labour markets", <i>Economist.com</i> , Londres, 30.04.2012.
Sobre la fuga de cerebros españoles durante la crisis. Tras comparar las altísimas tasas de paro españolas con las europeas, bastante más bajas, y ante la necesidad de personal cualificado en la floreciente Alemania... Se registran las quejas de head hunters españoles, que denuncian el altísimo coste de formar a un ingeniero en España (unos 60.000 Euros), un dinero que la economía española estaría perdiendo en favor de Alemania... El autor nos explica el fenómeno económico de la "histéresis" (sobre las dificultades macroeconómicas de mantener altas tasas de desempleo en el tiempo y sus efectos dinámicos en la inflación). Sin embargo y como contra argumento, establece: <i>"Los ingenieros españoles que trabajan en Alemania no sólo pueden beneficiar a la economía alemana y a sí mismos, los trabajadores, algo que obviamente no puede ser olvidado, sino también a España: en el corto plazo, la emigración reduce la presión sobre los presupuestos, ya que los desempleados españoles no pedirán ayudas si no que, en su lugar, emigrarán a Alemania. A largo plazo, se cuenta con un grupo de trabajadores altamente cualificados que no han sido víctimas de los efectos de la histéresis y pueden ser "re-activados" a favor de la economía española una vez la crisis haya acabado. Lo que algunos llaman "fuga de cerebros" puede ser una situación mutuamente provechosa ("win-win") para las economías europeas"</i> .

The Economist (4° de 10)
Fuente: ANÓNIMO, " No, a new conservative government in Spain will not help Britain fight deeper EU integration: Britain and the EU", <i>Economist.com</i> , (Londres, 21.11.11).
El titular del artículo: <i>"No, un nuevo gobierno conservador en España no ayudará a la Gran Bretaña en su lucha contra una profundización en la integración de la Unión Europea: Gran Bretaña y la UE"</i> . La primera frase, con referencia al presidente Rajoy: <i>"El extraño optimismo de los pesimistas euroescépticos"</i> . Otra vez sobre Rajoy, dice: <i>"También es verdad que el señor Rajoy es un "halcón presupuestario", quién ha estudiado atentamente lo que está haciendo el Gobierno de Cámeron. En realidad, no hace mucho tiempo el Sr. Rajoy se metió en problemas con una entrevista en la que alababa al Gobierno Británico por su estrategia de reducción del déficit público, mientras delimitaba el uso de fondos para cosas como el servicio de Salud, con lo que sólo se ganó titulares hostiles en la prensa española en los que se decía: "Yo haría lo mismo en España que hizo Cameron"</i> .



The Economist (5° de 10)
ANÓNIMO, " Is this the man to save Spain?: Spain's new government, <i>Economist.com</i> , Londres, 22.12.11
El titular reza: " <i>¿Es este el hombre que va a salvar España?: El nuevo Gobierno de España</i> " Después: " <i>Pero cualquiera que esperara que el Sr. Rajoy rompiera su actitud silenciosa, que ha mantenido desde las elecciones, con alarde de fuegos artificiales de anuncios de políticas deslumbrantes, sufrirá una decepción. Su discurso en el Parlamento, ansiosamente esperado, sólo contenía poco más que unas pinceladas generales y algunos objetivos bastante obvios. Nadie ha acusado nunca al nuevo Primer Ministro español de ser apasionante</i> ".

The Economist (6° de 10)
ANÓNIMO, "Spain prints money: Monetary policy", <i>Economist.com</i> (Londres, 08.03.11).
El titular del artículo: " <i>España imprime dinero: Política monetaria</i> ". El artículo, casi completo: " <i>AXEL Webber (la persona que se perfilaba como sucesor de Trichet en el Banco Central Europeo en el momento de escribir el artículo) no lo coge, pero los aldeanos de Mugaros, si: una pequeña ciudad en el norte de España ha decidido reintroducir la antigua moneda española, la peseta, junto con el euro para darle un subidón a la economía local. Los tenderos de Mugaros quieren que cualquiera que tenga alijos del antiguo dinero venga y se lo gaste. Hace diez años que la peseta dejó de ser la moneda oficial de España. Sin embargo, la crisis económica española ha forzado a algunos a ser inventivos. Estos tiempos difíciles han visto cerrar miles de negocios, y un millón de empleos desaparecer</i> ".

The Economist (7° de 10)
ANÓNIMO, "The pain in Spain: The euro zone crisis", <i>Economist.com</i> , Londres, 17.11.11
Titular: " <i>El dolor en España, la crisis de la Eurozona</i> ". El segundo párrafo: " <i>Uno podría pensar que los altos rendimientos en los países periféricos de la zona Euro atraerían a compradores de gangas, pero este no parece ser el caso. Cesar Pérez, de JP Stanley, Banca Privada (el mismo un español), me dio una pista al principio de la semana: Los gestores de fondos con los que él había hablado no estaban dispuestos a comprar bonos de la periferia comunitaria (España entre estos) con rendimientos del 7-8%, en su lugar comprarían al 4-5%, la principal razón de esta paradoja es que con rendimientos del 7-8% las finanzas de España e Italia resultan insostenibles (lo mismo sería verdad para la mayoría de países desarrollados). Una caída de rendimientos hasta el 5%, conseguiría, en contraste, ser un signo de que la crisis se hubiera acabado y una indicación de que ambos países podrían poner sus asuntos financieros fiscales en orden</i> ".

The Economist (8° de 10)
CHARLEMAGNE, "Spain and the Anglosaxon press. Spain shoots the messenger ", <i>Economist.com</i> (Londres, 09.02.210).
Titular: " <i>España y la prensa anglosajona. España dispara al mensajero</i> ". Primer párrafo: " <i>Justo cuando parecía que Grecia iba a recoger el premio por teorías para conspiración (véanse posts anteriores), miembros del Gobierno español parecen haber olvidado toda prudencia y declarado que su economía es la víctima de una conspiración aún más vasta que va más allá del enriquecimiento y el deseo de destruir el Euro (los cargos alegados en Grecia). No, de acuerdo a José Luís Rodríguez Zapatero, el Primer Ministro, y José Blanco, su ministro de transportes, la conspiración va más allá de las especulaciones financieras para abarcar a los creadores de opinión de la prensa extranjera, cuyo fin sería que descarrilaran cualesquiera intentos de regular más firmemente las instituciones financieras y los mercados</i> ". El resto del artículo explicaría que esto no es verdad, y siguiendo el buen juicio de la prensa española se trataría de " <i>ataques especulativos</i> " contra el Euro, pero no de " <i>conspiraciones</i> " y de la mala gestión del Gobierno: " <i>La portada de El País de hoy va más allá, arguye que no hacen falta conspiraciones para suscitar dudas sobre la solidez de las finanzas de España: el Gobierno ya está haciendo un buen trabajo con la chapuza de su gestión económica, el sólo</i> ". El párrafo más interesante es: " <i>¿Por qué dijo ZP lo que dijo?, Para algunos es un caso simple de disparar al mensajero, el Blog Alphaville del Financial Times dice que las teorías de Blanco son "un poco paranoicas"</i> ".

¿Tiene sentido hablar de "ataque especulativo anglosajón"<sup>1813</sup><sup>1814</sup> basándonos en las evidencias sobre el *FT.com*, *Wall Street Journal* y *The Economist*? Baste reiterar que parece haber indicios de "ataques especulativos", pero no de "conspiraciones". De lo poco positivo que se vislumbra estas publicaciones, es un renovado interés por la cocina española (art. 3º, *FT.com*) y el fútbol, en artículos en los que se resaltan los triunfos nacionales a escala internacional<sup>1815</sup>. Dado que existen una variedad de factores de política económica nacional en la situación delicada de la economía española (los grandes desequilibrios macroeconómicos creados en España desde 2004 a 2012), es probable que algunos de los análisis de estas publicaciones en el periodo pudieran haber acertados.

Siguiendo a Elcano-Corporate Excelente parece evidente que si España tuviera un mejor sistema para la gestión de la reputación "comercial" a escala internacional<sup>1816</sup>, no habría sido un blanco tan fácil para los especuladores en un periodo de crisis a escala no sólo española, si no europea: España podría haber sido una buena distracción para que los especuladores no se cebaran en los mercados europeos como Francia; Inglaterra, Holanda o Alemania durante la crisis de 2008 a 2013. Si grandes grupos de prensa, financieros o intereses gubernamentales extranjeros hubieran deseado poner en marcha o apoyado una campaña de comunicación contra los intereses de España, como distracción para que los mercados no "tocaran hueso" en los problemas de financiación de las enormes deudas públicas británica, francesa o alemana, esta estrategia estaría pagando buenos dividendos financieros: Mientras que la deuda de nuestros competidores se financia a intereses bastante razonables, a septiembre de 2013, la prima de riesgo que hemos pagado por nuestra deuda, agravada por esta plétora de visiones negativas sobre la economía española, significa que nuestra deuda sale bastante más cara: 250<sup>1817</sup> puntos adicionales sobre los tipos de interés de referencia de la RF Alemana (aunque llegó a importar hasta 600 puntos<sup>1818</sup>, y ha bajado bastante desde su peor momento en 2012). Este sería el peor "contagio" (utilizando el lenguaje del *FT.com*) a la economía española, que estamos pagando todos los españoles en forma de mayor deuda pública y recortes. Sentado esto, en España todavía no habríamos llegado, ni mucho menos, a la "catástrofe" griega o irlandesa vaticinada por *WSJ*, *FT* y compañías, cuatro años después de que las visiones negativas sobre la economía española se multiplicaran en los medios anglosajones.

Uno de los aspectos más preocupantes para España: España es la relación entre crisis, reputación y crecimiento de la prima de riesgo: la media de los países con mejor reputación antes de la crisis<sup>1819</sup>, pagaron primas de riesgo bastante más bajas que España por sus bonos del Estado durante la crisis. Lo que nos lleva a la

---

<sup>1813</sup> ANÓNIMO, "Salgado: España resistirá los ataques especulativos", *ABC*, Madrid (24.11.2010), disponible en < URL: <http://www.abc.es/20101124/economia/salgado-rescate-201011240845.html> >, (accedido el 12.10.2013).

<sup>1814</sup> CASILLAS, CRISTINA, "¿Sabe cómo funciona un ataque especulativo contra la deuda de un país?", en la Web *www.finanzas.com* 23.07.2012, (artículo en *ABC* de la misma fecha), disponible en < URL: <http://www.finanzas.com/noticias/economia/20120723/sabe-como-funciona-ataque-1470129.html> >.

<sup>1815</sup> ANÓNIMO, "Spain ascendant: World's best restaurants", *Economist.com* (Londres 30.04.2013). Este sería el artículo segundo en el listado considerado para *Economist.com* en la muestra anterior.

<sup>1816</sup> Nota: véase el epígrafe IV.1.2, sobre la imagen país en terminos económicos y comerciales.

<sup>1817</sup> ANÓNIMO, "Evolución de la Prima de Riesgo", *El País* (Madrid, 02.01.2015), en < URL: [http://elpais.com/elpais/2014/04/01/media/1396377862\\_841848.html](http://elpais.com/elpais/2014/04/01/media/1396377862_841848.html) >, (accedido el 30.12.2015).

<sup>1818</sup> ALONSO, ANTONIO, "Evolución de la prima de riesgo", *El País* (Madrid, 20.06.12), disponible en < URL: [http://elpais.com/elpais/2012/07/20/media/1342813748\\_662403.html](http://elpais.com/elpais/2012/07/20/media/1342813748_662403.html) > (accedido el 20.10.13). La prima llegó a alcanzar niveles insostenibles en 2012 en torno al 7%.

<sup>1819</sup> ANÓNIMO, "2013 Country RepTrack® Topline Report", Reputation Institute, 2013, disponible en la red, por solicitud en < <http://www.reputationinstitute.org> > (accedido 06.09.13), 38 páginas, p.36

"paradoja española" de la que habla Fernando Prado<sup>1820</sup>, España es un país con altas posiciones en los rankings de marca país antes de la crisis, que acaba pagando altas primas de riesgo durante la crisis, mayores que las de aquellos países con posiciones cercanas en los rankings de marca país. La *paradoja* incide en hasta qué punto la alta consideración de España, que responde al mayor valor otorgado a nuestros atributos "blandos" en los modelos considerados como el *HDM* o el *Pulse* (ocio; turismo; calidad de vida; gente amistosa, buenos alimentos), no nos sirva de defensa ante una consideración más mediocre de nuestros atributos "duros" (tecnología; productos de calidad; marcas conocidas; política macroeconómica). Probablemente, esta sea una defensa bastante "blanda" en tiempos de crisis, pero tampoco parece se estén revisando adecuadamente los estereotipos de que España sea "un país bueno para vivir y visitar, pero malo para trabajar e invertir".

Un supuesta "conspiración" extranjera de este tipo (teniendo en cuenta las críticas repetidas del Gobierno alemán y la Troika comunitaria a la gestión de la política económica española, demandando austeridad y recortes), tendría que haber tenido en cuenta los "dividendos económicos" de la misma: El daño colateral a la economía europea cuando la capacidad de gasto de los actores económicos españoles disminuye bruscamente (agravada por el coste de las primas de riesgo y la pérdida de confianza en la inversión extranjera en España), y con ellas las importaciones españolas<sup>1821</sup>, le hace daño a los exportadores europeos de productos y servicios a España, es decir, a la economía europea en general y la alemana en particular. Finalmente, también valdría la pena tomar conciencia del contraste entre estas visiones bastante negativas de 2007 a 2012, con la proliferación de visiones "bastante positivas" desde la segunda mitad de 2013: tras los grandes errores de determinados bancos internacionales, reconocidos, como las de *Goldman Sachs* o *Morgan Stanley*<sup>1822</sup>, poca confianza puedan ofrecer las percepciones a largo plazo sobre la economía española de ciertas instituciones internacionales, empezando por las agencias de calificación de deuda soberana, visiones que transmiten un exceso de confianza en la economía española que puedan también ser prematuras y demasiado optimistas. El proceso de recuperación posiblemente sea largo y penoso, luego de 2012 a 2015 y tras la revalorización de los índices bursátiles españoles (el IBEX), se echaba de menos cierta atención a los relatos de la prensa internacional sobre España: la multiplicación de visiones positivas sobre la economía española pueda llegar a ser pernicioso, ante la posibilidad de futuros ataques especulativos, pues un exceso de confianza pueda ser tan malo como la ausencia de la misma. Además existen una serie de problemas que pueden afectar a España, en términos del cálculo de los rankings de riesgo país, u otros como "la facilidad de hacer negocios" en función de las percepciones, métodos de cálculo y orígenes de los analistas (véase el epígrafe I.1.1)

---

<sup>1820</sup> PRADO ABUIN, FERNANDO, "La reputación de España en el mundo: la paradoja española", artículo del portal del Foro de Marcas Renombradas, 27.02.2013, disponible en línea en <URL: <http://atlas.marcasrenombradas.com/articulos>> (accedido el 07.10.13)

<sup>1821</sup> Fuente: Instituto Nacional de Estadística, serie de importaciones del Reino de España de 2005 a 2012.

<sup>1822</sup> RAMÍREZ, DANIEL, "La recuperación de la imagen de España en la prensa internacional durante 2013", Madrid, Documento de Trabajo del Real Instituto Elcano, ref. OIE 2/2014, de 24.03.2014, disponible en <URL: [http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano/Imprimir?WCM\\_GLOBAL\\_CONTEXT=/elcano/Elcano\\_es/Zonas\\_es/OIE2-2014-Ramirez-recuperacion-imagen-de-Espana-prensa-internacional-2013](http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano/Imprimir?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/elcano/Elcano_es/Zonas_es/OIE2-2014-Ramirez-recuperacion-imagen-de-Espana-prensa-internacional-2013)>, (accedido el 06.03.2015).

Para Corporate Excellence<sup>1823</sup>, para construir una buena marca España sería necesario considerar la perspectiva de sus diferentes stakeholders en el ámbito internacional y su marco cultural:

*“Para lograrlo, es importante saber escuchar qué dicen de ti como país, cómo te ven, analizar e identificar correctamente los verdaderos problemas y planificar una estrategia decidida y ambiciosa, adecuada y adaptada, a la vez, a ámbitos y territorios diferentes. Porque no se puede desarrollar una estrategia de marca país para España de la misma manera en África que en Asia o Latinoamérica, donde las percepciones son muy diferentes, como así indican numerosos estudios.”*

*Corporate Excellence* también incide indirectamente en problemas estructurales de la economía española, con especial atención a la necesaria reforma de nuestras AAPP, la I+D+i o la mejor consideración y gestión de los RRHH en la empresa, lo que parece ser una asignatura pendiente en muchas instituciones públicas y privadas acostumbradas a procesos de reclutamiento de naturaleza netamente endógena y sin competencia, o a no darle demasiada importancia a la movilidad geográfica y funcional del trabajo; u otros aspectos de la gestión del talento, como la formación o el reciclaje<sup>1824</sup>, la eliminación de la economía sumergida y la creación de un mercado interno verdaderamente unificado y sin barreras. Por otra parte, los artículos considerados suscitan razones que puedan explicar la mala comprensión que tienen los extranjeros sobre los atributos "duros" de la marca España como sean sus productos; tecnología y visibilidad de las marcas nacionales, así como de la frustración de los periodistas extranjeros en sus relaciones con las AAPP españolas (bastante corporativistas), las personalidades en la política y los negocios españoles, por ejemplo, para encontrar "*datos relevantes y actualizados*" sobre nuestra economía (Artículo 1º del FT.com). En un país altamente autocrítico como es España, el trato al extranjero aunque sea amable, pueda no ser el más diplomático o el más atento a la distancia cultural, dado que los españoles probablemente tengamos mejor concepto de nuestros atributos "*duros*"<sup>1825</sup> del que tienen los extranjeros, así como de nuestra auto percepción de "*simpatía*" y de atención al cliente. Si bien entre las nuevas generaciones está bien difundido el uso de lenguas extranjeras, muchos entre nuestros políticos y altos representantes o no hablan inglés o no lo hablan bien<sup>18261827</sup>, y los periodistas extranjeros son, otra vez,

---

<sup>1823</sup> ANONIMO, "La nueva economía de la reputación, y la recuperación del valor de la marca España", Madrid, documento de estrategia de Corporate Excellence - Centre for Reputation Leadership, ref. I12/2011, 2011, 4 páginas.

<sup>1824</sup> MOUNT, IAN, "How Spain Wound Up with One of The Worst Job Markets in the World", *Forbes* (01.12.2015), en <URL: <http://fortune.com/2015/12/01/spain-job-market/>>, (accedido el 15.12.2015).

<sup>1825</sup> Op. cit. PRADO MIRANDA, 2010, p.77 y PRADO, FERNANDO y NOYA, JAVIER, 2013, p.53.

<sup>1826</sup> Fuente: Eileen Crawley es autora principal del manual de Introducción a los RRHH de la Universidad de Oxford (Op. cit. CRAWLEY, EILEEN; SWAILES, STEPHEN y WALSH, DAVID, 2013, 360 páginas), y formadora de ejecutivos en cursos de oratoria de inglés para los negocios. A través de clips disponibles en Youtube, Eileen ha otorgado unas puntuaciones relativas (de 1 a 10) al nivel de inglés de personajes políticos y empresariales españoles (accedidos el 15 de octubre de 2013): Jose Luís Rodríguez Zapatero (0); Emilio Botín (3.5), deficiente; Ana Botella (3.5), insuficiente; Pedro Solbes (6.5), bien alto; Jose María Aznar (6.5), bien alto; Elena Salgado (7), notable bajo; Luis de Guindos (7), notable; Eduard Punset (7), notable; Esperanza Aguirre (8), notable alto; SAR Rey Juan Carlos de Borbón (8), notable alto; Rodrigo Rato (8.5), notable alto; SAR Reina Sofía (9.5), sobresaliente. Los niveles de Elena Salgado o De Guindos (Técnicos Comerciales del Estado) o de Punset (Escuela de Economía de Londres), son la constante entre lo mejor entre los representantes de nuestra diplomacia económica en el exterior: desafortunadamente, no se cuida demasiado la comunicación en inglés (y no sólo la estructura superficial).

una audiencia estratégica clave para nuestra imagen país (Artículo 6º del FT.com). Sin embargo, también pueda ser un problema de habilidades multiculturales: ponerse en el lugar y comprender los valores del interlocutor internacional y la distancia cultural con el mismo, algo que no parece cuidarse demasiado en la comunicación de nuestros líderes con periodistas o líderes extranjeros<sup>1828</sup>

Por la otra parte, la que le toca a la "*competencia*", tampoco es extraño que se alimenten estereotipos negativos, visiones distorsionadas o prejuicios sobre España en el Reino Unido: Este es un país donde se celebra el "*Día de Gibraltar*"<sup>1829</sup>, o el bicentenario de la derrota de la flota combinada hispano francesa en Trafalgar con grandes fuegos artificiales<sup>1830</sup>, ese pueblo gaditano cuya situación geográfica conocen pocos españoles. Además de su presencia tradicional en el Sudeste Asiático, la "*competencia*" británica tiene una influencia desproporcionada en lo que publica la prensa americana por la "*relación especial*"<sup>1831</sup> que dice mantener el Reino Unido con los EEUU desde la II Guerra Mundial. En la misma línea, en los EEUU la confusión entre lo español y lo iberoamericano sería bastante frecuente (ya apuntamos que en Malasia se nos confunde a los españoles con los personajes de las telenovelas mejicanas), no obviando el mal recuerdo en España de la guerra

---

Los clips utilizados, disponibles en el portal Youtube son:

1. "Rodríguez no habla inglés", en:  
< URL: <http://www.youtube.com/watch?v=G4GipPyNwTs>>.
  2. "ZP hablando inglés" (José Luis Rodríguez Zapatero) en:  
< URL: <http://www.youtube.com/watch?v=ZBuKZLyqJ8g>>.
  3. "Emilio Botín hablando inglés", en:  
< URL: <http://www.youtube.com/watch?v=jaLDoWqIq2M>>.
  4. "Spanish Politician (Mayor of Madrid) trying to speak in English" (Ana Botella), en:  
< URL: <http://www.youtube.com/watch?v=zhtVmYipQ-w>>.
  5. "Spanish Vice-President and Minister for Finance and the Economy, Pedro Solbes" (Pedro Solbes), en  
< URL: [http://www.youtube.com/watch?v=9p1-r\\_APrzE](http://www.youtube.com/watch?v=9p1-r_APrzE)>.
  6. "CEO Council: Spain's Aznar on the Future of Europe" (José María Aznar), en  
< URL: <http://www.youtube.com/watch?v=9hjcN7z14L4>>.
  7. "Speaker: Elena Salgado, Former Deputy Prime Minister of Spain", en  
< URL: <http://www.youtube.com/watch?v=6RFyR3YmAll>>.
  8. Talk to Al Jazeera – Luis de Guindos: 'We are making efforts', (Luis de Guindos), en:  
< URL: <http://www.youtube.com/watch?v=pkhZQzqtJmw>>.
  9. "Eduard Punset, the dimensions of happiness 1/4", en:  
< <http://www.youtube.com/watch?v=loR4xd7qEJo>>.
  9. "Águirre habla en inglés sobre la enseñanza bilingüe" (Esperanza Aguirre), en  
< URL: <http://www.youtube.com/watch?v=32jEE5eUyPQ>>.
  11. "El rey de España hablando en inglés" (SAR Juan Carlos de Borbón), en  
< URL: <http://www.youtube.com/watch?v=p57QP3dbMIA>>.
  12. "Many Spaniards may not be working, but reforms are – Rato" (Rodrigo Rato), en  
< URL: [http://www.youtube.com/watch?v=MYFrq6JHe\\_Y](http://www.youtube.com/watch?v=MYFrq6JHe_Y)>.
  13. "La Reina Sofía hablando inglés" (SAR Reina Sofía), en  
< URL: <http://www.youtube.com/watch?v=VWQTNaLUIHU>>.
- <sup>1827</sup> Fuente: programa de RTVE "Tengo una pregunta para usted" de 30.03.09. Disponible en formato vídeo en la Web de RTVE < URL: <http://www.rtve.es/alcarta/videos/tengo-una-pregunta-para-usted/tengo-pregunta-para-usted-habla-usted-ingles/462841/>> Jon Taramona Redondo, informático, le pregunta a Mariano Rajoy si habla inglés. (todos ellos accedidos el 2 de octubre de 2013).
- <sup>1828</sup> Fuente: "Ana Botella aterroriza sin traductora en la versión a pelo del "relaxing cup of café con leche"", disponible en Youtube en: < <http://www.youtube.com/watch?v=u0upZ1pw6zc> (accedido el 17 de octubre de 2013)>.
- <sup>1829</sup> GARDINER, NILE, "Gibraltar National Day is a celebration of freedom, sovereignty and self-determination", de *The Telegraph* (Londres, 10.09.13).
- <sup>1830</sup> ANONIMO, "Light show ends Trafalgar events", *BBC Online* (Londres, 24.10.2005), en (accedido el 20.10.13)  
< URL: [http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk\\_news/4368530.stm](http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/4368530.stm)>.
- <sup>1831</sup> COOK, ALISTER, "The Special Relationship", podcast del programa "Letter from America" de 19.03.1976, *BBC Radio 4 Online*, Londres, disponible en < URL: <http://www.bbc.co.uk/programmes/p00yqq4r>>, (accedido el 20.12.13). Alister Cooke explica la naturaleza de la "*relación especial*" ante la liquidación del Imperio Británico, así como es percibida en EEUU. Alistair Cooke fue corresponsal de la BBC ininterrumpidamente, desde 1947 a 2008 en EEUU. La serie de todas las "Cartas de América", disponibles online en el archivo online de la BBC, es un documento histórico de primera categoría sobre los EEUU.

hispano-estadounidense en Cuba y Filipinas, y el trato intervencionista, bastante penoso<sup>1832</sup> que los EEUU le habrían propinado en la historia a su "*patio trasero*": Méjico, Centro y Sud América. La percepción de que los pueblos iberoamericanos son pueblos que, por "*conquistados*", lo fueran de segunda división.

Más allá de rivalidades históricas, distancia y diferencias culturales, cabe preguntarse sobre los niveles culturales y éticos de muchos esos cientos de "*analistas*" anglosajones que "*arreglan España*", y de dónde se sacan algunas ideas. No nos queda claro que la una gran parte de los periodistas extranjeros en la muestra comprendan bien la realidad histórica, política y económica española o, ni siquiera, hablen español con fluidez<sup>1833</sup>. Veamos algunos de estos aspectos en artículos de la muestra considerada entre 2007 y 2013: *The Economist* asocia constantemente la palabra "*Spain*" (España), con la palabra "*pain*" (dolor en inglés). No se precisa de ningún experto en Psicología Social, para comprender la gravedad de la asociación inmediata en la mente del lector en inglés de que "*España significa dolor*", o la trasposición de la palabra "*España*" por "*dolor*" (en la muestra considerada esta asociación aparece en tres de los artículos examinados en la lista: el 1º, el 7º y el 10º: "*More pain for Spain: The euro crisis*"; "*The pain in Spain: The euro crisis*", y "*More pain in Spain: Strikes at Iberia*"). Esa imagen de "*dolor*" español se ha combinado en portadas e ilustraciones de *The Economist* con símbolos abstractos, bastante negativos e impactantes, sobre la situación económica española como ese toro español al que se le cae una "*S*" gigante en la cabeza<sup>1834</sup> de ("*Spain*") y sólo queda el "*dolor*" ("*pain*"): Una búsqueda aleatoria en Google el 4.11.2013 registra 47 millones de resultados en la Internet para el criterio "*Pain in Spain*" ("*Dolor en España*"), el impacto del slogan ha sido devastador, y se ha utilizado con reiteración inusitada.

En el Artículo 4º de *The Economist*, el periodista británico parece no captar bien el mensaje. Mariano Rajoy no habría dicho: "*Yo haría lo mismo en España que hizo Cameron*", sino "*El plan de Cameron, da confianza, yo haría algo similar en España*"<sup>1835</sup>. Rajoy tampoco dijo haber "*estudiado atentamente*" el Plan Cameron, si no sólo sus "*líneas generales*". La prensa británica toma como referencia un artículo con una línea editorial opuesta frontalmente al Partido Popular en materia de política económica, que refleja la política de Rajoy con un tono excesivamente negativo, cuando las políticas económicas del PP, curiosamente se aproximan bastante más al ideario de *The Economist* que las del PSOE. Siendo casi imposible imaginarse a Rajoy como un "*halcón presupuestario*" (art. 4º *Economist.com*), se puede conceder que Rajoy no resulte "*apasionante*" (art. 5º, *Economist.com*), pero lo que creemos que no es cierto es decir que Rajoy rallara lo surrealista: el art. 7º del *FT.com* tiene por titular "*Rajoy presenta el rescate de España como una victoria*", aquí creemos se confunde la línea de préstamos al Reino de España con "*rescates*" (Artículo 4º y 7º de *FT.com* de 2011 y 2012, respectivamente), de tipo concesional. Esta es una trasposición peligrosísima, especialmente dado el hecho contrastable es que la prima de riesgo bajó desde entonces considerablemente, y nadie habla ya de rescates,

---

<sup>1832</sup> FERGUSSON, NIALL, *Colossus: The Rise and Fall of the American Empire*, 1ª edición, Londres, Penguin Books Ltd., 2004, p.21; pp. 54-59, pp. 102-104 y pp. 129-131, 384 páginas.

<sup>1833</sup> BAWDEN, ANNA, "European language degree courses abandoned by many UK universities", *The Guardian* (Londres, 7.10.2013). Sobre la caída de un 40% en los cursos en lenguas europeas en el Reino Unido desde 1998, en un país que cuenta con muy escasos recursos para enseñar lenguas extranjeras.

<sup>1834</sup> RIVEROLA, FRANCIS. "Spain or better saying Pain?" foto en el Portal *ForexStreet.net* (27.07.12), disponible en: <URL: <http://www.forexstreet.net/photo/spain-or-better-saying-pain?context=user>> (accedida el 20.10.13)

<sup>1835</sup> El periodista se refiere a la siguiente entrevista a Mariano Rajoy: MORENO, JAVIER, "El plan de Cameron, da confianza, yo haría algo similar en España", *El País* (Madrid, 31.10.2010).

aunque nadie está todavía del todo seguro (diciembre de 2012) de si la situación económica fuera o no a empeorar.

Más allá de asociaciones bastante dudosas y exageradas, como resaltar la inclusión de España en los países financieros con problemas PIIGS, parecida a "PIGS" en inglés, o sea "cerdos", cacareada hasta el final por la City de Londres: a España se le vincularía con la situación económica nefasta de estos países, por activa y por pasiva, como una "obligación". Se llega a hablar de "los muertos" en una línea de un poema de Federico García Lorca, que todos sabemos fué fusilado por las tropas del General Franco, aunándola con que España encarnara "todos los males que llevaron a la crisis financiera en primer lugar" (art. 1º del FT.com). Los mercados se sentirían "horrorizados" por la situación financiera española (Art 5ª del FT.com), y repetidamente molestos con lo que entienden como falsedades, las de aquellos que sostienen que asisten a una supuesta conspiración extranjera o anglosajona (Art 7ª del FT.com). Lo que no se puede comprender, otra vez, es por qué no se "horrorizaban" de la misma forma sobre la delicadísima situación financiera británica o americana en las mismas fechas, donde medio sistema bancario tuvo que ser intervenido y rescatado para evitar el colapso económico<sup>1836</sup>. Más allá de una evaluación ponderada de los errores o aciertos de las percepciones sobre política económica de José Luis Rodríguez Zapatero, diera la impresión que no les pareciera decente defenderse con todas las armas posibles de ataques especulativos.

Es cuestionable el intento deliberado de utilizar el problema del nacionalismo periférico en España e incluso de "reorganizar" España en un Estado federal. Además, aparecen referencias harto simplistas al futbol y Cataluña: o bien como factor de rivalidad y desunión (art. 1º del FT.com), o bien como factor para recuperar la confianza y la unidad entre los españoles (art. 3º del FT.com), cambiando el énfasis según se tercie. También habría no pocos españoles "orgullosos", como el investigador, que aún creen que España es un sólo país, y no 17 regiones que estuvieran en camino de transformarse en 17 estados independientes<sup>1837</sup>: Las autonomías llegarían a ser "extrañas burocracias", con "caprichos económicos", bien diferenciadas.

No se sabe si es paternalismo condescendiente o humor defensivo el tono jocoso, de origen netamente anglosajón que se le confiere tradicionalmente a todo lo español en estos medios: Por ejemplo, el titular como: "The brain drain in Spain is mainly to Spain's gain: Labour markets" (art. 3º, Economist.com), que significa "La fuga de cerebros en España es fundamentalmente para el provecho de España: mercado de trabajo". La frase del titular suena, bastante claramente, a un: "The rain in Spain stays mainly in the plain", lo que en castellano se tradujo como "La lluvia en Sevilla es pura maravilla" en la adaptación cinematográfica de la obra de Pigmalión. Esta es la famosa frase utilizada por Rex Harrison (el instructor británico de clase acomodada), para enseñarle a pronunciar un inglés de clase alta a Audrey Hepburn, la muchacha de extracción humilde con acento de barrio ("cockney") en "My Fair Lady". La frase es cantada repetida, dicharachera y alegremente en forma de musical.

---

<sup>1836</sup> Fuente: OCDE, Estadísticas de Deuda Pública y KNIGHT, LAURENCE, "Spanish economy: What is to blame for its problems?", Londres, BBC News online, 18.05.2012, en < URL: <http://www.bbc.com/news/business-17753891> >, (accedida el 03.03.2014).

<sup>1837</sup> ANONIMO, "Rajoy's Rainy days", *Financial Times Online*, Londres, 04.04.12, disponible en < URL: <http://www.ft.com/cms/s/2/3b5cc4a0-7cb2-11e1-8a27-00144feab49a.html#axzz2lCLn4ger> >, (accedido el 18.11.13). El texto dice: "Otra gran sobre simplificación, que mantienen unos pocos españoles orgullosos, es pensar que España fuera un país, en lugar de una variada colección de 17 regiones autónomas, con sus culturas, caprichos económicos, y extrañas burocracias erigidas desde la muerte de Francisco Franco en 1975".

El mismo Paul Krugman, premio Nobel de economía, también se permite jugar con las palabras "pain" y "Spain", combinando temas "jocosos", otra vez con este, muy particular, sentido del humor anglosajón, con el mismo tono musical de la línea afeminada de Audrey Hepburn en "The Pain in Spain is not Hard To Explain (Wonkish)"<sup>1838</sup> ("El dolor en España no es difícil de explicar (para empollones)") donde, con más o menos histéresis (que no histeria), y bastante menos conocimiento de la evolución histórica de la tasa de desempleo y la estructura del mercado de trabajo en España, se habla sobre el del desempleo a través de una improvisada curva de Philips (que relaciona inflación con desempleo, inversamente). Otra vez lo español habría sido "divertido": según el artículo 6º de Economist.com en España se estaría "imprimiendo dinero". Se intenta justificar la deseabilidad de una política monetaria activista a escala europea, utilizando las decisiones a la desesperada en su busca de pesetas en huchas y cajones de unos pobres aldeanos gallegos: lo español se mezcla con la picaresca e incluso lo más folclórico para llegar a criticar lo más alto del Banco Central Europeo y el Bundesbank. A nadie se le escapa el desprecio que tiene The Economist por el Euro y la política monetaria europea (más o menos acertadamente), y el negocio que haría la City de Londres con la ruptura del Euro<sup>1839</sup>, al recuperar el jugosísimo mercado Forex de divisas europeas que perdió con la Unión Monetaria. Las críticas lo son para con toda Europa.

El tono jocosos a la par que pesimista para con la situación financiera española llega a extremos francamente ridículos e incluso insultantes: La caída de la prima de riesgo no iba a servir para nada, y que España no necesitara haber pedido una extensión del préstamo comunitario que le hace la Troika en enero de 2013, gracias a una mejora de fundamentos económicos (Artículo 5º del Financial Times), se interpretaría como "La gran evasión". Se trae a colación a Steve McQueen y Charles Bronson y, ¿por qué no?, al cuento de la lechera y como se le cae el cántaro de leche a la muchacha, para describir la implosión de la burbuja inmobiliaria; al parque temático "Mundo Ilusín"; y un profesor de ética, para denunciar los efectos catastróficos de la burbuja inmobiliaria en Valencia (Artículo 4º, del Financial Times); o a Juan Roig, gestor de Mercadona, comparando a los españoles con los asiáticos en España, que sí Señor, "son muy industriosos". Todo esto, por no hablar de que la política económica del gobierno de la ministra Elena Salgado hubiera sido una "chapuza", citando fuentes locales (Artículo 8º, The Economist). Fuera o no cierto, lo peor es el tono.

La utilización frecuente de aspectos delicados de la Historia de España, aunando estos episodios con los difícilísimos problemas económicos en la España de hoy, suscita dudas sobre si La Leyenda Negra<sup>1840</sup> tuviera fecha de caducidad. Lo que está claro es que, al menos en el *Financial Times* y *The Economist* habría cobrado renovada actualidad: a falta de mejores argumentos, recurrir al General Franco parece un recurso fácil, multipropósito, para aludir a males reales o inventados sobre España. Tomando por referencia la edición online

---

<sup>1838</sup> KRUGMAN, Paul, "The Pain in Spain Is Not Hard to Explain (Wonkish)", *New York Times* (Nueva York, 22.09.13), en <URL: <http://krugman.blogs.nytimes.com/2013/09/22/the-pain-in-spain-is-not-hard-to-explain-wonkish/> >.

<sup>1839</sup> PEREZ, F. y BERGARECHE, "La larga lista de los ataques de «The Economist» a los países del euro", *ABC*, (Madrid, 19.11.12), en <URL: <http://www.abc.es/economia/20121117/abci-economist-portadas-francia-201211162131.html> > (accedidos el 18.11.13). El semanario británico tacha al país galo de «bomba de relojería» en el corazón de Europa, más allá de que la política económica del Gobierno francés de Francois Hollande hubiera sido, o no, la más adecuada.

<sup>1840</sup> DE LA FUENTE, MANUEL, "La leyenda negra, un cuento con historia", *ABC* (Madrid, 30.4.2013). Las reflexiones del profesor Miguel de Aguilar acerca de la reutilización reciente de la Leyenda Negra.



del Financial Times, en una búsqueda sencilla<sup>1841</sup> de 2001 a 2013, "*Francisco Franco*" supera, holgadamente, a "*Benito Mussolini*" (143 resultados frente a 91), aunque pierde lógicamente, casi 2 a 1, con "*Adolf Hitler*" (255 frente a 143). Curiosamente las referencias al Generalísimo se triplican de 2007 (7 registros) a 2012 (23 referencias), en paralelo a lo que indican Vara y Leyva<sup>1842</sup>. Por tanto, da la impresión de que tanto los "analistas" británicos y americanos que "solucionan" España no tuvieron en cuenta su propia historia en las publicaciones de su país. Es curioso que en la misma edición online para el periodo existan, un poner aleatorio, bastantes menos referencias a los horrores<sup>1843</sup> del Ku Klux Klan en los EEUU que a Franco. En una de ellas aparece, sorprendentemente, Mariano Rajoy: un artículo que parte de "crucificar" la economía española, para variar, se relaciona con intenciones "literarias" al Ku Klux Klan con los capirotos de los nazarenos de la Semana Santa<sup>1844</sup>. Sin embargo sólo hay 7 referencias, un poner, a Louis Mountbatten, el último virrey de la India del Apartheid del Imperio Británico, cuyas decisiones, que Fergusson<sup>1845</sup> indica con eufemismo "*apresuradas*", llevarían a la rápida partición de la India entre musulmanes e hinduistas y la muerte de 300.000 a 500.000 muertos. Sus efectos se habrían dejado sentir en la historia en las masacres de la partición del Bangladesh Occidental (Pakistán) y Oriental, donde se calculan de 300000 a 1 millón de fallecidos<sup>1846</sup> adicionales. No se nos ocurrió buscar en el Financial Times nada sobre la Partición de Palestina y la salida también "*apresurada*" de las tropas británicas en 1948, así como de los bastantes episodios sensibles desde 1936 a 2013, por pudor y respeto debido a la "gloriosa" historia reciente del desmantelamiento del Imperio de Su Graciosa Majestad británica.

En suma, creemos que los medios de comunicación anglosajones, tienen una influencia definitiva en la configuración de la imagen de España en Malasia y Singapur a nivel económico y comercial, muy por encima de la altísima influencia que tienen a escala global. De aquí se podría deducir una primera consecuencia, las visiones negativas de la crisis económica de 2008 a 2013 en los medios de comunicación anglosajones, el cordón umbilical con la "ex metrópoli" británica y su Commonwealth, posiblemente hayan tenido un impacto más que palpable en la imagen de España en Malasia y Singapur. Ciertas visiones amplificadas e incluso distorsionadas de la crisis, puedan haber hecho mella para los atributos "duros" económicos españoles, nuestros productos; marcas; reputación comercial de calidad, tecnología y otros, independientemente del aumento de las exportaciones; emigración y relaciones económicas en el periodo 2011-2013. Si se une a este el papel vergonzante de la Selección Española de Fútbol en 2012, verdadero puntal de la imagen de España en Malasia y Singapur, como "país con problemas" a la Country Rep Trak. En nuestra opinión, la imagen de España habría caído bastantes enteros durante lo peor de la crisis. Finalmente, en España ya se es consciente, de que tenemos

---

<sup>1841</sup> Fuente: Base de datos Proquest (accedida el Día de la Hispanidad de 2013. la fiesta nacional). Las bases cambian constantemente por incorporación de nuevos artículos, pero dan una idea de donde se está.

<sup>1842</sup> Op. cit., LEYVA, ALFONSO, 2012.

<sup>1843</sup> Fuente: Artículos sobre el Ku Klux Klan en el Diccionario de Historia Americana (2005) y la Enciclopedia de la Universidad de Columbia, EEUU (2013).

<sup>1844</sup> ANONIMO, "Rajoy's Rainy days", Financial Times (Londres, 4 abril de 2012), El texto dice: "[...] La luz del sol de la primavera de Andalucía da paso a las tormentas de Semana Santa, lo que trae la cancelación de las procesiones penitentes, obligando a los jóvenes a abandonar su capas tradicionales y sombreros apuntados (el atuendo adoptado, confusamente, en los tiempos modernos por el Ku Klux Klan)".

<sup>1845</sup> FERGUSSON, NIAL, *Empire, How Britain Made the Modern World*, edición de bolsillo, Londres, Reino Unido, Penguin, 2004 (1ª edición de Allen & Unwin, 2003), 422 páginas, pp. 356-7 y 369. En la página 369, se encuentran ciertas generalizaciones sorprendentes que comparan el "*saqueo*" del Imperio de España con el del Reino Unido. Fergusson, de origen británico, muy popular en la divulgación de la Historia Contemporánea, es el Profesor Lawrence A. Tisch de la Universidad de Harvard.

<sup>1846</sup> ANONIMO, "Blood Meridian: The birth of Bangladesh", *The Economist*, Londres, 21-27 de septiembre de 2013, p. 78.

un problema grave de comunicación con la prensa financiera y económica internacional, los stakeholders privilegiados en la marca país de Simon Anholt.

#### 1.4 La imagen de España en el Este Asiático

La valoración de España en Japón (52,1%); China (49,4%), y Corea del Sur (48,6%), están entre las peores del estudio de del Country Rep Trak 2012, pero por delante de la de Argentina (48,2%); Chile (46,4%); Colombia (44,7%) y Panamá (41,5%). Las puntuaciones que nos otorga China en 2010 son mayores que las recibidas en algunos países iberoamericanos como Chile o Argentina, lo que otra vez permite preguntarse sobre los réditos reputacionales de la cooperación y la diplomacia española en Latinoamérica, así como el coste de oportunidad de no explorar las posibilidades que ofrecen los países del Este y el Sudeste Asiático. España debería de tener algún sistema para medir el impacto en términos de Reputación Competitiva Internacional de nuestra Ayuda al Desarrollo. En este sentido, es curioso que la valoración de España en Singapur, sea bastante mejor que la que tenemos en muchos países iberoamericanos, aunque España haya invertido miles de millones en Iberoamérica (véase el ranking de atributos del Country Rep Trak en Iberoamérica en la Tabla 85, en el epígrafe 1.2). Además, si bien España recibe menores puntuaciones en Japón y en China que en la media del G8, las valoraciones de España de China y Japón (un - 4% para China y un - 5% para Japón), se alejan bastante menos de las percepciones del G8 que las de Perú (- 8%); Panamá (-13%); Argentina (-16%) o Chile (- 26%). Por otra parte, en el Este y Sudeste Asiático, asistimos a una situación de alta de autoconfianza en términos de reputación, posiblemente alentada por el intenso crecimiento económico y la crisis económica en los países occidentales: España empieza a penetrar los mercados asiáticos en una mala coyuntura para Occidente en esta parte de Asia en términos de reputación. Además, la forma en la que se percibe recientemente a España con imagen de contar "*con problemas económicos*" en un entorno altamente jerárquico como el chino, se verá lógicamente afectada por esta subida súbita de la autoconfianza en las redes de la Diáspora: el *Reputation Institute*, los países que tienen "mejor impresión de sí mismos"<sup>1847</sup> en el Country Rep Trak de 2010 serían, en orden de mayor a menor "autoestima": China; Chile; Rusia; India; Indonesia, Tailandia y Singapur. Singapur ocuparía la posición número 6 en términos de mayor autoestima. Resultado que se replica en el Country Rep Trak de 2012<sup>1848</sup>, donde China ocuparía la 2ª posición; Indonesia la 3ª, Singapur la 10ª (otorgándose a sí misma una puntuación un 19% mayor que la concedida por los países del G8).

Con respecto a la imagen "comercial" de España, creemos que la mejor "entrada" que tiene la imagen de España en el Este y el Sudeste Asiático, es "por los ojos", y por "el estómago", en ambos casos con cierta "sutileza" y/o "dulzura" sin estridencias, muy particulares. Por tanto, se ha evaluado una muestra de estudios de mercado de moda; marroquinería; del calzado; del vino; alimentos de calidad, delicatessen y sectores afines, en Hong Kong; Corea; Taiwán y Japón, de las oficinas comerciales de España, en los que la competencia francesa e italiana suele tener mayor prestigio e implantación que España. Esto es así por varias razones: primero, por la visibilidad que tienen y sus efectos potenciales para la marca España: sentirse atractivos y comer en familia (esencial en culturas asiáticas altamente rituales); lo primero que entra por los ojos; la gastronomía y el recuerdo

<sup>1847</sup> Op. cit., PRADO MIRANDA, 2010, pp. 75-76.

<sup>1848</sup> Op. cit., PRADO y NOYA, 2013, pp. 22.

que deja, por el papel que juega en la cultura japonesa y de la Diáspora China; por su presencia en los escaparates de los centros comerciales, lo que engarza con el pasatiempo fundamental en sociedades bastante consumistas de la Diáspora China: pasarse el día de compras en: Hong Kong (comprar es "*necesario*"<sup>1849</sup>); Taiwán<sup>1850</sup>, Malasia y Singapur. Segundo, por la calidad excelente de los productos españoles en estos sectores, y la percepción de que estos son productos de futuro en estos mercados. Tercero, por la buena imagen país de estos sectores de la competencia francesa e italiana (productos exclusivos; calidad; diseño; buen gusto; sabor, distinción), que generalmente se conocen y/o consideran bastante más y/o mejor que los españoles (inmerecidamente en muchos segmentos). Cuarto, la posibilidad de extender las asociaciones de imagen país sector de calidad-diseño-exclusividad a la imagen de España en estos mercados y contribuir a estas asociaciones a escala global, por las raíces latinas comunes y la percepción de los productos europeos y de las mismas en Asia. Aquí se asociaría la imagen de los tres países con cultura; buen gusto; refinamiento; historia; aportación a la cultura global, patrimonio y "*joy de vivre*", a las asociaciones anteriores. Quinto, por el futuro que estos productos tienen en Malasia y Singapur; las similitudes entre los problemas en estos mercados, y las relaciones comerciales de malasios y singapurenses con estos mercados (los países que consideramos "escaparate" de la imagen de España por las razones expuestas en el epígrafe IV.1). Quinto, porque las capitales de estos países desarrollados son afluentes y con altos costes de la vida (excepto Taipéi, afluente pero con un coste de la vida parecido al de España)<sup>1851</sup>; mercados grandes; maduros; con altos costes de implantación y distribución<sup>18521853</sup> y bastante competitivos, aspecto estratégico para el aprendizaje de las empresas españolas en términos de marketing internacional.

China: Lasso y Justo<sup>1854</sup>, ofrecen una síntesis de los resultados de la encuesta sobre la imagen de España en China en 2008, encargada por el Ministerio de la Presidencia en abril de 2008 a la empresa TNS-CSM: España es relativamente desconocida en China pero existiría un futuro esperanzador. Una opinión que contrasta con la opinión de Javier Noya en 2011, quién piensa que los rasgos de la imagen de España en China<sup>1855</sup> son una simpatía difusa y un profundo desconocimiento. La mayor parte de los chinos tienen una opinión "*neutra*" sobre España en el estudio de Lasso y Justo, y las visiones positivas superan 3 a 1 a las negativas. Es decir, un 24% tendría visiones positivas sobre España y un 8% visiones negativas. Sin embargo,

---

<sup>1849</sup> GARCIA MUÑOZ, LAURA, "El mercado de la distribución de la moda en Hong Kong", nota informativa supervisada por la Oficina Comercial de España en Hong Kong, Hong Kong, Instituto Español de Comercio Exterior, 2012, p. 17.

<sup>1850</sup> BAEZ MORANDI, MARIA JESUS, "El mercado del calzado en Taiwán", nota informativa supervisada por la Cámara de Comercio de España en Taiwán, Instituto de Comercio Exterior, 2009, 35 páginas, 23 y 28.

<sup>1851</sup> Fuente: Comparador online de coste de la vida Expatistán. Se ha comparado a Madrid, con las seis ciudades asiáticas de referencia, y sólo Taipéi es más barata que Madrid: Seúl (12% más cara); Tokio (32% más cara); Hong Kong (39% más cara), Singapur (49% más cara) y Taipéi (20% más barata). P. ej., de productos de futuro, las exportaciones de vino español han subido bastante en todas estas ciudades/países en los últimos cuatro años. Véase CAMARA DE COMERCIO DE TAIWÁN, "Situación actual del mercado del vino en Taiwán", Taiwán, Oficina Comercial de España en Taiwán/ICEX, 2013, 18 páginas, p. 8.

<sup>1852</sup> RUIZ, GARCIA, JAVIER, "El Mercado de las franquicias en Hong Kong", nota informativa supervisada por la Oficina Comercial de España en Hong Kong, 2013, 28 páginas, p. 22. Hong Kong sería el mercado más caro del mundo para alquileres y adquisiciones inmobiliarias, lo que retrae la apertura de tiendas.

<sup>1853</sup> Op. cit., GARCIA MUÑOZ, LAURA, p. 4, y BLASCO CUENCA, ANDREA, "El mercado de la Moda en Corea", nota informativa supervisada por la Oficina Comercial de España en Corea, 2013, 38 páginas, pp.6 y 19. Los precios en Corea llegan a ser abusivos, es necesario dejar hasta un millón de euros de fianza para alquilar 100 m2. También para Japón en RABANALES, MARIA, "El mercado de la confección textil en Japón", nota informativa supervisada por la Oficina Comercial de España en Tokio, Instituto Español de Comercio Exterior, 2013, 81 páginas, p. 43.

<sup>1854</sup> LASO, GREGORIO y JUSTO, PIERRE, "La imagen de España en China", Madrid, Secretaría de Estado de Comercio, *Boletín Económico del ICE*, nº 2792, 2009 (1-15 septiembre), pp. 95-110.

<sup>1855</sup> NOYA, JAVIER, "La Imagen de España en China", en AAVV, *Anuario Asia Pacífico 2010*, coordinado por Oriol Farrés, Barcelona, edición al cargo de Casa Asia, CIDOB e Instituto El Cano, 2011, 437 páginas, pp. 453-457.

cuando uno considera un "macro país" como China, de 1400 millones de habitantes, habría que matizar con cuidado estas afirmaciones, indicando que en los principales centros económicos y políticos chinos, Shanghai y Pekín, el conocimiento de España es algo más amplio y mejor informado, lo que sería lógico por el mayor número de actividades promocionales de los intereses españoles en estas ciudades.

Cuando se pide a una muestra de ciudadanos chinos que nombren los países europeos que conocen ("lo primero que viene a la mente"), España aparece en la quinta posición como media (después de Francia; Inglaterra; Alemania e Italia). Esto contrasta con los resultados del *Nation Brands Index* de 2006 al que se refiere Noya<sup>1856</sup> como una mejora relativa. España ocupaba en China la posición 9ª entre las marcas país de las naciones europeas, y el 13 entre todas las naciones consideradas en 2006. Finalmente, aunque China le da a España una puntuación muy baja en el *Country Rep Trak* de 2010 (está entre los países peor valorados), también se la da a los competidores de España (lo que significa oportunidades de gestión de la reputación para los intereses españoles)<sup>1857</sup>: España sería valorada en la RP China en 2010 mejor que Francia; Italia; Reino Unido, Alemania y EEUU. Además, el desconocimiento de la imagen de España en China sería bastante mayor que el de Japón<sup>18581859</sup>. Las malas puntuaciones que recibe España en China, contrastan relativamente con el alto respeto relativo que curiosamente tienen los españoles tienen por China en el *Country Rep Trak* de 2012, con relación a los países del G8<sup>1860</sup>. De cualquier modo, aunque España puntúe mejor a China que los miembros del G8, las puntuaciones recibidas por China son relativamente bajas, China ocuparía la posición 25 (50,3 %), en el entorno de India y Brasil en el ranking de países visto desde España.

Volviendo a Lasso y Justo, la cobertura de los medios de comunicación chinos sobre España se centraría en temas lúdicos o poco sensibles en términos políticos: en un "barrido" que se hizo sobre los programas emitidos sobre España en las televisiones chinas encontramos que de 434 programas: 365 lo fueron sobre fútbol; 46 sobre toros; 16 de otros deportes, 4 de ciencia y 3 de cine. Esto es normal, dadas las características autoritarias del régimen político chino y el férreo control de los medios de comunicación. Por tanto no es de extrañar que, en términos de "estereotipos espontáneos" (preguntar que se viene a la cabeza sobre de España), los chinos responderían según Lasso y Justo: los toros (87% de entrevistados); el fútbol (52%); la "pasión" (12,8%); el flamenco (11,6%); los Juegos Olímpicos (12,8%). Noya amplía estas asociaciones, (a las que asigna diferentes porcentajes que Lasso y Justo), con las del color rojo y el pasodoble. Estos serían los puntales de la imagen de España en China: la prevalencia de los tópicos sería consecuencia de la distancia cultural, geográfica y la relativa escasez de relaciones entre ambos países, más allá de las económicas (aunque esto pueda haber cambiado bastante a juzgar por el creciente número de comercios y empresas chinos en España de 2008 a 2015, así como el aumento de las exportaciones e importaciones españolas)<sup>1861</sup>. Los españoles somos toreros, "masculinos" y "fuertes"<sup>1862</sup>, pero además un 72% pensaría que la cultura española es tradicional; otro 64% la asocia a "pasión" antes que a "razón", y un 47% cree que somos una cultura "conservadora", lo que no

---

<sup>1856</sup> Op. cit. NOYA, JAVIER, 2011, p. 454.

<sup>1857</sup> Op. cit. PRADO MIRANDA, FERNANDO, 2010, p. 22 y p. 24.

<sup>1858</sup> AAVV, "La Imagen de España en China", edición al cargo de JAVIER NOYA, Madrid, Real Instituto Elcano de Estudios Internacionales y Estratégicos, 2007, 391 páginas, pp. 377-383 (conclusiones), en p. 377.

<sup>1859</sup> Véanse el epígrafe I.4.5 y el I.4.6. sobre rivalidad sino americana.

<sup>1860</sup> Op. cit. PRADO MIRANDA, FERNANDO y NOYA, JAVIER, 2013, p. 15 (gráfico 05) y p. 23 (gráfico 17).

<sup>1861</sup> Op. cit., NOYA, JAVIER, 2011, p. 457, y tablas 62; 63; 64, 65 y 66 en el epígrafe III.1.1.

<sup>1862</sup> Ibid., JAVIER NOYA, 2007, pp. 377 y 379.

es de extrañar dado el cambio económico y social vertiginoso que experimenta la China híper competitiva, consumista y hedonista.

Los chinos estarían muy bien informados sobre *La Liga* y todos los equipos (*Madrid, Barsa* y demás), y esto es fácil de comprender por la extensa cobertura televisiva de estos espectáculos en China, ya que hay 15 canales que ofrecen *La Liga BBVA*, miles de horas al año (los toros se retransmiten en China desde hace bastantes años, es muy divertido escuchar a los comentaristas de toros chinos retransmitir las corridas en mandarín, con la misma entonación del locutor español *Miguel Ángel Moncholi*<sup>1863</sup>). El 52% de los entrevistados no conocería nada sobre España, y lógicamente cuantos más jóvenes son los entrevistados y mayores niveles de renta y educación, se tienen mayores conocimientos sobre España. En los estudios de Noya, previos a la crisis económica de 2008, España no sólo sería un país con un gran calidad de vida, sino el destino preferencial para la emigración china a Europa frente a Alemania. Los españoles seríamos percibidos como trabajadores, educados y fiables, solidarios y divertidos<sup>1864</sup>. Pero al mismo tiempo se percibiría como un país rural, con gran atractivo natural, religioso y tradicional. Noya cree que la impresión que los chinos tienen de los toros, omnipresentes en las respuestas, reforzaría este segundo patrón los que constituiría una distorsión: España tendría una imagen de país moderno y no moderno a la vez.

En China se replicaría el patrón de alta consideración para los atributos "*blandos*" de la marca España a nivel internacional frente a los "*duros*". Entre los "*blandos*", España es un país que los chinos querrían visitar, y siendo muy valorados: la calidad de vida; la gastronomía; el turismo; la diversión; cultura; museos; el estilo de vida, entre otros. Entre los "*duros*", baste indicar el desconocimiento de las marcas; los productos españoles, su tecnología, diseño o calidad. Esto es importantísimo para los intereses españoles: China es el principal "escaparate" de la imagen comercial de España en Malasia y Singapur en el Este Asiático, lo que se explica al ser el destino más importante para las exportaciones malasio-singapurenses (su primer cliente), y que Singapur recibe una inversión creciente de millonarios de la RP China deseosos de establecerse en los dos países. El turismo chino a España, variable comercial estratégica, ha crecido sustancialmente. Sin embargo, para Tomás Gaidmundiz<sup>1865</sup>, España ocuparía el ranking 26 entre los destinos preferidos de los chinos, y sólo el noveno a nivel europeo: España sería la gran desconocida entre los ciudadanos chinos, y el turismo a España estaría muy por debajo de su potencial: sólo estaban entrando de 500 a 800 mil turistas chinos al año en 2010, el primer mercado asiático para España en Asia y el segundo extra europeo<sup>1866</sup>, mientras que en España entran más de 65 millones de turistas al año, siendo el primer país del mundo en competitividad turística en 2015. No existiría ni un sistema de información de Marketing, ni un esfuerzo de adaptación necesario del Marketing Mix de nuestra oferta turística a las particularidades (necesidades, deseos, cultura), de esta audiencia estratégica china: un mercado enorme, ni mucho menos homogéneo por provincias o zonas económicas especiales, lo que entendemos tampoco se da en países de la Diáspora como Malasia; Singapur y Taiwán. Dados los bajos niveles de renta per cápita (aunque no en PPP), los turistas que vienen a España lo son de clase acomodada, audiencia

---

<sup>1863</sup> Fuente: Experiencia del doctorando de un año en Jiaxing, Zhejiang, y Shanghai, RP China, 2001.

<sup>1864</sup> Op. cit. NOYA, JAVIER, 2011, p. 455.

<sup>1865</sup> TOMÁS GAIUMUNDIZ, DAVID "El turismo chino en España. La adaptación de destinos turísticos españoles al mercado más grande del mundo", Sevilla, Universidad de Sevilla, Trabajo de Fin de Master para el Master Universitario en Dirección y Planificación del Turismo 2010-2011, 2011, 108 páginas, pp. 90-93

<sup>1866</sup> Fuente: Organización Mundial del Turismo, 2012

estratégica privilegiada para la imagen país de España en Asia. Además, en línea con el crecimiento económico chino, se prevé que un porcentaje cada vez mayor de ciudadanos chinos de clase media visiten España, y Pekín, Shanghái y Shenzhen serían sus principales orígenes. España no contaría ni con suficientes vuelos directos a España, ni con suficientes estudios o estadísticas fiables sobre el turismo chino (tampoco parece tenerlas del Sudeste Asiático)<sup>1867</sup>. España resultaría atractiva por la cultura "exótica"; la belleza paisajística; el encanto de las ciudades y su riqueza histórica. Existiría un enorme potencial de crecimiento para aquellos vuelos parada intermedia de China a Latinoamérica, y en España es Cataluña el destino principal de los turistas. Los turistas chinos se gastan poco en alojamiento en España, pero esto se compensa con el gasto importante en ir de compras de 1000 a 3000 Euros por persona y viaje: las compras representan la mayor partida de gasto: comprar regalos y productos de calidad europeos aumenta el prestigio social de los compradores, especialmente si se utilizan como regalos, algo bastante importante en las redes sociales y clientelares en el mundo chino. Según el diario *El Mundo* cada turista chino en España gastaría en un día lo mismo que un europeo en una semana<sup>1868</sup>. Hay bastante interés en visitar España por turismo, y se nos llega a colocar en términos de interés por delante de Italia (pero por detrás de Francia y EEUU). Si tuvieran dinero visitarían España pero el coste es el principal impedimento. Los turistas chinos mencionan el sol y la playa (67%) y la playa y los museos (71%), aunque lo más probable es que muchos pasen la mayor parte del día de compras y de tapas<sup>1869</sup>.

Según Lasso y Justo, el desconocimiento de las marcas y productos españoles en China respondería al tipo de productos que España vende en China: España no estaría exportando, ni mucho menos, cantidades apreciables de productos de consumo (B2C) o industriales con relación a sus competidores europeos y occidentales. España estaría vendiendo fundamentalmente a empresas: maquinaria industrial; agrícola, servicios financieros o de telecomunicaciones (B2B), estos dos últimos sectores sin liberalizar en China lo que ofrecería menores opciones de venta y explotación (esto pueda haber cambiado sustancialmente de 2008 a 2015). Entre los estereotipos espontáneos sobre moda destacaban en orden de popularidad de marcas españolas: *Zara* (2.5%); *Mango*; *Loewe* y *Lois* (0.8%, una marca de prestigio en Asia) como marcas conocidas. España destacaría en sectores del calzado y las cadenas de tiendas de moda, por su expansión a escala internacional: ya son años comercializando productos españoles en la región; marroquinería, cosméticos y habitat<sup>1870</sup>. Sobre economía, destacarían: el vino (14,5%); la construcción (0,3%); el turismo (0,3%); el calzado (0,3%) y "*San Miguel*" (0,2%), la cerveza de origen español en Filipinas que ahora pertenece a un grupo cervecero de Hong Kong.

Lasso y Justo inciden en que España no habría alcanzado las asociaciones entre su marca país y productos/sectores de consumo de calidad y lujo; perfumería; diseño; calzado, moda, que otros países como Francia, EEUU e Italia se han ganado a pulso, aunque las exportaciones de este tipo de productos españoles

---

<sup>1867</sup> Fuente: Instituto de Estudios Turísticos, Turespaña.

<sup>1868</sup> CABALLERO, CRISTINA, "Los chinos gastan en un día en España lo que un europeo en una semana", Sección Papel, *El Mundo* (Madrid, 19.12.2015), en (accedido el 29.12.2015)  
< URL: <http://http://www.elmundo.es/papel/historias/2015/12/18/56729c11ca474132438b4630.html>>

<sup>1869</sup> Fuente: Entrevista personal con *Ángela Castaño Cabañas*, en la oficina de Turespaña en Singapur (1.11.13; 11.00 AM), *Castaño* es la directora de la Oficina de Turespaña en Singapur para el Sudeste Asiático Australia y Nueva Zelanda.

<sup>1870</sup> OFICINA COMERCIAL DE ESPAÑA EN PEKIN, "China, informe económico y comercial", Pekín, China Secretaría de Estado de Comercio, 2013, pp. 48-49.

estén subiendo en todo el Este Asiático<sup>1871</sup>. Tampoco la de países como Japón o Alemania en el campo de la automoción. Esta situación limita considerablemente su visibilidad en los medios de comunicación o en las cadenas de distribución chinas. El delicatessen español, con especial atención al vino, sería el sector mejor conocido: *Bodegas Félix Solís* ya produce en China desde 1998<sup>1872</sup>, y *Torres* tiene una red de restaurantes especiales de venta directa de vino<sup>1873</sup>, pero otros países como Francia; Italia, Chile, ya tendrían mayor tradición y presencia, siendo el vino francés el más considerado. En el aceite de oliva, lógicamente, tendríamos reputación y mercado, algo a la zaga de Italia. Los chinos desconocerían que determinadas marcas con altas ventas en China como: Zara; Mango; Gao le Gao (el *Cola Cao* chino), o *Chupachups* (adquirida recientemente por un grupo italiano), son marcas españolas<sup>1874</sup>.

Tabla 96  
Exportaciones de Malasia; Singapur, los países occidentales EAFRIH y España a Hong Kong. Ratio Exportaciones país/exportaciones de España, 2015, en miles de dólares americanos

Exportadores				Posición en ranking suministradores	Export. País/ export españolas
	Importaciones de Hong Kong	Balanza de pagos	% Import.		
<b>Mundo</b>	547568456	-49010836	100		
<b>Singapur</b>	33,881,827	-24,327,555	6.2	5	<b>42.94</b>
<b>EE. UU.</b>	29471250	13606378	5.4	6	<b>37.35</b>
<b>Malasia</b>	12033759	-8335226	2.2	8	<b>15.25</b>
<b>Reino Unido</b>	9449082	-2487636	1.7	11	<b>11.97</b>
<b>Alemania</b>	6476180	2436985	1.2	14	<b>8.21</b>
<b>Italia</b>	6171614	-3251724	1.1	15	<b>7.82</b>
<b>Australia</b>	4690609	-247363	0.9	16	<b>5.94</b>
<b>Francia</b>	4385640	-75461	0.8	17	<b>5.56</b>
<b>Holanda</b>	2738186	3924448	0.5	22	<b>3.47</b>
<b>España</b>	789113	1087695	0.1	29	<b>1.00</b>

Fuente: Elaboración propia en base a datos de Trademap, 2015, base de datos de comercio exterior de NNUU

Lasso y Justo resaltan la baja proporción de entrevistados en *Guanzhou* y *Shenzen* en la provincia de *Guandong* (Cantón) que quieren visitar España. Además, los que tienen una visión positiva de España sólo representan el 18% de los entrevistados en *Guangzhou* (Cantón) y del 17% en *Shenzen*, la mitad que en Pekín o

<sup>1871</sup> HUDSON TESLIK, LEE, "Nation Branding explained", Washington DC, en el sitio web del Council of Foreign Relations, 2007, en < URL: <http://www.cfr.org/diplomacy-and-statecraft/nation-branding-explained/p14776> > (accedido el 01.05. 2013).

<sup>1872</sup> Fuente: sitio web de la empresa *Felix Solís Avantis*, en < URL: <http://felixsolisavantis.com/es/compania/> >.

<sup>1873</sup> ANÓNIMO, "Icex, Bodegas Torres, un veterano en China", Madrid, vídeo del Instituto Español de Comercio Exterior, de su revista *El Exportador*, en < URL: <https://www.youtube.com/watch?v=LqwwsnAHRFO> > (accedido el 07.07.2015).

<sup>1874</sup> BENGOCHEA, MARTA, "El mercado del hábitat de diseño en China", nota informativa supervisada por la Oficina Económica y Comercial de España en Pekín, China, Instituto Español de Comercio Exterior, 2010, 55 páginas, pp. 40-41.

en Shanghái, donde ronda el 35%, y la presencia económica española era mayor. También es curioso el porcentaje alto de respuestas con una visión negativa de España en las dos ciudades, en torno al 13%. Esto se podría comprender en ciudades de interior como Chengdu o Chongqing, en torno al 17%, pero no en la provincia de Guandong en las zonas costeras más dinámicas, la más dinámica de China, dónde España ni tiene una presencia notable, ni siquiera una oficina de turismo antes de 2008. *Guangzhou* es una de las ciudades más grandes del mundo, y *Shenzhen* una de las cuatro más importantes de China en términos de riqueza, con casi 12 millones de habitantes, a escasos kilómetros de Hong Kong (ex colonia británica dónde se habla cantonés) con otros 7.2 millones de personas, y una de las rentas per cápita más altas entre las ciudades del planeta. Si a estos enclaves les unimos los de Singapur y Malasia, España no tiene presencia notable en las zonas tradicionales de influencia del Reino Unido (Malasia, Hong Kong y Singapur son ex colonias) y Portugal (Macao). Además, la mayor parte de los miembros de las Diásporas chinas de Malasia y Singapur tienen su origen en el Sur de China (provincias de Guandong, Fujian y Hainán, dónde no se hablaba chino mandarín hasta su incorporación tardía al Imperio Medio, y domina el cantonés): los chinos cantoneses son mayoría en la Diáspora china de Kuala Lumpur (Malasia), luego son originarios de Guandong; los *hokkien* son mayoría en Singapur, luego originarios de la vecina Fujian<sup>1875</sup>. Paralelamente, el *hokkien* (provincia de Fujian), es el idioma chino mayoritario tanto en Malasia como en Singapur, lo que facilita las relaciones económicas con Taiwán, importantísimo en el comercio industrial de los clústeres de electrónica y electricidad entre los tres países, con o sin dependencia de las multinacionales japonesas (también hay importantes minorías en Malasia y Singapur de lengua *hakka*. Finalmente, Guandong (idioma cantonés) es la provincia china con mayor PIB y mayores relaciones económicas con Malasia y Singapur, y las exportaciones de España a Hong Kong también son bastante más reducidas en proporción que las de los países occidentales EAFRIH considerados en el estudio (Tabla 96). España no ha recorrido aún el camino cantonés que lusos y británicos conocen bien.

Según Noya<sup>1876</sup>, no solamente los chinos sienten que su cultura es superior a la española por lo milenario de la misma, si no que tanto Francia (42%); como EEUU (21%); como Italia (15%), contarían con una producción cultural más interesante que la de España. Además, uno de cada dos chinos creería que la tecnología china es superior a la española, y la calidad de vida sería el único atributo de la marca país en el que España aventajaría a China. Este fenómeno de sobre confianza china, ciertamente extraño visto desde ojos occidentales en 2013, no lo es desde una perspectiva histórica en China: La cultura china ocuparía una posición central a escala universal en la mente de los chinos. Como vimos<sup>1877</sup>, el Imperio Medio sería el centro de todas las cosas. El emperador cuenta con el Mandato Divino para servir de intermediario entre sus súbditos y las fuerzas cósmicas, y todos los reinos circundantes deberían de declarar su "*vasallaje*", al menos simbólico, para no suscitar las iras del Imperio Medio. A la hora de comprender las bajas puntuaciones en los estudios de imagen país para España y los países occidentales EAFRIH, no sólo operan la distancia cultural y geográfica, sino también el rechazo del colonialismo europeo: los Asentamientos costeros de los EAFRIH en China hasta 1948 y el apoyo a la República de China (Taiwán) de Occidente hasta los años 70, se consideran en la RP China como una verdadera humillación.

---

<sup>1875</sup>Op. cit. SAW, SWEE-HOCK, 2007, 255 páginas, pp. 12-14; 17; 18-19; 24-27 y 32-33, y SAW, SWEE-HOCK, *The Population of Singapore*, 3ª edición, Singapur, Institute of South East Asian Studies (ISEAS), 2012, pp. 1-5 y pp. 27-31.

<sup>1876</sup> Op. cit. NOYA, JAVIER, 2011, p. 455

<sup>1877</sup> Véase el epígrafe I.1.



Japón: En 2010, España alcanza la posición 10ª en el Country Rep Trak medido por los países del G8, por delante de Japón, que ocupaba la posición 11ª (aunque en el NBI de Simon Anholt, Japón ocupara la 5ª plaza y España la 10ª). La puntuación que habría recibido España de Japón (62,9%) estaría por delante de la otorgada por EEUU (60,4%) y los países iberoamericanos<sup>1878</sup>. En la valoración que Japón realizaba sobre todos los países del Country Rep Trak, España ocupaba la posición 12ª. Una puntuación relativamente buena dada la distancia geográfica y cultural: un 5% superior a la media recibida de los países del G8, La puntuación de España se sostuvo en Japón en 2010 por los atributos "blandos" españoles, que superan a los "duros", exceptuando la valoración del entorno natural español (20ª)<sup>1879</sup>:

- Puntuaciones para atributos "blandos": ocio y entretenimiento (3ª); cultura (8ª); estilo de vida (11ª).
- Puntuaciones para atributos "duros": marcas y empresas reconocidas (11ª); entorno económico (16ª); calidad de productos y servicios (16ª); respeto internacional (17ª); tecnología (20ª).
- Lo que se manifiesta en las propensiones: España es buena para visitar en vacaciones (8ª); regular para vivir (14ª), bastante regular para trabajar (17ª) y más que mediocre para invertir (20ª).

Sin embargo, en 2012 las valoraciones del Country Rep Trak del Reputation Institute cambian marcadamente: España cae 6 puestos en el ranking del G8 (puesto 16ª)<sup>1880</sup>, y Japón supera a España 4 plazas (puesto 12ª en el *Pulse*) ante una mejora relativa significativa de la imagen de Japón en el mundo en el periodo (que muchos asocian con la cobertura del esfuerzo de reconstrucción tras el accidente de Fukushima). Lo más preocupante, de importancia estratégica para la marca España, es la caída, en picado, de la valoración de España en Japón en 2012 (un 19%)<sup>1881</sup>, que según Prado y Noya fue debido a la marea de noticias negativas sobre el entorno económico español. Otra vez nos veríamos ante la "*paradoja española*", la buena valoración de España por una sobrevaloración de sus atributos "blandos" frente a los "duros", no significaría una buena defensa ante una crisis económica aguda como la actual. Japón es el país del G8 donde, literalmente, se derrumba la imagen de España en 2012. En España mejora la visión que se tenía de Japón, que pasa de la 7ª posición de los países apreciados por España en 2010, a la cuarta en 2012<sup>1882</sup>, lo que es bastante curioso en la línea del otro derrumbe, el de la autoestima en España con la crisis en Country Rep Trak, algo absurda por otra parte. Además, Japón ya llevaba prácticamente 20 años en una situación de estancamiento económico relativo y pérdida de poder blando en Asia<sup>1883</sup><sup>1884</sup>, antes del desastre de Fukushima<sup>1885</sup>.

---

<sup>1878</sup> Op. cit., PRADO MIRANDA, 2010, p. 21, p. 23 y p.26.

<sup>1879</sup> Op cit., PRADO MIRANDA, 2010, pp. 127-130.

<sup>1880</sup> Op. cit., PRADO y NOYA, 2013, p. 15.

<sup>1881</sup> Ibid., 2013, p. 18 y p.77.

<sup>1882</sup> Ibid., 2013, p. 23.

<sup>1883</sup> Véase el epígrafe I.4.6 AAVV, "Japan-U.S. Relations: Issues for Congress", coordinado por Emma Chanlett-Avery, Washington, Informe del Servicio de Investigación del Congreso de los EEUU, (13.01.2015), en: <URL: <http://fas.org/sgp/crs/row/RL33436.pdf>>.

<sup>1884</sup> OKIMOTO, DANIEL L, "Causes of Japan's Economic Stagnation", Stanford, California, EEUU, en la página del APARC, Centro de Estudios de Asia Pacífico del Instituto de Relaciones Internacionales Freeman Spogli (FSI), de la Univ de Stanford en < URL: [http://aparc.fsi.stanford.edu/research/causes\\_of\\_japans\\_economic\\_stagnation](http://aparc.fsi.stanford.edu/research/causes_of_japans_economic_stagnation)>. (accedid el 22.07.2015), Okimoto es emérito de este departamento.

<sup>1885</sup> SCHLANGER, ZOË "Fukushima Has Been Leaking Radioactive Water Since May, But Tepco Didn't Tell Anyone", *Newsweek* (Nueva York), 25.02.15, en < URL: <http://www.newsweek.com/fukushima-has-been-leaking-radioactive-water-may-tepco-didnt-tell-anyone-309442>>, (accedido el 15.07.2015).

Antes de 2008, los datos permitían a Javier Noya especular (2004) sobre la "*simpatía natural*" que España habría suscitado en Japón, suponemos que teniendo en cuenta la ambivalencia de Japón para todo lo occidental, y la delicada Historia de las Relaciones Internacionales de Japón, para con las potencias coloniales occidentales. Al igual que en su estudio para China, Noya cree que la atracción que España suscitaba en Japón se explicaba porque España se percibía como un "*país moderno y no moderno a la vez*". España sería un país occidental pero distinto a otros occidentales. En suma, España sería "*como Japón*" (suponemos esto para el caso específico de Japón, pero no lo entendemos para el de China). Japón tendría una imagen romántica y tradicional de España, que lógicamente pueda haber cambiado con la crisis económica española y las profundas transformaciones culturales; étnicas y sociales en España en los últimos diez años. Con relación a otros países europeos, los japoneses tendrían una visión menos amable y positiva sobre España. Los españoles resultaríamos en 2004: "*Más groseros; más egoístas, más fuertes y más de campo. Menos fiables; menos limpios, menos religiosos y menos de derecha*".

En el orden de los estereotipos espontáneos sobre España en Japón ("*lo primero que se le viene a uno a la mente*") sorprende el desconocimiento de la España urbana, moderna: en un 28% de los casos, los toros; en un 19%, flamenco y en un 7%, pasión. El estudio se realizó antes de los éxitos futbolísticos españoles del Mundial, no sería extraño encontrar una mayor proporción de "futbol" en estudios más recientes. En términos de los diferenciales semánticos (parejas de palabras con significados contrapuestos: p. ej., "*elija entre frío o calor*") más frecuentemente asociados con España serían: natural; rural, cálido, seco; los asociados con los españoles: tradicional; religioso, divertido y perezoso. Sin embargo, dos de cada tres japoneses entrevistados rechazaba casarse con un español y, uno de cada cuatro, a tener un amigo español. Los estereotipos, lógicamente cambiarían en función de los niveles culturales, económicos y la edad de los entrevistados ("*los mayores conocen más, pero peor; los jóvenes menos, pero mejor*").

La fortaleza de España estaría en su cultura, con relación al mismo Japón y otros países europeos. Los japoneses aprecian la aportación de la cultura española a la cultura europea, y percibirían la mayor proximidad de la cultura española a la iberoamericana que la europea (España se parecería a Portugal e Italia). La lengua española se percibía como lengua de futuro, pero con menos prestigio y utilidad práctica que otras lenguas europeas (para viajes turísticos pero con bastante atractivo). Entre los personajes artísticos más conocidos en Japón están: *Picasso; Gaudí y Miró; Antonio Banderas, Almodóvar*. Lo más significativo a escala asiática, es que uno de cuatro japoneses ha tenido contacto con la comida; la moda o el cine españoles (pero es la comida española y los documentales en TV sobre España lo más frecuente). Con respecto al turismo, el aspecto clave para los intereses de España en Japón, España es el segundo país que los japoneses querrían visitar, si no lo hacen es lógicamente por razones de distancia geográfica y coste económico (en el orden de Italia). Problemas adicionales para optar por el turismo en España serían el idioma (dificultades de comunicación), y la seguridad ciudadana: la gran popularidad de España como destino turístico en Japón contrasta con la presencia testimonial del español según el Instituto Cervantes<sup>1886</sup>. Los japoneses en general se habrían sentido generalmente

---

<sup>1886</sup> CANAS CAMPO, ALBERTO, "El español en Japón", Madrid, en el sitio web del Instituto Cervantes, como parte del anuario "El español en el mundo 2006-2007", 2007, pp. 150-152, disponible en < URL:[http://cvc.cervantes.es/lengua/anuario/anuario\\_06-07/pdf/paises\\_27.pdf](http://cvc.cervantes.es/lengua/anuario/anuario_06-07/pdf/paises_27.pdf) >, (accedido el 25.07.2014).

satisfechos con el turismo en España (un 17% de los entrevistados en el estudio de Noya indica haber viajado a España alguna vez): cultura; museos; comida, edificios históricos, el paisaje. Casi nadie recordaba haber visto publicidad alguna sobre el turismo de España de *Turespaña* u otras instituciones. El japonés prefiere el turismo cultural y gastronómico, que el de sol y playa; además, prefiere, ligeramente, Madrid a Barcelona. Para Noya, al igual que en el apartado anterior sobre China, no se estaría haciendo el esfuerzo necesario de adaptación de la oferta turística a las particularidades culturales, deseos y necesidades japonesas, y no se estaría prestando la debida atención al hecho de que un 40% de los japoneses que visitaban España se fueran con una percepción de inseguridad personal en el país. El coste de oportunidad de perder un turista japonés sería bastante más alto que el de perder un europeo, puesto que no cuenta con las mismas posibilidades de retomar contacto con España (coste, distancia y gran influencia en Asia, al ser Japón el país de referencia).

Para Noya, en Japón no sólo se creería que el desarrollo educativo económico, científico y tecnológico de España es inferior al japonés, sino que también lo sería su calidad de vida, un aspecto contrastable desde una mirada de puntos de vista, aunque en la percepción de la misma entren en liza aspectos culturales<sup>1887</sup>. En el campo de la escasa "*reputación comercial*" en Japón, España habría sido y es<sup>1888</sup> la gran desconocida. España no destacaba en 2004 en ningún sector: ni en el calzado; ni en la moda, ni siquiera en el aceite. Los productos italianos o franceses se considerarían mejores (efecto "*Prada*" y efecto "*Chanel*"). Pocas marcas llaman la atención de los japoneses en 2004: *Loewe*; *Zara* o *Lladró*. Aunque este catálogo se ha expandido bastante a la altura de 2012. Además, es posible que también hayamos mejorado en algunos sectores B2B: en el calzado; las industrias químicas (26% de las exportaciones de 2012<sup>1889</sup>); la tecnología industrial (15,6 %); o subsectores como el farmacéutico (18%). Nuestros productos no se perciben como de diseño, tecnología y exclusividad, y la calidad se entiende como media, luego la ausencia probada de la asociación entre sectores de tecnología e imagen país, sería un hándicap para las empresas españolas frente a las americanas o de la Europa Occidental<sup>1890</sup>. La calidad de los productos es bastante importante en un mercado que se entiende como "*benchmarking*" para los mercados asiáticos (quién triunfa en Japón, lo tiene bastante más fácil para el resto del Este y el Sudeste de Asia)<sup>1891</sup>. La pauta es parecida a la de China, existe poca visibilidad por que existe una presencia limitada en los mercados de bienes de consumo. Los productos españoles se entenderían como bastos, no modernos, elaborados con métodos tradicionales, pero divertidos y originales (es lógico que a un pueblo con tendencias holísticas; jerárquico, socialmente estratificado, y disciplinado como es el japonés, le atraiga la creatividad, flexibilidad e individualismo españoles).

El patrón de desconocimiento de la imagen de España en el resto del Este Asiático, con atención a su "*gestión comercial*", es parecido para Corea y los demás grandes mercados de la Diáspora China: Taiwán y Hong Kong. El sistema de distribución de Japón se caracterizaría por su alta complejidad y oligopolización;

---

<sup>1887</sup> Fuente: En el ranking mundial de calidad de vida que elabora el semanario The Economist en 2005, España supera a Japón con bastante holgura. En "The Economist Intelligence Unit's Quality of Life index", disponible en línea (URL: [http://www.economist.com/media/pdf/QUALITY\\_OF\\_LIFE.pdf](http://www.economist.com/media/pdf/QUALITY_OF_LIFE.pdf)), (accedida el 26.11.13)

<sup>1888</sup> OFICINA COMERCIAL DE ESPAÑA EN TOKIO, "Japón, Informe Económico y Comercial 2013", Tokio, Secretaría de Estado de Comercio, 2013, 51 páginas, p. 32.

<sup>1889</sup> Ibid., 2013, en pp. 34-36.

<sup>1890</sup> RUBIN PIÑEIRO, PABLO, "El Macro sector TIC en Japón: Principales Mercados", nota supervisada por la Oficina Comercial de España en Tokio, Tokio, Instituto Español de Comercio Exterior, 2010.

<sup>1891</sup> Ibid. RUBÍN PIÑEIRO, PABLO, p. 41.

exigencia; reglamentación y seriedad, y sus prácticas son la referencia ("*benchmarking*") en los mercados del Este y Sudeste Asiático por la importancia de la IDE de las empresas japonesas del sector. En Japón, son importantísimas la calidad; la frescura; la reposición frecuente de géneros, la rotación de producto y calidad: funcionan con un sistema de calidad total a la *Tamaguchi* de "*cero defectos*" y "*cero demoras*"<sup>1892</sup>. Los índices de defectos deben de rondar el 0%, puesto que un 1% de defectos en un producto que precisa de diez etapas, se traduciría en un 10% de error en el proceso del producto final (lo que se extiende a embalaje; etiquetado y presentación de producto). Las "*cero demoras*", se corresponden con los sistemas "*Just in Time*" para conseguir "*cero stocks*". Es decir, reducir los costes de almacenamiento del producto y los stocks en todas las fases de producción y distribución (estratégico en Japón por la escasez de suelo), lo que lógicamente supone una colaboración estrecha entre proveedores, empresa y clientes. Este sistema precisa de una gran flexibilidad en términos de volúmenes de producción, luego sólo es recomendable para PYMEs con gran experiencia; volumen de ventas y diversificación de mercados (lo que me haga falta, cuando me haga falta). Los retrasos típicos de las PYMEs españolas son uno de sus principales hándicaps, dados los altos niveles de exigencia en términos logísticos de la distribución japonesa en Japón. Además los productos deben de llegar en buen estado, lo que es importantísimo para el comercio español de perecederos. La calidad; frescura, trazabilidad online, lo saludable y la seguridad serían prioridades para el consumidor japonés por lo que está dispuesto a pagar precios más altos. El envasado y el diseño es importantísimo, razones utilitarias y estéticas, en un país donde parece imperar lo pequeño; suave; "amoroso"; florido y "sensible"; infantil (¿infantilizado?); ¿femenino?; conservador, delicado y sutil (a la japonesa), servicial (¿o servil o correcto y jerarquizado?), de bajo perfil, educado (¿orientalismo?), poco sonoro pero vistoso<sup>1893</sup>. Por tanto, las botellas de litro de aceite a la *Carbonell* no se asociarían a pequeños contenedores con indicaciones en japonés al estilo de la perfumería fina (se prefiere el vidrio al plástico), que es donde probablemente haya que incidir (el pequeño tamaño de los envases se corresponde con lo minúsculo en el tamaño de las viviendas de los japoneses, no se puede almacenar nada). Con respeto a la publicidad, paradójicamente podrían ser recomendables las asociaciones con personalidades occidentales y famosas, masculinas o no: véanse los anuncios de la empresa *Suntory* de Tommy Lee Jones<sup>1894</sup> de "*marciano camuflado*", infiltrado en la sociedad japonesa, para vender su café helado "*Boss*", exitosísimo y divertidísimo. Además, véase ver la película "*Lost in Translation*", de Sofía Coppola, donde hay "divergencias" a la hora de anunciar el *Whiskey Suntory* (no se traduce fielmente enfado del director de un spot publicitario, para no ofender al actor americano): aquí encajan las personalidades del tipo de *Plácido Domingo* o un *Antonio Banderas* en algún rol de corte humorístico o solemne "a la japonesa". Lo divertido, atrevido y poco solemne (humor blanco y considerado), y el humor entendido desde Japón, o "*slapstick*", como *Charles Chaplin* tirando tartas. Aparece otra vez el problema de las "*personalidades*" mediáticas: todo lo que sea actores de Hollywood españoles; reyes, cantantes, príncipes o presidentes, lo que tendría un impacto desmedido en Asia, visto desde la esfera comercial o institucional, especialmente si aparece en la televisión: una visita de la *Casa Real* bien promovida y cubierta

<sup>1892</sup> AMORES DOMÍNGUEZ, LAURA; "El mercado del vino espumoso en Japón 2013", nota informativa supervisada por la Oficina Comercial de España en Tokio, Instituto Español de Comercio Exterior, 2013, 56 páginas, p. 39.

<sup>1893</sup> Fuente: Visitas frecuentes a grandes almacenes y tiendas: *Isetan*; *Muzzi*, *Uniclo* y de otras empresas japonesas, en diferentes ciudades asiáticas (Kuala Lumpur; Singapur; Taipei; Hong Kong; Macao y Shanghai).

<sup>1894</sup> Fuentes:

1. Fuente: Los anuncios producto "Boss" de la empresa Suntory en la televisión japonesa, están disponibles con subtítulos en inglés en < URL: <http://www.youtube.com/watch?v=IWYtrF1z5mc> >.

2. Fuente: En la película "Lost in Translation" de Sofia Coppola, Bill Murray anuncia el whiskey japonés marca *Suntory* como *Product Placement*. Aquí se combina el humor con la distancia cultural y los iconos occidentales. Véase el clip de "Lost in Translation", disponible en < URL: <http://www.youtube.com/watch?v=gXGXZiXopCA> >, (accedidos el 11.12.13).

por los medios locales, podría generar impactos en la imagen de España mucho más intensos en Occidente. También pueden ser recomendables féminas delicadas y "bellas" pero frágiles (más que "guapas") y saludables, que consumen productos buenos para la salud: seguimos el rastro de la empresa catalana *Freixenet*, líder en el mercado del cava en Japón, que es comercializada en Japón por la misma *Suntory*<sup>1895</sup>, para cuya promoción se utilizaron anuncios de grandes cantantes japonesas en televisión. El esfuerzo de Marketing es preceptivo, especialmente aquel que traslade una imagen de prestigio o exclusividad (las revistas profesionales también son un canal privilegiado). En todos estos casos se trataría de "japonizar"<sup>1896</sup> tanto al producto como a la persona occidental.

En Japón el precio de los productos de consumo no es tan importante como en los países Diáspora China, y no sería un mercado ni tan caro, ni tan difícil si se puede ganar la confianza del importador, lo que importa es la calidad, el diseño y la exclusividad (lo que entendemos informa las pautas de consumo de las élites en los países de la Diáspora China, pero no del consumo de masas). La "calidad total" hace responsable a todo el equipo de la calidad del servicio o producto, y al perder la reputación, como consecuencia de un error, un operario o trabajador, lo perdería, miméticamente, todo el grupo. Ahora, la calidad total es responsabilidad del grupo, no del individuo, habiendo que guardar especial atención a no humillar al individuo que compromete la calidad y mucho menos en público (anatema en todas las culturas asiáticas, la "face"). Finalmente, se privilegia la confianza y las relaciones personales a largo plazo, lealtad y fiabilidad<sup>1897</sup>: esta es la pauta es parecida a las familias de la Diáspora China (*Orientación al Largo Plazo*, según Hofstede<sup>1898</sup>), aunque en Japón no se trate de familias, si no de grandes empresas, directivos y equipos, el énfasis es distinto y el compromiso con la calidad mucho mayor en Japón, que en las empresas japonesas en los países de la Diáspora como son Malasia y Singapur, dónde son esperables bastantes más errores. Todo esto entendido desde una óptica netamente oriental: la "paz social"; la "armonía", la "face" y la evitación del conflicto, así como la centralidad de las apariencias y los ritos en estas dos culturas holísticas. Hay que tener en cuenta que en estas empresas, aunque se subcontrate a la Diáspora China, hay casi siempre japoneses al timón, audiencia estratégica para aquellos sectores capaces de desarrollar una imagen sector-país de productos de calidad que contribuyan a la marca España en el Sudeste Asiático.

Por ejemplo, es importantísimo el interés de la multinacional japonesa *Asahi Beers* (como *Suntory* con el cava español), que habría empezado a importar vinos españoles. Esto también apunta a que las empresas españolas (sobre todo las PYMEs), que tienen pocos recursos para Marketing y distribución: Japón es altamente costoso y por tanto es más arriesgado montar una cadena de distribución propia (razones tanto burocráticas; estructura de la distribución; normativas; culturales y otras), luego se está a merced de las grandes importadoras locales, las "trading houses" japonesas (emparentadas o no con la gran distribución japonesa), que como en el Sudeste Asiático (japonesas o chinas) pueden llegar a acaparar todo el producto español novedoso. Estas empresas pueden incluso condenarlo al fracaso por desconocimiento o falta de "savoir faire" sobre el mismo, o

---

<sup>1895</sup> Op. cit., AMORES DOMÍNGUEZ, LAURA (vino espumoso), 2013, pp. 29-30.

<sup>1896</sup> Fuente: Anuncio de *Freixenet* en Japón para la campaña de Año Nuevo de 2012, disponible en < URL: <http://vimeo.com/46070418> >, accedido el 10.12.13.

<sup>1897</sup> ABASOLO QUESADA, ANA MARIA, "El sistema de distribución comercial en Japón", informe supervisado por la Oficina Comercial de España en Tokio, Instituto Español de Comercio Exterior, 2012, 43 páginas, pp. 6-8.

<sup>1898</sup> Véase el epígrafe III.3.1, sobre la distancia cultural con la Diáspora China.

por falta de apoyo y control decidido al importador in situ (hay que estar), empezando por la conservación de precedentes: si no hay una delegación española, los errores se pagan caros. En todos los países y sectores considerados en este estudio, se recomiendan los consorcios de exportación españoles para afrontar el mercado de ciudades grandes y caras asiáticas, como pueda ser Singapur. Esto es así por las economías de escala en Marketing de los consorcios: en promoción, publicidad y distribución; en la negociación con las grandes empresas de importación y distribución; administrativas, ya que las trabas burocráticas en Japón serían generalizadas; logísticas, por reducción de costes ante mayores volúmenes de envío, eliminando duplicaciones; por poder hacer frente a la competencia que ofrece descuentos por volumen, por las largas distancias y otras. La presencia "in situ" es cara, pero es mucho más caro no tener presencia. Por tanto, la Oficina Comercial de España recomienda la promoción conjunta con el importador, relaciones y discusión frecuentes de acciones conjuntas.

Sobre el mercado de aceite de oliva<sup>1899</sup>, producto estratégico para España en Asia, el aceite español supone el 44% de las importaciones japonesas, frente a algo más del 50%, de origen italiano y el 2.7% de la importación mundial del producto. Italia tiene una gran imagen producto-país (asociación entre la imagen país y la imagen de producto de calidad), que le da una gran ventaja en este mercado: el consumo de aceite italiano tiene un aura de consumo exclusivo, luego el primer obstáculo para el aceite español es la asociación con la marca país Italia ("pasta" y gastronomía). Japón tiene mejor percepción de Italia que de España en las encuestas de marca país del *Country Rep Trak*, y además es el primer país donde la cocina mediterránea se habría puesto de moda (en torno a 1995). Las empresas italianas dedican bastantes más recursos que las españolas para acciones promocionales que las españolas. Como no existe imagen país sector, los consumidores no ven ningún beneficio en el origen español del producto (sería necesario establecer la asociación entre origen y calidad como los italianos, a través de acciones promocionales públicas y privadas). Para el consumidor, el aceite español, aunque bueno y barato, no tiene los atributos de producto de alta cocina como el italiano (los importadores conocen la alta calidad del producto español pero los consumidores no). En Japón, los italianos suelen colocar en envases, promos y corners los colores de la bandera italiana o motivos italianos, lo que refuerza la imagen país del sector. Además, la cocina española no tiene aún en Japón el mismo prestigio que la francesa o la italiana. Sin embargo, gracias a la apertura de nuevos restaurantes españoles, los éxitos recientes de la cocina española y las acciones promocionales, esta imagen estaría cambiando. La oligopolización del sector de la distribución de aceite, que se corresponde con la fragmentación y atomización de las ventas españolas, que venden a minoristas en muy pequeñas cantidades. Por tanto, las ayudas del ICEX con impacto en las economías de escala y racionalización de actividades en las PYMEs, por creación de consorcios de exportación en este sector son evidentes en el aceite, especialmente cuando se compara a las empresas exportadoras españolas con relación a las italianas y francesas, más grandes. Japón es un mercado caro y difícil que sólo debería de abordarse por empresas con tradición exportadora. El aceite español se vende de forma lo menos parecida a "botes pequeños de perfume" (problema en todo el Sudeste Asiático): se vendería más en menores cantidades y botes más pequeños, diferentes al familiar de litro o medio litro, lo que llevan haciendo los italianos durante décadas: hay problemas de adaptación envases y merchandising patentes. El diseño, la buena impresión y la apariencia son

---

<sup>1899</sup>AMORES DOMÍNGUEZ, LAURA, "El mercado de aceite de oliva en Japón, 2013", nota informativa supervisada por la Oficina Comercial de España en Tokio, Instituto Español de Comercio Exterior, 49 páginas, pp. 4-7 y 39-40.

variables estratégicas: ¿Habría incluso que ponerle lacitos a los botecitos? ¿Por qué no explorar esa dimensión femenina asiática para productos "auténticos" españoles asociados al agro y a lo rudo y sin pulir? Todo esto sin correr el riesgo tradicional en el racismo anglosajón para con los asiáticos, de no comprender la virilidad y masculinidad de un japonés o un chino malasio singapurense, expresado de formas bastante correctas y pulidas. Desarrollar una sensibilidad oriental para adaptar productos y el resto del *Marketing Mix* para ajustarse a deseos y necesidades asiáticos, no es algo que se haya intuido en las muchas conversaciones con Directores de Exportación de agroalimentario español entrevistados: Los japoneses entienden que el olor del aceite español es menos "intenso" y el sabor más agrio que el italiano, lo que es triste porque el aceite español es generalmente de mejor calidad y menor precio<sup>1900</sup> que el italiano. Hay problemas desde la adaptación de la oferta al mercado de destino, hasta la educación del consumidor final sobre los beneficios del producto; el apoyo al distribuidor in situ, presencia, educación sobre el producto; la promoción, información y educación del consumidor en el punto de venta, para informarle de los beneficios del producto. La preparación de platos sencillos que contengan aceite sería estupendo: distraer; enseñar, entretener, el humor "blanco" de los japoneses, considerado, jovial.

En los mercados del vino tranquilo<sup>1901</sup>; espumoso, y generoso en Japón, el ascenso de las importaciones españolas se corresponde con que la cocina española se haya puesto de moda a través de revistas (los canales femeninos, fundamental en Asia), promociones y programas de televisión (visitas de chefs como *Ferrán Adriá* o *Carmen Rusalleda*). Aunque siguen siendo pocos frente a la competencia francoitaliana, los "Spain Bars" estaban de moda en 2014, sirviendo como canal privilegiado para las ventas de cavas y generosos. Siguiendo el rastro de Francia; Italia, Grecia y otros países mediterráneos, se estarían abriendo bares y restaurantes españoles. Una copa de Sherry con una tapa de jamón<sup>1902</sup> definiría a estos establecimientos e identificaría la imagen de España (idea excelente para otros países asiáticos, ya se ha visto en Singapur y Kuala Lumpur, pero aparejado al Rioja), disparando las ventas de vino español "by the glass" (por copas) de vino generoso y espumoso<sup>1903</sup>. En el vino generoso, el fino "Tío Pepe" es la marca de referencia, sorprendente estando el Fino y el Manzanilla estancados en sus mercados anglosajones tradicionales. Aunque el consumo es minoritario, es verdaderamente esperanzador que un vino tan maravilloso como pueda ser el Fino y el Manzanilla, el que consumen los japoneses mayoritariamente entre los españoles, sólo o, curiosamente, con hielo, tenga esta apelación en Japón, por la variedad de asociaciones a la marca España que permite. Esto es algo que se ha observado en el Sudeste Asiático: nunca llegan botellas en buen estado a esta parte del mundo, pero cuando llegan, la reacción de los bebedores de la Diáspora China malasia es magnífica. Ya habría 120 venenciadores japoneses diplomados y asociados, y un número también elevado de guitarristas y cantantes de flamenco, algunos de ellos bastante buenos. Además, la ceremonia del venenciador es algo que llama bastante la atención del japonés, probablemente por lo de país "moderno y tradicional a la vez" que tienen los japoneses de España, aunque también pueda permitir asociaciones más modernas y con más sectores españoles, como con la marca España en general. Actos como la "Feria de Jerez" o campañas de comunicación directa para que los japoneses aprendan a catar y a beber el producto ("kanpei"), podrían tener un impacto definitivo en la imagen de España y la del sector

---

<sup>1900</sup> Op. cit., AMORES DOMÍNGUEZ, LAURA (aceite de oliva), 2013, pp. 42-43.

<sup>1901</sup> AMORES DOMÍNGUEZ, LAURA, "El mercado del vino tranquilo en Japón", nota informativa supervisada por la Oficina Comercial de España en Tokio, Instituto Español de Comercio Exterior, 2013, páginas, pp. 38-41 y 45.

<sup>1902</sup> AMORES DOMÍNGUEZ, LAURA, "El mercado del vino generoso en Japón", nota informativa supervisada por la Oficina Comercial de España en Tokio, Instituto Español de Comercio Exterior, 2013, 49 páginas, pp. 21-25.

<sup>1903</sup> Op. cit., AMORES DOMÍNGUEZ, LAURA (vino espumoso), 2013, pp. 29-30.

en general. En Los mercados de vino de Rioja; cava (espumoso) y Jerez (generoso) de Japón, ya existe una larga tradición de exportación y son las grandes *trading houses* japonesas las que controlan la distribución del producto español en estos subsectores<sup>1904</sup>. En vino espumoso, España es el segundo exportador a Japón y el primer subsector con 250000 cajas, adelantando a Italia. El cava ocupa cierto segmento, serie "B", en tiempos de crisis. El cava es más barato que el champagne, en el orden del *Prosecco* italiano, la bebida preferida por las féminas, primeras consumidoras: bebida de rigor en banquetes, discotecas, clubs selectos y otras ocasiones (sofisticación y glamur). Aquí también serían recomendables las botellas pequeñas (los benjamines; lo pequeño, lo delicado). Según entrevista de la Oficina Comercial con el Sr. *Yutaka Hamada*, presidente de la *Freixenet* de Japón, los vinos españoles tendrían una imagen de "*informales, relajantes y de precio económico*", que se ajustan a la tendencia de caída de precios en el entorno coyuntural de crisis en Japón, y la madurez de un mercado que lleva décadas importando vino de calidad (las ventas suben para todos los segmentos). El Sr. *Hamada* también cree que valores españoles como la "*puntualidad*", muy japonesa, deberían de asociarse en la comunicación de la imagen de España, lo que se demostraría a partir de los horarios de los trenes AVE. Este tipo de asociaciones servirían para desterrar la imagen injustificada que tiene España en Japón de país con tecnología atrasada. El Fino está posicionado en los hoteles de alto nivel como bebida de referencia en las cartas en el Este y Sudeste Asiático, y quizá por influencia británica, el dulce (con Marcas como *Harvey's Bristol Cream* o *Dry Sack*, que no son asociadas a la imagen de España: casi nadie sabe que el *Sherry* dulce es un vino español).

Los vinos tranquilos se posicionan en mercados de bajo precio (*García Carrión; Felix Solís, Freixenet*) contra la tendencia de la exportación española a situarse en segmentos medios por su buena relación calidad-precio, cuya demanda está subiendo: España no tiene imagen país sector de calidad en este subsector, asociada al sector de Francia e Italia, que mejoran su posición competitiva. Las etiquetas españolas, de gran impacto visual en Japón, ejercen gran atractivo sobre ciertos consumidores: la generación "*jake-gai*" que compraría en función de la etiqueta (cuanto mejor apariencia, mejores ventas). La función del producto es tanto decorativa como tendente a aumentar el prestigio social de quien lo compra, o su reputación como persona con "*estilo*" (diseño; estética, lo refinado). La presencia del exportador en las degustaciones o promociones en punto de venta (supermercados), tiendas o importadoras, delante de clientes; importadores, mayoristas y minoristas, tiene un impacto muy positivo, generando confianza sobre el exportador y les hace sentirse respaldados.

En el sector textil, Japón define el "*benchmark*", el estándar de calidad, estilo y diseño que los demás países asiáticos siguen en la región. Hay gran aprecio por las marcas europeas de lujo, identificadas con la calidad y el diseño, lideradas por italianos y franceses, asociadas al prestigio personal: este es un mercado claramente "*marquista*". Existe un conocimiento limitado de la moda española y por segmentos, aunque se asocia a más a la europea (precio alto; calidad; diseño, lujo, exclusividad) que a la de origen asiático (lo contrario). Por tanto no existe imagen país-sector: Las marcas españolas se conocen en determinados nichos, pero se supone que son más "*europneas*", y menos españolas (necesidad de mayor visibilidad de su origen para reforzar la marca país)<sup>1905</sup>. Las oportunidades se dan en los nichos medio-altos por calidad-precio (joven; saludable, práctico, original). España es conocida especialmente en el subsector de moda femenina e infantil.

---

<sup>1904</sup> Op. cit., AMORES DOMÍNGUEZ, LAURA (vino tranquilo), 2013, p. 45.

<sup>1905</sup> RABANALES, MARÍA, "El mercado de la confección textil en Japón", nota informativa supervisada por la Oficina Comercial de España en Tokio, Instituto Español de Comercio Exterior, 2013, 81 páginas, pp. 29-30.



*Zara*; *Berksha* y *Adolfo Domínguez* son marcas consolidadas y con establecimientos propios en la moda femenina: hay una presencia considerable de tiendas y franquicias, y recientemente pero en menor medida, *Mango* y *Desigual*. Las empresas *Sybylla* y *Jocomomola* tenían corners en grandes almacenes, y se dejaban ver las boutiques: *Soup of the Heart*; *Open Ceremony*; *Miriam Ocariz*, *D-due* y *UKE*. Las marcas femeninas reflejarían el éxito del concepto español de "moda rápida" femenina en Japón: la fuerte rotación de escaparates, colecciones y tendencias; la ropa que se "agota" muy rápido y los clones de ropa de alta costura a bajo precio, lo que motiva al consumidor a una mayor frecuencia de compra, que incluso habrían fomentado la colaboración de diseñadores de alta moda con los de pret-a-porter. Otras marcas españolas pujantes que compartirían una buena imagen "europea" en segmentos de moda infantil, especialmente en competición con las francesas serían: *Cambrass*; *Petit Blau Mari*; *Agatha Ruiz de la Prada*; *Yporqué*; *Visual Poetry Barcelona*, *Chinche* y *Babidú*. Dadas las altas tasas de natalidad, este sería un sector muy prometedor en Malasia. Finalmente, existiría un futuro prometedor para la moda masculina. El calzado en Japón es estratégico para los intereses de España al ser el principal importador de calzado español en Asia (en torno a 400 millones de Euros)<sup>1906</sup>, cuyas ventas han subido mucho coyunturalmente. Además, en los mercados de productos de piel (cuero) y alta gama, es Italia y no Francia quien marca la pauta: La escasez relativa de esfuerzos promocionales y de comunicación durante años frente a nuestra competencia, determinan una peor aceptación y conocimiento (además de una ausencia relativa de imagen país de nuestros productos frente a la competencia franco italiana), aunque es buena y está mejorando bastante, por lo que sería deseable la intensificación de esfuerzos promocionales (ferias, misiones y otros). Las marcas más conocidas: *Camper* (con tiendas propias, en todos los países considerados en el estudio); *Castañer*; *RAS*; *Chie Mihara*; *El Naturalista*; *Gaimo*; *Pretty Ballerinas*, *New Rock* y *Victoria*. España compite en segmentos de precios medios por calidad-precio, especialmente femeninos (joven; saludable, práctico, original). En Corea se replica la misma tendencia.

El mercado de la cosmética en Japón es muy grande: El segundo a nivel mundial; saturado; maduro; importantísimo por ser la referencia a escala asiática regional, y liderado por marcas japonesas (*Sisheido*; *Kanebo*; *Kose* y *Kao*) muy competitivas. Las empresas occidentales compiten en nichos de alta gama y valor añadido, aprovechando las asociaciones con el sector de la moda (dominan Francia y EEUU), segmentos en los que España no tiene imagen país-sector. La recesión económica japonesa tiene su impacto en los bolsillos, luego las féminas buscan productos más baratos con mejores relaciones calidad precio; además de productos naturales y orgánicos (cierta presencia española con una variedad de marcas); con propiedades saludables y depurativas. España destaca en fragancias, siendo el sexto exportador a Japón, y entre los perfumes y aguas de tocador son más populares las que tienen olores frescos y suaves (adaptación de la oferta al gusto y necesidades asiáticas). Las ventas de fragancias también se explican por las asociaciones con la imagen de las cadenas de moda como *Mango* o *Zara*, que venden perfumes en Japón, aunque el consumidor, en general no sabe que son marcas españolas, luego no existen asociaciones con la imagen país. Los cosméticos españoles, al igual que en Corea, tienen presencia sólo en el canal profesional de peluquerías, spas, centros de masajes (muy populares) y esteticienes: son productos apreciados por los expertos pero desconocidos por el consumidor final, problema de promoción.

---

<sup>1906</sup> RABANALES, MARIA, "El mercado del calzado en Japón", nota informativa supervisada por la Oficina Comercial de España en Tokio, Instituto Español de Comercio Exterior, 2013, 70 páginas, p. 35.

Corea: La distancia geográfica<sup>1907</sup> y cultural condiciona las escasas relaciones económicas e imagen país en Corea, grandes obstáculos dado que los consumidores coreanos, como los japoneses, son muy selectivos. No hay imagen país ni asociaciones de la marca España a sectores de calidad; diseño, exclusividad y tecnología, lo que se manifiesta en sectores como el vino o la moda frente a la competencia francesa o italiana, y la máquina herramienta española frente a la alemana. Sin embargo, la gran presencia de marcas españolas de moda y calzado, "el efecto Zara" vía establecimientos de Inditex o del Grupo Cortefiel, pueda contribuir a largo plazo a la imagen comercial de España. BBVA está representada en el sector financiero. También hay empresas españolas dedicadas a la automoción, tecnologías de información, telefonía móvil, Internet móvil, química y dos empresas relacionadas con la maquinaria de herramienta. Aunque el idioma español goce de salud en Corea, las relaciones económicas con España resultan pequeñas para el peso creciente de Corea en la economía y comercio mundiales: son los crecientes intereses americanos de Corea los que definen esta pauta, el comercio con Iberoamérica y Caribe crece al 17% anual desde 1990 a 2015, y la inversión industrial un 80% desde 2004<sup>1908</sup>. La enseñanza del español es extraordinariamente popular en Corea, existiendo una escuela respetable de hispanistas y casi 6000 estudiantes en secundaria 2007 (su peso relativo frente a otras lenguas es mayor en el ámbito universitario, aunque sólo se gradúan 600 hispanistas al año). Sin embargo, existe un declive relativo en las matriculaciones no sólo del idioma español, sino de todos los europeos. Su influencia se manifiesta en la utilización de palabras españolas en marcas comerciales en los productos de las multinacionales coreanas como *Samsung; Kya, Ssangyong y Daewoo*. Corea es el 7º país en nº de matriculaciones para los exámenes del DELE, certificado de español del Instituto Cervantes (2488 en 2010). Según entrevista al profesor *Hyo Sang Lim*, los coreanos asociarían a España con "flamenco, toros y sol", y según la Oficina Comercial de España en Seúl<sup>1909</sup>, la imagen de España no distaría de la existente en los demás países: "[...] que se define por sus tradiciones culturales ligadas al folclore: toros y flamenco, y por sus gentes alegres y amigas del ocio festivo. Se tiende a asociar la cultura coreana con la cultura latina precisamente por este aspecto, el gusto de los coreanos por la fiesta y el carácter afable".

El mercado de la moda, el calzado y la cosmética en Corea, tiene bastante importancia al ser este país el referente en la moda para los jóvenes de la Diáspora China: la moda complementa la estrategia de "poder blando" de Corea a través de los cantantes del KPOP, en los canales internacionales de parabólica coreanos, subtítulos al inglés, con seguidores en China y en toda la Diáspora China. Lo que vistan los cantante *PSY* o *Hyuna*, entre los cientos de estrellas del KPOP, estará al día siguiente en las revistas de moda joven de toda Asia. Su canción "*Gangnam Style*", se refiere al estilo del barrio de *Gangnam*, zona de entretenimiento en Seúl de alto nivel económico. Una visión de "*juventud*" que se trasmite a través de cientos de clips, con grupos de muchachas atrevidas y con atuendo bastante explícito, y culebrones de amor: casi siempre gente joven y bastante "*guapa*". La preocupación por la "*belleza*" física; cosmética, maquillaje y apariencia, como reflejo del triunfo

---

<sup>1907</sup> OFICINA COMERCIAL DE ESPAÑA EN COREA, "Corea, Informe Económico y Comercial 2011", Seúl, Secretaría de Estado de Comercio, 2011, 71 páginas, p. 46.

<sup>1908</sup> AAVV, "Korea and Latin America and the Caribbean: Striving for a Diverse and Dynamic Relationship", al cuidado de ANTONI ESTEVADEORDAL, Biblioteca Felipe Herrera, Banco Interamericano de Desarrollo, 2015, 29 páginas, p. vii. y 29: Corea exporta productos industriales, Iberoamérica suministra materias primas a Corea.

<sup>1909</sup> JIMÉNEZ SEGURA, JESÚS, y CABRERA SÁNCHEZ, JAVIER, "El español en Corea del Sur", Madrid, en la página Web del Instituto Cervantes, como parte del anuario "El español en el mundo 2010-2011", 2012, disponible en < URL: [http://cvc.cervantes.es/lengua/anuario/anuario\\_10-11/jimenez\\_cabrera/p06.htm#np13n](http://cvc.cervantes.es/lengua/anuario/anuario_10-11/jimenez_cabrera/p06.htm#np13n) >, (accedido el 12.09.2014).

personal a toda costa, entendida a la coreana, es obsesiva, en un país altamente competitivo en su sistema educativo<sup>1910</sup>, lo que se refleja en los medios. Los culebrones y sus tragedias son interminables: aquí el tono contrasta, pues de atrevido se pasa a familiar, íntimo, súper suave y rayando lo sensiblero. Sin embargo, habría gran desconocimiento de las marcas españolas, muy competitivas en estos segmentos, así como problemas para la expansión de franquicias, puesto que serían precisos altos gastos no sólo de establecimiento, si no de promoción<sup>1911</sup>: España no tendría imagen sector-país en los sectores suntuarios, y se supone que nuestras marcas de diseño/calidad son europeas pero no se sabe que son españolas (p. ej. para moda: *Adolfo Domínguez*, *Camper* y *Hoss Intropía* ya están allí). El consumidor coreano quiere lujo y calidad (mercado muy "marquista") y piensa en moda italiana y francesa: la moda española quedaría "difuminada" entre estas dos. Se pagaría mucho por textiles y cueros "orgánicos" naturales, con menor exposición a productos químicos. *Zara*, excepcionalmente, sería la marca mejor conocida (con 40 tiendas) y el Grupo Cortefiel estaría en expansión. Sobre el calzado<sup>1912</sup>, existiría una relajación en los códigos de vestimenta en pos de la funcionalidad y el confort y una tendencia a la moda casual (zapatos funcionales, pero que se puedan llevar en situaciones más formales). Se aprecia la calidad entre importadores (caso del cuero español y la marroquinería) como en Hong Kong, y España es el 9º exportador de calzado a Corea, luego existiría un posible nicho, posicionándose en segmentos por la calidad-precio para contrarrestar el liderazgo francoitaliano. Para los cosméticos la imagen es débil, no existirían marcas de prestigio de referencia como las de otros países europeos (p. ej., *L'Oreal*; *Nivea*; *Wella*), y los precios de los productos españoles serían más bajos que los europeos (Francia; Suiza; Alemania e Italia) y americanos. Al carecer de una imagen sólida, los agentes de importación posicionan el producto español entre los italianos y las primeras marcas coreanas. Existe cierta presencia en el subsector de productos con profesionales de más alto precio (peluquerías), y se nos reconoce un nivel en el segmento algo menor que el italiano.

No existe una buena imagen del vino español en Corea<sup>1913</sup>. El vino está de moda en Corea y es un artículo de lujo europeo que se consume en las grandes ocasiones, orientado a las clases medias y altas, estratégico para la imagen país española (en Japón el consumo es masivo). Existirían consumidores muy leales, "apasionados" por las culturas occidentales (patrón japonés). Francés es sinónimo de calidad, luego hay un desconocimiento relativo de la oferta española aunque crezca notablemente, relacionado por el creciente interés por la gastronomía española en forma de artículos en revistas; cursos, catas y similares. Buena imagen de los vinos australianos en Corea, ya que muchos coreanos estudian en Australia. Como en Japón, el desconocimiento del producto español dificulta su comercialización: No existe una imagen país-sector, ni mucho menos una de calidad para la oferta española de productos con excelente relación calidad-precio: reconocida por los importadores, estos no se "atreven" a poner vinos españoles en sus catálogos (problema de promoción), y a los franceses, como en toda Asia, se les reconoce como los exportadores más "agresivos" (lo que tampoco es demasiado bueno en esta parte de Asia). Las marcas más importantes son catalanas y ofrecen vino del tipo de *Torres* ("*Sangre de Toro*"); *Freixenet* (vino espumoso relativamente barato, frente a la competencia francesa);

---

<sup>1910</sup> SE-WOONG KOOAUG. "An Assault Upon Our Children. South Korea's Education System Hurts Students", *New York Times* (Nueva York, 01.08.2014), en <URL: [http://www.nytimes.com/2014/08/02/opinion/sunday/south-korea-education-system-hurts-students.html?\\_r=0](http://www.nytimes.com/2014/08/02/opinion/sunday/south-korea-education-system-hurts-students.html?_r=0)>, (accedidos el 22.04.2015).

<sup>1911</sup> Ibid., BLASCO CUENCA, ANDREA (calzado), pp. 7 y 24.

<sup>1912</sup> BLASCO CUENCA, ANDREA, "El mercado del Calzado en Corea del Sur", nota informativa supervisada por la Oficina Comercial de España en Seúl, 2013, 32 páginas, pp. 8; 13 y 21.

<sup>1913</sup> BONET MUÑOZ, CARLOS, "El mercado del vino en Corea", nota informativa supervisada por la Oficina Comercial de España en Seúl, 2013, Instituto Español de Comercio Exterior, 28 páginas, pp. 6, 16 y 57.

*Marqués de Cáceres; Marqués de Riscal*, y otros (vinos de moda hace bastantes años). La percepción del producto español es la de bajo precio y las estrategias de comercialización de los importadores, es la de ofrecer buena relación calidad-precio a bajos niveles de precio (18)<sup>1914</sup>, lo que va en contra de la tendencia de subida de precios del vino español exportado de precio medio-alta calidad. Según Juan Pablo Martín, Director de Ingeniería de *Indra* en China y Kuwait, es frecuente en una variedad de líneas de producto suntuario/tecnológico español, compensar la ausencia de inversión en Marketing con productos de alta calidad y bajo precio<sup>1915</sup>, lo que creemos que en los mercados considerados en Asia pueda llegar a ser contraproducente. Sería recomendable un posicionamiento en segmentos medios, dónde crecen las importaciones coreanas de España y, exactamente igual que en Japón, serían interesantes los consorcios de exportación (promoción conjunta); las promociones en punto de venta, y la proximidad, apoyo y promoción conjunta con/en el distribuidor, importador y detallista: el apoyo y la interacción a/con distribuidores e importadores, de persona a persona, así como las relaciones sólidas en el largo plazo, aspectos clave para forjar una imagen de marca país-sector de productos de calidad. La Oficina Comercial de España en Seúl, percibe una falta de eficacia relativa de las acciones de marketing, y un menor esfuerzo promocional que la competencia no sólo francesa, sino australiana o chilena. Existirían problemas en el merchandising: errores en el etiquetado y baja calidad de diseño en las botellas para un consumidor que va buscando lo "bonito"; lo "moderno", así como lo "prestigioso" en el producto. La presencia del Grupo Inditex (entre el 50 y el 60%) de las exportaciones españolas del sector textil, estaría presente con 61 tiendas en Corea, y el Grupo Cortefiel con 20 tiendas. Sin embargo, no está claro que los consumidores coreanos, dado el "efecto *Zara*" asocien estas tiendas a grupos españoles: no hay marca país-sector<sup>1916</sup>.

Hong Kong. Como en la vecina *Guandong*, contigua geográficamente con la que comparte lengua y cultura, la imagen de España en Hong Kong sería bastante desconocida. Dada su posición central en la desembocadura del Río Perla, y su papel de intermediario financiero y comercial a escala global de los intereses de China, la escasa presencia española en Hong Kong y Guandong pudiera ser un error estratégico. Hong Kong desempeña el mismo rol para el Sur de la China Continental, que Singapur para el Sudeste Asiático: la redistribución de mercancías, capitales y contratos con la RP China. En Hong Kong se utiliza el inglés en las transacciones mercantiles y financieras basadas en la "*Common Law*" británica, lo que comparte tanto con Malasia como con Singapur. Ciudad afluente y cosmopolita, con niveles de vida parecidos a los de Singapur y un mercado de un mayor tamaño, España tiene en Hong Kong la mayor tasa de cobertura en el Este y Sudeste de Asia, las exportaciones suponen un 339% de las importaciones. Le sigue Singapur con un 190% y Taiwán con un 109%<sup>1917</sup>. Estos tres países son los únicos con los que España tiene superávits comerciales apreciables en la región, aparte de Filipinas, y los tres se caracterizan por sus altos niveles de vida, afluencia y presencia de las Diásporas Chinas oriundas de Guandong, Hainan y Fujian (RP China): destinos preferenciales para productos españoles exclusivos, de altas calidades, precios y tecnologías que incorporen un componente tecnológico o de diseño, puesto que los productos de otro tipo se pueden producir perfectamente en el hinterland asiático de estos

---

<sup>1914</sup>GOMEZ CARBONERO, PABLO, "El mercado del vino en Corea", nota informativa supervisada por la Oficina Comercial de España en Seúl, 2010, Instituto Español de Comercio Exterior, 67 páginas, pp. 5 y 6

<sup>1915</sup> Fuente: Entrevista a Juan Pablo Martín, Director de Proyectos de *Indra* en Kuwait, en Subang Jaya, Malasia, en el domicilio del doctorando (04.06.2014). Juan Pablo dirigió proyectos de este tipo en grandes autopistas en China; Colombia, Chile, Tarragona, India y otros países

<sup>1916</sup> ANÓNIMO, "La moda española busca impulso en Corea del Sur", Madrid, Instituto Español de Comercio Exterior, en la página Web de la revista *El Exportador*, 2011.

<sup>1917</sup> Véanse las tablas nº 63 y 64, en el epígrafe III.1.1.

tres países a bajo coste, dada una variedad de situaciones de dumping social y ecológico. Tres mercados pues, estratégicos para la puesta en marcha de acciones promocionales para reforzar los atributos "duros" aparejados a estos productos y sus marcas, para inducir asociaciones sector país y reforzar la marca España. Por tanto, como Singapur, Hong Kong es el otro escaparate privilegiado para la imagen comercial de España entre los hombres de negocios y la Diáspora China en Malasia y Singapur, además de que con la vecina Guandong sus empresarios establezcan el grueso del comercio con la RP China. Una imagen que tampoco estaría bien definida, como sería el caso de Italia y Francia: luego los productos españoles no se beneficiarían de la admiración por esos países y sus productos<sup>1918</sup> (moda de lujo; exclusividad, calidad; delicatessen; perfumes; automóviles de altísima gama; diseño, moda y demás). Sin embargo, empieza a aumentar el interés en la moda, el delicatessen y los productos de lujo españoles<sup>1919</sup>. Los turistas de Hong Kong no considerarían España como un destino prioritario. Aunque empieza a subir el número de visitantes, no les interesa el turismo de sol y playa y, como chinos o japoneses visitan Europa en paquetes vacacionales que cubren varias ciudades europeas (Roma; París; Florencia; Zurich, Frankfurt y Londres).

Con relación a la Distribución de moda en Hong Kong<sup>1920</sup>, la *Zona Administrativa Especial* es el cuarto importador mundial de confección y el segundo exportador a escala mundial (importaciones y re exportaciones de/a China)<sup>1921</sup>; es afluente, moderna y cosmopolita. Existiría una alta base de consumidores "*bien vestidos*" que siguen las tendencias de la moda internacional, y gran preocupación por la imagen personal. Las exportaciones directas desde España son muy reducidas en comparación con Francia o Italia, lo que pueda ser explicable por la deslocalización de empresas españolas (y europeas) en China u otros países en desarrollo para los productos textiles. La participación española mejora gracias a las grandes cadenas: 11 establecimientos de *Zara*; de *Massimo Dutti*; 4 de *Pull & Bear* y otras. En general, los consumidores no sabrían que las marcas que consumen son españolas, y pues nombres de las marcas comerciales españolas no son españoles (p.ej., "*Springfield*"), lo que no contribuiría a asociaciones del sector con la marca España. Sin embargo, algunas marcas ya estarían asociando sus nombres con ciudades españolas, lo que permitiría cierto refuerzo de la imagen país-sector (p. ej., *Loewe a Madrid*; *Custo a Barcelona*). La Marroquinería de media-alta gama en Hong Kong (bolsos; cinturones, carteras) carecería de imagen sector-país, pero estaría bien posicionada. Como en el calzado, el producto español se empieza a identificar como productos de calidad, diseño y precio. Tras la venta de *Loewe* al grupo francés *LVMH*, no existiría una marca de calidad y prestigio que sirva de estandarte a los productos españoles parecida a la italiana *Prada* (Efecto "*Prada*") o la francesa *LVMH* (Efecto "*Chanel*"). Como en Japón o Corea, el consumidor de Hong Kong es muy "marquista", las decisiones de compra se basan en la reputación de la marca y el consumidor identifica al producto de alto precio como de mayor calidad<sup>1922</sup>. El calzado en Hong Kong<sup>1923</sup> carece de una imagen país tan sólida como pueda tener Italia, principal competidor. Existe presencia en

---

<sup>1918</sup> PECINA, LOPEZ, "El Mercado del vino en Hong Kong", Hong Kong, nota informativa supervisada por la Oficina Comercial de España en Hong Kong, Secretaría de Comercio, 2011, 31 páginas, p.19.

<sup>1919</sup> OFICINA COMERCIAL DE ESPAÑA EN HONG KONG, "Hong Kong, Informe Económico y Comercial 2013", Hong Kong, Secretaria de Estado de Comercio, 2013, 42 páginas, p. 32.

<sup>1920</sup> Op. cit., GARCIA MUÑOZ, LAURA, p.24.

<sup>1921</sup> OFICINA COMERCIAL DE ESPAÑA EN HONG KONG, "Hong Kong, Informe Económico y Comercial 2013", Hong Kong, Secretaria de Estado de Comercio, 2013, 42 páginas, p. 33.

<sup>1922</sup> BRAVO FERNANDEZ, ENRIQUE, "El mercado de la marroquinería y la piel en Hong Kong", nota informativa supervisada por la Oficina Comercial de España en Hong Kong, Instituto Español de Comercio Exterior, 2013, 34 páginas, p. 24.

<sup>1923</sup> VINTRÓ, BONET, JAUME, "El mercado del calzado en Hong Kong", nota informativa supervisada por la Oficina Comercial de España en Hong Kong, Instituto Español de Comercio Exterior, 2011, 28 páginas, p. 19.

segmentos juveniles de nivel medio alto prometedores (*Camper* que tendría ya 6 tiendas)<sup>1924</sup>, y mejores relaciones calidad-diseño-precio que la competencia. España habría perdido cuota de mercado frente a países como Italia, por el esfuerzo promocional intensivo de los italianos en 2009-2010. Los altos costes de establecimiento en Hong Kong y el escaso esfuerzo promocional del exportador español (excepto *Camper*) serían el Talón de Aquiles de la exportación española en el sector del calzado.

Hong Kong, productos gourmet<sup>1925</sup>: La promoción intensiva de productos típicos (catas y presencia intensiva en ferias de ICEX/ Wines from Spain; concursos y otras), así como los éxitos deportivos y de la restauración española (reconocimiento de chefs y programas de cocina), configuran una imagen país-sector más definida para el público asiático selecto (y minoritario) del delicatessen español (sobre todo aceite, jamón y vino). Este creciente interés es una oportunidad única estratégica para los intereses de España en un sector bastante prometedor, por el efecto imitación de las pautas de consumo de Hong Kong se pueden crear asociaciones en los públicos de China y su Diáspora en la ASEAN. Hong Kong es el primer centro re exportador a China (zona franca de Hong Kong) y mantiene una intensa relación comercial con todo el Sudeste Asiático y Japón en estos sectores). La condición de los productos gourmet es el determinante: "*tienen un grado, estilo y/o calidad de mayor nivel que su categoría, y se caracterizan por su carácter único y/o exótico [carácter regional o étnico que atrae la atención del consumidor]; su elaboración artesanal; la calidad de sus ingredientes, su suministro limitado y su forma de envasado*". Sin embargo, aunque existe un interés por las tapas (jamón), nuestra lengua y cultura y se están abriendo más restaurantes españoles<sup>1926</sup>, son pocos y hay poca distribución (el *Soho* de Hong Kong está lleno de muchos más restaurantes occidentales de otras nacionalidades). Los productos típicos algo mejor conocidos que habrían mejorado, pero los demás productos españoles gourmet serían desconocidos en Hong Kong. Lo italiano y francés, se asocia con producto gourmet Premium (algo inmerecido, por el alto precio y baja calidad de ciertos productos con relación a los españoles). España exporta poco frente a la competencia franco italiana, y el producto europeo tiene salida en el amplio mercado de expatriados occidentales con alto nivel económico e influencia, tanto en Singapur como en Hong Kong; y entre los "ABCs", o chinos nacidos en EEUU, y los "BBCs", chinos nacidos en el Reino Unido. En la restauración/hostelería de alto nivel es donde tienen mejor consideración los excelentes productos españoles, ya que Hong Kong pide exclusividad y lujo, lo que determina problemas para el producto español tanto en el peor merchandising (empaquetado; diseño de envases, situación de los productos en los estantes), como en la menor promoción a alto nivel, dónde franceses e italianos se perciben como más agresivos y superan al exportador español. Existe una fuerte occidentalización de los gustos, y algunos consumidores chinos estarían sustituyendo jamón de Parma por Ibérico, como producto más exclusivo para públicos de alto nivel<sup>1927</sup>: las exportaciones de jamón se multiplicaron por 4 en 2013, siendo este el producto español más prestigioso aunque muy minoritario, y en los centros comerciales donde se vende se asocia claramente la imagen de España al jamón ibérico, con banderitas. El mercado del vino en Hong

---

<sup>1924</sup> BRAVO FERNÁNDEZ; ENRIQUE, "El mercado del calzado en Hong Kong", nota informativa supervisada por la Oficina Comercial de España en Hong Kong, Instituto Español de Comercio Exterior, 2013, 27 páginas, p. 19.

<sup>1925</sup> RUIZ GARCIA, JAVIER, "El mercado de los productos de gourmet en Hong Kong", nota informativa supervisada por la Oficina Comercial de España en Hong Kong, Instituto Español de Comercio Exterior, 2013, 42 páginas, pp. 6-7 y 27.

<sup>1926</sup> Nota: Los restaurantes italianos superan a los españoles en número en una proporción de 10 a 1. Fuente: CASTRO, LUIS MIGUEL, El mercado del jamón en Hong Kong", nota informativa supervisada por la Oficina Comercial de España en Hong Kong, Instituto Español de Comercio Exterior, 2013, 27 páginas, p.4

<sup>1927</sup> Op. cit. CASTRO, LUIS MIGUEL, pp. 17-18.

Kong<sup>1928</sup>: transmite una imagen difusa de España, y no existe imagen país de calidad, exclusividad y diseño de productos en el sector, la competencia francesa e italiana si los tiene. La etiqueta y las apariencias determinan la decisión de comprar por que el consumidor carece de conocimientos sobre la calidad del vino. Para los cantoneses, tanto los de Hong Kong como los de Kuala Lumpur (Malasia), la botella tiene una función de centro de mesa, tiene que ser "bonita", y tener "clase", a lo que contribuye venderse en establecimientos de "clase": problemas de merchandising tanto en punto de venta como en envasado, ya que las botellas australianas puedan resultar más "bonitas". Por influencia de la Commonwealth británica, dominan los vinos al estilo preferido en el Reino Unido (blancos afrutados y tintos australianos o neozelandeses de uva y método de elaboración afrancesado). Tanto a Hong Kong como a Singapur y Kuala Lumpur, el vino suele llegar en malas condiciones, luego la logística de perecederos, es la variable clave para este tipo de productos y los de delicatessen, factor estratégico para la oferta nacional, algo que los australianos manejan bastante bien (tipos de vinos de alto contenido alcohólico y aguante al calor australiano o estos tres enclaves de la Diáspora). España debería de intentar promover asociaciones entre cultura; arte; gastronomía y vino, como hace Italia, ya que estaba de moda en 2011 en Hong Kong [gastronomía española y fútbol]. Además, el consumo de vino está de moda en toda la Diáspora China. Se dio un aumento de las exportaciones de vino español (72%), por la cooperación empresarial con el Gobierno y empresas de Hong Kong y la caída de aranceles al 0% (decisión estratégica del Gobierno Regional para re exportar a escala regional (China), lo que antes era un negocio redondo para Macao, donde hay gran competencia en blancos portugueses y vinos generosos), y en el Sudeste Asiático los aranceles son mucho más altos: Al ser Hong Kong centro re exportador a China (al igual que en Singapur en el Sudeste Asiático), a las AAPP y cámaras de comercio les interesaría colaborar con los exportadores europeos para que aumenten las importaciones de Hong Kong, una estrategia que también sería bastante conveniente para Singapur. Existe un futuro bastante prometedor por los bajos niveles de partida<sup>1929</sup> para la bombonería; pastelería y panadería comercial envasada de alto nivel<sup>1930</sup> (p. ej., mazapanes, turrone y almendrados, bastante baratos y de mejor calidad que el producto inglés, francés, belga o suizo, exceptuando chocolates, productos españoles que se ven en países como Croacia y Hungría). Los asiáticos favorecen los sabores dulces, y los de la Diáspora China de Malasia y Singapur, le ponen azúcar a casi todo. Tienen unas frecuencias de consumo altas, luego este puede ser un determinante para la imagen sector país. Si el problema es el escaso gasto en promoción y la educación sobre marcas y productos españoles desconocidos, existen canales más "dulces" que otros para mejorar la imagen sector país. Lo francés se considera producto de calidad en lo "dulce", la cadena *Delifrance* está en todas partes en Hong Kong (antiguamente en Kuala Lumpur) y vende bollería al estilo afrancesado, el referente de calidad en Hong Kong por calidad-bajo precio.

Taiwán: En Taiwán la imagen difusa de España parece seguir el camino romántico japonés: "*pasión*" y "*genialidad*". Probablemente por razones históricas, ya que Taiwán y Corea fueron colonias japonesas hasta la II

---

<sup>1928</sup> PECIÑA LÓPEZ, DANIEL, "El mercado del vino en Hong Kong", nota informativa supervisada por la Oficina Comercial de España en Hong Kong, 31 páginas, pp. 19-21.

<sup>1929</sup> MARTÍN JARAMAGO, JAVIER, "El mercado de la bollería en Hong Kong", nota supervisada por la Oficina Comercial de España en Hong Kong, 2012, 60 páginas, p. 4.

<sup>1930</sup> Fuente: Experiencia personal de 2001 a 2013 en supermercados chinos en Shanghái; Hong Kong; Malasia y Singapur. Véase más adelante, en los capítulos de relaciones económicas e imagen país: el de Malasia y el de Singapur.

Guerra Mundial. Según Boraio Mateo<sup>1931</sup>, en su estudio sobre la imagen de España en la prensa de Taiwán (a través de imágenes; anuncios y otros), las imágenes colectivas de España en orden de importancia los medios considerados (2004), serían: los toros, el flamenco, el arte y la extravagancia hispánica. La prensa de Taiwán en chino, tendría más interés por la política; los espectáculos (mayor carga emocional y sensacionalista). Sin embargo, la prensa en inglés buscaría temas más artísticos. El arte español y el flamenco tendrían una influencia determinante en el interés creciente por estudiar español en Taiwán. Lo más importante para los intereses de España, aspecto más consolidado en la prensa de Taiwán, sería la imagen de España como "*meca del arte*". Y aquí se sigue un recorrido netamente o bien "japonés" o bien "americano" (importantísima, la relación de Taiwán tanto con Japón<sup>1932</sup><sup>1933</sup>, como con EEUU en lo económico, político e histórico): *Dalí*; *Gaudí* y *La Sagrada Familia*; *Miró*; *Goya* y otros serían asociados a España por los pocos taiwaneses que lo conocen. Aquí serían frecuentes las asociaciones entre arte y dinero ya que, para Boraio Mateo, en Taiwán el dinero lo sería "*todo*" (p. ej., venta de un Picasso por muchos millones). Estas dos ideas son importantes en la vertiente "*comercial*", por que suscita la posibilidad de intensificar asociaciones entre la imagen país de sectores españoles de exportación de calidad, diseño y exclusividad (servicios turísticos; educativos; moda, delicatessen, cosmética, joyería), y la percepción de país "*exótico*" y "*artístico*" de gran cultura, que sin duda tendrían un impacto estupendo en la imagen país española. Con respecto al flamenco, la mayor parte de las imágenes denotarían un sentido comercial: o bien como reclamo turístico o para vender clases de baile. También se asocian a bienes de consumo duradero, como puedan ser teléfonos móviles o automóviles, pero transmitirían arrogancia; elegancia; lozanía, o elasticidad, el movimiento que imita al fuego, con especial atención al femenino, precisamente lo que se echa en falta entre las chicas chinas de Taiwán y toda la Diáspora en el baile, así como "*gracia*". Menos importante, pero relevante, sería la imagen de país con fiestas extravagantes y participativas en imágenes de la *Romería*; *los San Fermín*; y *La Romería del Rocío*; niños vestidos de nazareno o de fallera infantil (por lo tradicional y por los valores familiares; participativos e integradores de las fiestas); o la *Tomatina de Buñol* (por lo extravagante). Finalmente la prensa se ocupa del glamur de Hollywood y del "*famoseo*", base del "*Spanish Appeal*" ("Encanto Español") en Taiwán: *Penélope Cruz*; *Antonio Banderas* y *las películas de Almodóvar*.

En lo puramente comercial, Taiwán, es un mercado bastante competitivo, desarrollado, y maduro para España, pero donde no existe imagen país de nuestros productos o sectores: la promoción del ICEX y nuestros exportadores parece ser escasa, ya que se privilegia el mercado de la RP China en detrimento de Taiwán. Además, las empresas españolas tendrían demasiado interés en Taiwán<sup>1934</sup>, el patrón de Hong Kong, Malasia y Singapur. Sin embargo, más allá de su importante peso económico y peso de sus mercados, Taiwán, podría ser un mercado estratégico para España, por su tamaño (casi el doble que el de Hong Kong); gran crecimiento,

<sup>1931</sup> BORAIO MATEO, JOSÉ EUGENIO. "La imagen de España en la prensa de Taiwán, su posible valor como motivación para el estudio del español." Actas del VII Congreso de didáctica del español en la República de China (Taiwán), Universidad de Tamkang, 21 mayo, 2004, pp. 109-126.

<sup>1932</sup> BINGHUI LIAO y DEWEI WANG, *Taiwan Under Japanese Colonial Rule, 1895-1945: History, Culture, Memory*, Nueva York, EEUU, Columbia University Press, 2006, 416 páginas.

<sup>1933</sup> Nota: el carácter de Taipei es diferente al de las ciudades de la Diáspora visitadas. La influencia japonesa es patente desde edificios coloniales o la restauración tradicional al urbanismo en los barrios céntricos. Sobre la represión de las protestas de los nativos de Taiwán contra el *Kuomintang* de *Chan Kai Shek* exilado en Taiwán en 1948, y la animosidad entre chinos de la etnia "*han*", hablantes de Mandarín, y los nativos con orígenes étnico malayo polinesio y en el Sur de China, véase: KERR, GEORGE, *Formosa Betrayed*, Upland, California, EEUU, Taiwan Publishing Co., 1992, 514 páginas. Disponible en < URL: <http://homepage.usask.ca/~llr130/taiwanlibrary/kerr/kerr.pdf>>, (accedido el 20.12.2014).

<sup>1934</sup> OFICINA COMERCIAL DE ESPAÑA EN TAIWAN, "Taiwán, Informe Económico y Comercial 2013", Taipei, Secretaría de Estado de Comercio, 2011, 46 páginas, p. 32.



relaciones económicas y prestigio tanto con/en la RP China, como con/en Malasia y Singapur: aunque disminuido, sigue habiendo un camino de ida y vuelta de las modas de Taiwán al continente chino. En los sectores del calzado<sup>1935</sup> y las franquicias de moda<sup>1936</sup> de Taiwán, no habría imagen país española, además de poca presencia, exportaciones y notoriedad. Las marcas españolas no se conocen y no existen asociaciones entre estas, la marca país y que se trate de productos con calidad; diseño o exclusividad. Como en Japón, Singapur, Corea y Hong Kong, el problema serían los altos gastos de promoción necesarios y la escasez de esfuerzo de Marketing, frente a las altas inversiones franco-italianas en imagen de marca y promoción como en toda Asia. También son mercados "marquistas", identificándose marca de alto precio con calidad, dónde el producto español también tiene buena imagen de buena relación calidad-precio (grandes oportunidades en segmentos medios y medios altos como en toda Asia), calidad y diseño entre los importadores de este tipo de productos, desconocidos por el consumidor. Para el calzado, habrían caído unas exportaciones que ya eran reducidas. El éxito reciente de marcas como *Camper* en Hong Kong y Japón, tiene un efecto muy positivo en la imagen del sector, así como el efecto global *Zara*, y en menor medida, *Mango*. Taiwán es un mercado más grande pero no tan cosmopolita como Hong Kong y Singapur, aunque cuenta con una extraordinaria calidad de vida material en el entorno asiático: no es un centro comercial y financiero de alcance internacional, pero es afluente, con mercados amplios y fuertes sectores de exportación. *Cortefiel* tiene presencia a través de las tiendas *Springfield*, pero cerró su tienda *Woman's Secret* en 2009 (el repliegue en el subsector femenino de lencería es significativo, ya que es importantísimo en Asia). *Mango* tiene una presencia significativa en el subsector femenino en Taiwán, con 22 tiendas en modalidad de franquicia (existen sinergias en términos publicitarios en sus operaciones a escala global). Si bien marcas como *Mango* y *Zara* ocupan segmentos más bajos en España, en Taiwán ocupan los medios altos, por precio e imagen de exclusividad. En la cosmética<sup>1937</sup>, España carecería de imagen-país sector de calidad en Taiwán frente a la competencia japonesa, francesa y americana según los importadores, aunque estos son conscientes de la buena relación calidad precio del producto español (más barato que el europeo, americano y japonés). La Oficina Comercial de España cree que el exportador español gasta mucho dinero en asistir a ferias comerciales, que podrían emplearse mejor en revistas profesionales, televisión y medios que es donde se forjarían las imágenes de marca sólidas en Taiwán (importante porque puede estar relacionado con el calibrado regular de la política de ayudas a la exportación a la empresa española canalizadas por el ICEX y centradas en la presencia en misiones comerciales y ferias). Las exportaciones serían bajas, y habría mejor consideración en el sector profesional (peluquerías; estilistas, esteticistas). Mercado marquista, sensible a los descuentos de precio, y a la comunicación en medios, que le da a las marcas un carácter "internacional" como el de los productos franceses. La promoción, tiene por tanto un rol fundamental, y la imagen de marca es el factor clave para el éxito. Además, como en Corea o Japón se valoran los productos orgánicos por la preocupación de la audiencia por la salud. Las pieles de las modelos han de ser claras y cuidadas, a poder ser blancas o niveas<sup>1938</sup>, lo que es parecido a Tailandia, Malasia y Singapur (cuanto más blanco se es, mejor, esto tiene orígenes decimonónicos). El producto español tiene imagen europea, y están posicionados en segmentos de precios

---

<sup>1935</sup> Op. cit., BÁEZ MORANDI, MARIA JESÚS, p. 25.

<sup>1936</sup> SACRISTÁN JAVIER, "El mercado de las franquicias en Taiwán", informe supervisado por la Cámara de Comercio de España en Taipéi, Instituto Español de Comercio Exterior, 2010, 59 páginas. pp. 45-47.

<sup>1937</sup> DE LA CAL GONZÁLEZ, FERNANDO, "El mercado de la cosmética en Taiwán", nota informativa supervisada por la Cámara de Comercio de España en Taiwán, Taipei, 2012, 37 páginas. p. 27-28.

<sup>1938</sup> Op. cit., DE LA CAL GONZÁLEZ, FERNANDO, p.4. En Tailandia en Malasia, aunque existe gran diversidad racial, los anuncios de gente de piel blanca (nivea) son recurrentes: ser blanco es mejor que ser moreno, entre los chinos de la Diáspora, esto es un hecho contrastado. Visible en la publicidad del metro de Bangkok y cadenas de TV chinas.

medios, aunque algo inferiores que los de la competencia (otra vez la relación precio bajo-gasto bajo en Marketing del exportador español, luego no sólo habría que competir en precio), y destacan en los sectores de cuidado de la piel y el cabello como en Corea. Como en todos los países de la Diáspora en el marco de la *guanxi*, sería recomendable contar con socios locales con conocimientos sobre el mercado, experiencia y capacidad de distribución.

En Taiwán<sup>1939</sup>, en el sector alimentario y de delicatessen, con especial atención al queso y al vino, los gustos también se han occidentalizado bastante y los productos europeos se contemplan como productos de calidad y alto precio (para compensar costes logísticos del transporte desde Europa). El producto español es poco conocido entre los importadores, y es percibido como relativamente caro, de calidad y exótico (por su desconocimiento y porque España resultaría relativamente atractiva). Como en todos los enclaves de la Diáspora, lo más conocido es el aceite y el vino, dado el esfuerzo en la distribución y comunicación comerciales (TV, prensa, eventos). El queso no es un producto tradicional en la dieta de Taiwán, pero crece su consumo entre los consumidores de productos gourmet<sup>1940</sup>. La exportación es minúscula, pero han crecido mucho en quesos de alta gama, donde hay bastante potencial. La imagen país sector de España es difusa, pero se asocia a los productos europeos, aunque el número de restaurantes españoles (cocina exótica, de calidad y alta gama) es escaso frente a italianos y americanos, lo que dificulta la difusión de la gastronomía y la aparición de imágenes país de producto-sector de calidad para el delicatessen español en general. Francia tiene una imagen país más consolidada, por su tradición en el mercado (30 años) de quesos naturales, y la competencia francoitaliana supera a la oferta española con creces en términos de merchandising, logística y promoción en casi todas las líneas de delicatessen. Sin embargo, lo más vendido son quesos procesados de Australia; Nueva Zelanda y EEUU que tienen una imagen más fuerte en la mente de los consumidores (p. ej., *Cheddar; Monterrey, Stilton*) en muchos lineales como en Malasia, Hong Kong y Singapur. Como en Japón, hay gran preocupación por la salud y el envase, y los productos españoles resultan menos vistosos que franceses o italianos: el paquete y el envase tienen que ser "bonitos", originales, funcionales, como el vino en toda la Diáspora (por su función decorativa de centro de mesa, esto creemos que no se da frecuentemente en Japón). Esta pauta se reproduce para todo consumo relativamente suntuario o de delicatessen, desde perfumes hasta bollería y cosmética (botecitos y cajas muy femeninas, probablemente pequeñas, con connotaciones orientales). La logística para perecederos, como en toda la Diáspora China, es una variable estratégica: sería necesario privilegiar el transporte aéreo frente al marítimo, y envasar en vacío o en latas atractivas, pequeñas, no enormes, ya que el consumo de estos artículos es un capricho a administrar en pequeñas dosis, dado su alto precio relativo: las cosas bonitas vienen en botes pequeños. El vino sigue unas pautas parecidas a las de Hong Kong<sup>1941</sup>, pero aquí España tiene una cuota de importaciones del 6% que ha crecido bastante en el corto plazo, y lógicamente dominan los franceses (10 a 1), luego existe un importantísimo margen de mejora, especialmente cuando los gustos de Taiwán son más próximos a los japoneses, que es dónde España tiene mayor presencia en este sector en Asia: el cava en botellas tipo "benjamín", nos parece un producto estrella en el medio plazo. Dada la excelente relación calidad-precio del delicatessen español frente a la competencia francoitaliana y de Australia y Nueva Zelanda en todos los países de

---

<sup>1939</sup> Op. cit., SACRISTÁN JAVIER, "El mercado de las franquicias en Taiwán", pp. 45-47

<sup>1940</sup> GONZALEZ JUNQUERA, "El mercado del queso en Taiwán", nota informativa supervisada por la Cámara de Comercio de España en Taiwán, Instituto de Comercio Exterior, 2011, 36 páginas, pp. 3-4

<sup>1941</sup> CAMARA DE COMERCIO DE TAIWÁN, "Situación actual del mercado del vino en Taiwán", Taiwán, Oficina Comercial de España en Taiwán/ICEX, 2013, 18 páginas.

la Diáspora, si hubiera que considerar precio; calidad y rapidez, España sólo destacaría en calidad-precio, variante explicativa de la escasísima presencia de España en los lineales: la relación entre bajos precios y buena calidad pero inversiones en Marketing bajas o inexistentes, es la constante en la oferta española del sector (aunque esos bajos precios cargados al importador no acaben reflejándose en la venta al detalle).

Como en Japón y los demás países de la Diáspora, es necesaria la educación del importador sobre la naturaleza; calidades del producto (marcas que reflejan la calidad, desconocidas); conservación; almacenamiento del perecedero; la presencia in situ; el apoyo constante al importador; la presencia en centros comerciales o la promoción y Relaciones Públicas in situ en forma de catas, demostraciones; degustaciones; presentación de productos con recetas novedosas en supermercados o la sede de los importadores, que complementen la promoción en medios es muy necesaria. La competencia europea al producto español lleva décadas haciéndolo en Taiwán<sup>1942</sup> y China<sup>1943</sup>, donde la cara de una persona joven occidental ofreciendo vino, queso o delicatessen de alta gama, ha sido utilizada recurrentemente en establecimientos premium (importantísimo en China): los vinos franceses se dan a catar por un "asesor" (prescriptor) que transmite exclusividad, confianza y calidad. Esto es importantísimo, pues si se dieran errores de almacenamiento, conservación y logística (el vino y perecederos se estropean constantemente, que sepan el porqué), la interacción con distribuidores e importadores se antoja delicada: las particularidades de la cultura de la Diáspora China (Japón es relativamente distinto) no favorecen ni un feedback adecuado de la parte china en la cadena de distribución, ni la asunción de responsabilidades por no perder la "face" en un entorno de armonía oriental<sup>1944</sup>. Por la misma razón, esta presencia in situ siempre es a largo plazo y las relaciones con los distribuidores han de ser personales, bien cimentadas en redes de favores recíprocos (o se tiene *guanxi* en la distribución o no se puede vender nada). Además, muchos importadores chinos carecen del "*savoir faire*" sobre estos productos de calidad, y sin la presencia de un experto que les asesore, los errores pueden ser constantes: lo que importa es la persona y no el contrato, a poder ser resuelta y muy diplomática, y los errores del importador los paga casi siempre el exportador. Finalmente, aunque Taiwán cuente con un sistema de distribución de delicatessen bastante mejor que el de Hong Kong, Malasia y Singapur de inspiración japonesa, la curva de aprendizaje sobre el producto, y el estudio de las posibles complicaciones (el calor en Malasia y Singapur y el perecedero), toman un relieve especial. Este sistema pueda ser la variable estratégica a la hora de considerar implantaciones en Taiwán para el delicatessen y el vino.

---

<sup>1942</sup> Ibid., CAMARA DE COMERCIO DE TAIWÁN (vino), 2013, p.10.

<sup>1943</sup> Fuente: Experiencia personal en Shanghái, RP China en 2001. En todos los supermercados Carrefour, vino francés, degustaciones y ofertas en hipermercados: la promoción la realizaban señoritas francesas simpáticas y atractivas con conocimientos medios de Mandarín.

<sup>1944</sup> Véase epígrafe III.3, sobre distancia cultural.

## 2. La imagen de España en Singapur

En 2013, los bancos comerciales singapurenses así como el Banco Central de Singapur, tendrían una imagen de España como país con "*problemas económicos*", rechazando el riesgo comercial en operaciones con bancos españoles de más allá de seis meses<sup>1945</sup>. Esta percepción se ha contrastado en el estudio de campo en Singapur, como confirmó *Carmen Calvo*, corresponsal del diario español ABC en Singapur quién cree que existe un gran futuro en Singapur para los excelentes sectores españoles de infraestructuras e ingeniería, el turismo, el sector farmacéutico y los vinos. Como consecuencia de las noticias de carácter negativo sobre la crisis económica: "[...] en la actualidad, no tenemos buena reputación"<sup>1946</sup>. Esto sería así en la línea de la percepción de riesgo global; riesgo soberano de la Eurozona y riesgo del sistema bancario español, muy probablemente influida por la cobertura mediática de la prensa financiera anglosajona como se demuestra en la sección anterior. Sin embargo, conocerían la solvencia de los bancos comerciales españoles, frente a las graves deudas de las cajas de ahorro españolas. Por tanto, serían recomendables acciones integrales de comunicación e información con las empresas singapurenses del sector financiero, que son las que mejor conocen España, en este sector de alcance global y de importancia estratégica para Singapur, en la línea de la visita del Ministro de Economía, Luis de Guindos, para promover la confianza en el sistema financiero español en 2012<sup>1947</sup>.

Según el ex Consejero Económico y Comercial de España en Singapur, *Don Juan Manuel Portillo*<sup>1948</sup> (10.2011), la imagen de España habría estado vinculada al fútbol; los toros y el flamenco. Además, la presencia de empresas españolas de alta tecnología como *Gamesa* o *Abengoa*; así como *Prosegur*, o bancos españoles (*BBVA*; *Sabadell*<sup>1949</sup>, *Santander*, entrevistados en este estudio), y las empresas de vinos y productos gourmet que se abren paso en los hoteles de alto nivel, estarían contribuyendo a la formación de una imagen más adecuada de la realidad económica española. Por tanto, España tendría falta de reputación en atributos "*duros*": productos; marcas; productos de calidad. Por otra parte, en entrevista personal improvisada (4.03.2012)<sup>1950</sup>, *Portillo* expresó que existe cierta familiaridad en el ámbito de los negocios con relación a España, especialmente en el ámbito financiero, ya que los grandes operadores habrían tomado posiciones regularmente en empresas españolas. Este comentario se hizo poco después de la adquisición del 5% de Repsol por el fondo soberano *Temasek*, del

---

<sup>1945</sup> OFICINA COMERCIAL DE ESPAÑA EN SINGAPUR, "Singapur, Informe Económico y Comercial 2013", Singapur, Secretaría de Estado de Comercio, 2013, 53 páginas, p. 52.

<sup>1946</sup> Fuente: Cuestionario de *Carmen Calvo*, corresponsal de ABC (Madrid) en Singapur (recibido el 14.09.2014).

<sup>1947</sup> AGENCIA EFE, De Guindos explicó en Singapur el programa de reformas económicas, *Expansión* (Madrid, 23.03.2012), en <URL: <http://www.expansion.com/2012/03/23/economia/1332501589.html>>, (accedido el 15.12.2013).

<sup>1948</sup> ANONIMO, "Desde la Ofecomes en Singapur, Asia a su alcance", Instituto Español de Comercio Exterior, Revista El Exportador, n° 155, noviembre de 2011. Entrevista a Juan Manuel Portillo, disponible en <URL:[http://www.elexportador.es/icex/cda/controller/PageExportador/0,8723,6735394\\_6735493\\_6742676\\_4530671\\_4\\_525113,00.html](http://www.elexportador.es/icex/cda/controller/PageExportador/0,8723,6735394_6735493_6742676_4530671_4_525113,00.html)>, (accedido el 09.12.2013).

<sup>1949</sup> Entrevista con *Jordi Salafranca*, director del Banco Sabadell en sus oficinas, Singapur (25.10.2013), y entrevista con *José María López Arenas*, Vice Presidente de Coberturas Globales de BBVA, en sus oficinas en Singapur (15.07.2013).

<sup>1950</sup> Nota: El doctorando visitó la Oficina Comercial de España en Singapur el 4 de marzo de 2012, para presentarse e intentar concertar una visita en un futuro próximo. El personal de la Oficina Comercial le confundió con el representante de la Cámara de Comercio de la minoría india de Singapur (por su aspecto andaluz parecido al indio). Esto llevó a una entrevista improvisada de 45 minutos con el Consejero Económico Comercial, ya que el representante indio "de verdad" no hizo acto de presencia.

Gobierno de Singapur<sup>1951</sup>. Por otra parte, a diciembre de 2013, el nuevo Consejero Económico de la Oficina Comercial de España, Don Santiago Elorza<sup>1952</sup>, concluye que:

*"Hay cierta, aunque escasa, imagen positiva de nuestro país, pero se nos identifica sobre todo con cuestiones deportivas o como país europeo, pero no tanto por nuestros productos. La imagen país ha podido resentirse, por otra parte, ante la crisis económica y su gestión inicial. Pero no hay prejuicios contra España y sus productos y existe buena receptividad comercial en general. Conocen en parte nuestras capacidades en ciertas áreas tecnológicas y de ingeniería (energías renovables, construcción, etc.), y, en menor medida, la excelencia de algunos productos relacionados con la gastronomía".*

El turismo es, lógicamente, el sector estratégico por excelencia en las relaciones económicas con Malasia y Singapur y la imagen país de España. Según Ángeles Cabañas<sup>1953</sup>, la directora de la Oficina de Turespaña de Singapur para todo el Sudeste Asiático (1.10.13), si se quiere hacer algo por la marca España hay que empezar por el turismo, donde habría muchas posibilidades por el escaso número de viajeros en relación al resto de Asia, con lo que coincide la corresponsal de ABC en Singapur<sup>1954</sup>: *"Tenemos de todo, contamos productos y servicios turísticos (fundamentalmente), de una calidad excepcional, el problema es que no sabemos venderlos bien"*, aserción con la que nos identificamos completamente. El turismo con origen asiático<sup>1955</sup>, la verdadera oportunidad para España en Asia, tiene gran potencial y tasas de crecimiento interanual: junto con los países nórdicos, son los mercados que crecen para España más en 2012 más, después de Francia; Alemania y Rusia en 2014, y los que crecen más a escala global (un 7%). Los singapurenses asociarían la imagen de España a la de Francia, por la cercanía cultural y la riqueza cultural, pero la Marca España estaría muy bien diferenciada de la francesa y posicionada en términos turísticos y España es apreciada como destino turístico en Singapur. Con respecto a la imagen de España en Singapur, los singapurenses tendrían dos intereses especiales cuando se van de turismo a España: la comida e ir de compras (las dos cosas que más les interesan en sus viajes a España). Es decir, probablemente se sientan inclinados a valorar en España las asociaciones de turismo del modelo de marca país HDM, y los atributos de calidad de vida del *Country Rep Trak*<sup>1956</sup>. Según Cabañas, España tendría buena imagen en estos atributos y en aquellos relativos a la historia; la cultura, la aportación a la cultura global, pero dedicarían bastante más tiempo a las compras que las visitas culturales: los chinos abrevian su tiempo dedicado a la cultura y la historia, para irse de "shopping" (compras), lo que no es nada extraño tanto en Malasia como en Singapur, donde los "blockbusters" de Hollywood serían el grueso de la "alta cultura", en todo caso alguna representación de "El Fantasma de la Ópera", de Andrew Lloyd Webber en el *Teatro Esplanade*. Para Cabañas, la proliferación de malas noticias en el frente económico estarían afectando la imagen de España de forma bastante apreciable: España no tendría buena imagen en materia de atributos

---

<sup>1951</sup> Véase el epígrafe III.1.3, sobre la balanza de capital de España con Singapur.

<sup>1952</sup> ANÓNIMO, "Desde la Ofecomes en Singapur. Una isla sin barreras", Instituto Español de Comercio Exterior, Revista El Exportador, nº 176, octubre de 2013. Entrevista a Santiago Elorza, disponible en <URL:[http://www.elexportador.es/icex/cda/controller/PageExportador/0,8723,6735394\\_6735493\\_6742676\\_4710652\\_4702394,00.html](http://www.elexportador.es/icex/cda/controller/PageExportador/0,8723,6735394_6735493_6742676_4710652_4702394,00.html)>, (accedido el 09.12.2013).

<sup>1953</sup> Fuente: entrevista con Ángeles Cabañas, Directora de Turespaña en Singapur, en las oficinas de Turespaña en Singapur en Orchard Rd. (01.10.13, 12.00).

<sup>1954</sup> Fuente: Cuestionario de Carmen Calvo, corresponsal de ABC (Madrid) en Singapur (recibido el 14.09.2014).

<sup>1955</sup> Fuente: "Balance del Turismo, 2012", Madrid, informe del Instituto de Estudios Turísticos, Ministerio de Industria, Energía y Turismo, 2012, 112 páginas, pp. 7; 20-21, 45 y 46.

<sup>1956</sup> Véanse los epígrafes IV.1.3 para el modelo HDM (Tabla 89) y el IV.1.2 para el modelo Country RepTrack (tablas 82 y 83)

económicos (ni marcas; ni tecnología; ni de productos de calidad), y nuestras instituciones políticas no son bien valoradas. Cabañas cree que todo esto estaría relacionado con la proliferación de noticias económicas negativas durante lo peor de la crisis, como la altísima tasa de paro, en los medios locales e internacionales sobre España en Singapur. Según *Jordi Salafranca*, Director del *Banco Sabadell* en Singapur, los singapurenses recalcan sobre todo en Barcelona (el Modernismo "*parisino*"), y esto sería así, entre otras razones porque existían vuelos directos a Singapur de la *Singapore Airlines*, cuando no los había a Madrid, lo que consideramos un error de primer orden para facilitar las relaciones económicas y una mejor comprensión de la imagen de España.

Singapur y Malasia son clasificados en el Plan Estratégico del Instituto del Turismo de España (2014)<sup>1957</sup> para, como un "*mercados prósperos lejanos indiferentes al destino España*": los problemas de distancia geográfica, como en el mercado chino o japonés, y la concesión de visados serían factores que retraen el consumo de servicios españoles. Singapur, junto con los demás países afluentes del Este Asiático considerados, se sitúa entre los principales mercados por gasto medio por persona y compras libres de impuestos de Asia en España. El trabajo de Turespaña en Singapur para aumentar la visibilidad y la imagen de España, se centra en asociarla a las marcas de productos y servicios de lujo: marcas españolas de moda; perfume; restaurantes; delicatessen, vinos y otros suntuarios y/o con imagen de exclusividad, calidad y diseño. Aquí es necesario hacer la precisión de que es posible que seguir tanto el rastro de Francia o de Italia en su construcción de la imagen país, no significa necesariamente poner en marcha exactamente las mismas estrategias. Entre los atributos de la imagen de España no están el elitismo; el clasismo; lo súper exclusivo; ni lo súper cultivado (a la francesa, que los franceses lo sean o no parece importar demasiado, se trata sólo de imágenes, de apariencias). Sin embargo, como transmite la empresa catalana *Desigual* en sus promociones internacionales, entendemos si existe un aspecto rebelde (muy criticado en España<sup>1958</sup>), de simpatía; fiesta; color; calor, lúdico; afectivo, que se puede aunar a lo hospitalario; el ocio; la gastronomía; la vida social, la historia y autenticidad que se entienden como altamente recomendables para la imagen de España en Singapur: los chinos malasios y singapurenses son prácticos, divertidos y utilitarios. Entendemos que aquellas imágenes sector-país de productos/servicios acordes con una femineidad libre y dinámica, puedan tener una gran apelación en Singapur como reflejo de la alta libertad y consideración de la condición femenina en España. Estas serían buenas *acciones simbólicas* para transmitir la *substancia* española en términos de la marca-país de *Simon Anholt*<sup>1959</sup>. Sólo indicar, aparte de la profesionalidad y el trato excelente recibido por el doctorando en la Oficina de *Turespaña* en Singapur, la pobreza de instalaciones y la de las oficinas comerciales de España en Malasia y Singapur, estas dos últimas con buen aspecto pero entendemos con instalaciones y dotaciones insuficientes: es imposible quitarse la impresión de que con presupuestos algo más holgados se podría contribuir mejor a la imagen de España. La comparación de la Oficina de Turespaña en Singapur, con la Oficina de las Cámaras de Comercio de Francia, contigua a la española, es bastante descorazonadora. Además esta oficina española tiene competencias para el Sudeste Asiático, Nueva Zelanda y Australia: no se pueden cubrir efectivamente tantos países con tan pocos medios.

---

<sup>1957</sup> Fuente: "Plan Estratégico de Marketing 2014-2015, Documento marco", Instituto de Turismo de España, 2014, 42 páginas, p. 10.

<sup>1958</sup> VALLS, LUANA, "La nueva campaña de Desigual, muy criticada en *Twitter* y *Facebook*", Barcelona, edición online de *El Periódico*, 11.12.12, disponible en <URL: <http://www.elperiodico.com/es/noticias/sociedad/twitter-desigual-campana-publicitaria-polemica-2269075>>, (accedida el 31.12.13).

<sup>1959</sup> Véase el epígrafe IV.1.3, que define el hexágono de *Simon Anholt*, y sus ideas en el epígrafe IV.1.2.

Esta es la impresión de *Fion Soh* de *Figueras Seating*<sup>1960</sup>, que resalta la falta de promoción del turismo a España o todo lo relativo a España (ni anuncios en TV, ni eventos, seríamos menos "agresivos" que los países occidentales EAFRIH considerados en el estudio), que le parece una oferta extraordinaria por experiencia propia, en la línea de la escasez de medios promocionales apuntado: no es que nuestras entidades de promoción no hagan lo que tienen que hacer, si no es que no tienen medios para hacerlo.

Las mismas empresas comerciales de la Diáspora operan tanto en Malasia como en Singapur, lo que explica pautas similares en la imagen comercial de España en los dos países. En la línea de aquellos sectores que entran "por los ojos" y "por el estómago", analizados en el epígrafe anterior, empezamos por el mercado de los productos gourmet<sup>1961</sup> en Singapur. Considerado como oportunidad por el Instituto Español de Comercio Exterior, ya se habrían realizado misiones inversas para periodistas para apreciar nuestro delicatessen<sup>1962</sup>: un mercado altamente estratégico tanto en Malasia como en Singapur, por la gran importancia que le da la Diáspora China, a la comida en general. Esto se puede comprobar por la plétora de programas de TV de cocina tanto en Malasia como en Singapur: el monopolio de radio televisión singapurense, *Mediacorp*<sup>1963</sup> distribuye los canales internacionales *Asian Food Channel* y *BBC Lifestyle*, entre otros, con programas sobre comida española, algunos de ellos también se retransmiten en Malasia. En los programas de los canales de viajes o se acaba comiendo o hablando de comida, ya que poco se habla de cultura; religión, política o economía, sobre todo si se trata de los múltiples y graves problemas asiáticos: aquí operan la autocensura asianista (la armonía y paz asiáticas), y la censura informativa, evidentes<sup>1964</sup>. La TV de Singapur, como la de Malasia no transmiten la imagen de medios de comunicación modernos para las clases medias informadas y cultas de los países desarrollados, profesionales de las industrias del conocimiento. Ni siquiera en los canales supuestamente "cultos" de Historia, de debates públicos de debate o asuntos corrientes, o similares. La imagen de España habría ganado notoriedad por los triunfos en el fútbol tras el Mundial de 2010, y por el auge de la gastronomía española a escala internacional como en Japón: las tapas, los chefs españoles, su internacionalización y aparición en algunos programas de cocina. Estamos convencidos que tanto *Bardem*; como *Penélope Cruz*, como *Antonio Banderas* son confundidos con "mejicanos" o "latinos", tanto en Malasia como en Singapur, de cualquier forma hemos escuchado con más frecuencia sobre *Almodóvar* entre personas de niveles culturales altos (los que han podido ver sus películas sin censura, les han parecido divertidísimas).

---

<sup>1960</sup> Fuente: Entrevista con *Fion Soh*, Directora Comercial de *Figueras Seating*, para el Sudeste Asiático en sus oficinas en Eu Tong Sen St. (21.05. 2014, 17.00).

<sup>1961</sup> NAVARRO VALLE, BRUNO, "El mercado de los productos de gourmet en Singapur", nota informativa supervisada por la Oficina Comercial de España en Singapur, Instituto Español de Comercio Exterior, 2013, 68 páginas, pp. 5-6; 50-51 y 53.

<sup>1962</sup> Fuente: Instituto de Comercio Exterior, Madrid, Memoria Anual, 2014, p. 27 3. Bienes de consumo y alimenticios de gama alta, productos gourmet (véase la sección 4.3); "Singapur, Guía de negocios", Singapur, Oficina Comercial de España en Singapur, junio de 2013, 86 páginas, p. 35, y "Singapur, Informe Económico y Comercial", Singapur, Oficina Comercial de España en Singapur, julio de 2012, 60 páginas, p. 51

<sup>1963</sup> Fuente: Sitios web de *Corporación Mediacorp*, en <URL: <http://www.mediacorp.sg/en/corporate/television/>>;

*Singtel Mio (Business mio TV)*, en <URL: <http://mio.singtel.com/businessmiotv/>>;

*BBC Asia*, en <URL: <http://www.bbc-asia.com/schedule/>>, y

*Starhub*, en <URL: <http://www.starhub.com/personal/tv/getting-started/combo-packs/supreme-box-office-combo.html>> (accedidas el 28.12.13).

<sup>1964</sup> Véanse los epígrafes III.3.1 para la distancia cultural con la Diáspora, y op. cit. (en cap. I.3.1), RODAN, GARY, 2005, pp. 173-187.

En productos gourmet, no existe imagen país-sector de España de productos de calidad en Singapur. La exportación española se encuentra con los mismos problemas que experimenta en los demás países considerados del Este Asiático en el epígrafe anterior: la cocina española ocuparía el tercer lugar frente a la francesa y la italiana (la competencia ya lleva años posicionada y establecida); mercados afluentes, competitivos y saturados. El producto europeo goza de buena reputación, con gustos bastante occidentalizados y aunque los importadores reconocerían la gran calidad y buena relación calidad precio del producto español, no lo compran al no haber imagen sector-país. Como en Japón, Hong Kong y Taiwán, hay pocas acciones e inversión en Marketing, escaseando las acciones de promoción e información conjunta importador-exportador para productos en grandes superficies y reuniones promocionales con importadores (medios; catas; demostraciones; degustaciones en un mercado maduro, especializado, así como artículos publicaciones profesionales), que contribuyan a reforzar asociaciones con la marca España de la imagen del sector español; además de la escasa de presencia "in situ" y apoyo logístico y técnico a importadores y distribuidores. Ciertos productos alimentarios "normales" en Europa toman un cariz de "delicatesen", y son bastante caros tanto en Singapur como en Malasia. Singapur es un mini-país que importa todo lo que consume, y los productos malasios que llegan por la frontera no suelen ser de buena calidad. Esto se corresponde con cierta suerte de clase "B" de productos de multinacionales extranjeras para los mercados del Sudeste Asiático: desde una hamburguesa de *Burger King* a un automóvil *Mercedes Benz* montados en Malasia o Indonesia<sup>1965</sup>, que ni sabe igual ni ofrece las mismas prestaciones, respectivamente.

Salir a la calle a cenar y/o "tapear" (*shu tiao* los churros chinos; *dang bao*, *buñuelos de sopa y cerdo*; *plátanos fritos*; *roti chanai* o *roti pisan*, crepes de lentejas o plátano, y otras cien mil "tapas" con las que pican los malasio-singaporenses, en los múltiples "stalls", los puestos tradicionales en la calle y pequeños restaurantes, son costumbres netamente malasio-singaporenses. En Malasia se llama "*jalan-jalan*" (un equivalente suave a "*irse de marcha*"). Todo esto además de los múltiples restaurantes extranjeros, asiáticos u occidentales, frecuentados por los "*foodies*" locales. Es decir, comer muchas veces, pocas cantidades y el acto gregario del consumo de alimentos en la calle, costumbres que asocian a las españolas: una de las cosas que impactan más a los malasio-singaporenses que hemos conocido a nivel personal que han visitado España, a parte del shopping (ir de compras), vida social, la simpatía de la gente y la calle o, son las "tapas". Sin embargo, las ventas españolas no son comparables, un poner, a las francoitalianas, incluso se llega a preferir sustituir el producto español por el equivalente europeo. Se han abierto varios restaurantes "españoles" en Singapur y son los canales de distribución HORECA (hoteles-restaurantes-cafeterías) los que mejor afectan la imagen del producto, lo que limita la difusión del producto a clientes de alto nivel adquisitivo y conocimientos gastronómicos: los restaurantes "occidentales" son carísimos en Singapur y ya hay 30 "*españoles*", 5 de ellos con chefs profesionales españoles: *Catalunya*; *Ola Cocina del Mar* o *Binomio*. Sin embargo, la importación de productos gourmet estaría limitada por problemas de educación: los consumidores no saben identificar en los estantes los productos españoles, bastante desconocidos, que consumen en los restaurantes españoles. Los "*chefs*", normalmente italianos; británicos o franceses en los restaurantes de alto nivel juegan cierto rol de "*prescriptores*" en el consumo del producto, y no suelen favorecer el producto español, lo que es triste, puesto la calidad de esta cocina "*expatriada*" deja bastante que desear y el producto extranjero no suele ser de tanta calidad como el español en

---

<sup>1965</sup> Fuente: Página Web de la empresa Daimler Benz en Malasia, disponible en < <http://www.mercedesbenz-malaysia.com/> >, (accedida el 28.12.13).



los niveles medios. Esto es también así a través de los encargados de compras de los establecimientos de prestigio ("*F&B Manager*"), donde suele haber muchos chinos o indios. Nuestra opinión es que hay mucho amateur europeo occidental que se pasa por "*chef*", y que en España hay una batería de buenos cocineros en el paro. *Eduardo Ortega*, director del exitoso Restaurante español *Binomio* en Singapur, apunta a las grandes oportunidades para la restauración española, que se estaría descubriendo en 2014: España marcaría las tendencias en el sector<sup>1966</sup> de la restauración. Además, España sería la gran desconocida en general, y habría grandes oportunidades en todos los sectores, incluidos infraestructuras y tecnológicos, puesto que no tenemos presencia apreciable en el país; la Diplomacia Económica española no tendría una buena estrategia en el país y no trabajaría eficientemente, aunque indica que el Embajador *Sr. Felipe Palomeras Güez*, si hace todo lo posible por promover los intereses de la empresa española (llegando a promover automóviles españoles deportivos de lujo en su propia residencia). En la misma línea, a *Jaime Traspaderne*<sup>1967</sup> y *Salvador Alarcón*<sup>1968</sup>, de *Repsol* en Singapur, les resulta curioso que la Oficina Comercial de España en Singapur, ni siquiera les hubiera visitado a 19.05.2015, y piensa que deberían de empezar a colaborar con *Repsol*, todo esto a diferencia del Gobierno de Singapur que si les visitó para informarles de las exenciones fiscales aplicables a la multinacional española. *Alarcón* también apunta al enorme activo que es la lengua española en Singapur, dado el crecimiento del número de estudiantes de español en la isla Estado, a promover con asociaciones a la marca España.

Singapur re exporta regionalmente una gran parte del aceite de calidad que importa (el 15%), lo que puede servir para aprovechar la promoción del papel en el comercio internacional de este mercado como "*escaparate*" para expandir las ventas en el Sudeste Asiático y mejorar nuestra imagen país: aunque Marcas como "*Bertoli*" del grupo español *Deóleo* en los lineales, puedan inducir al cliente a no identificar el aceite como español, problema recurrente de nuestra imagen económica, como con marcas del textil como *Massimo Dutti* o *Springfield*. Además, Singapur re exporta delicatessen a toda la región: la mayor parte del queso que entra en Malasia y el 10% de lo que importa. También re exporta jamón a Hong Kong; vino, el 10% de lo que importa; cerveza el 50%, y por supuesto la re exportación a China es fundamental: se da para cualquier producto de lujo occidental, precedero o no precedero, sólo ver los gigantescos centros y áreas comerciales de shopping singapurenses o malasios. En este entorno, las ferias sectoriales de Singapur toman un papel relevante por su alcance y gran importancia en toda Asia y a nivel internacional, aspecto que toma en cuenta la Secretaria de Comercio, a través de la participación española en múltiples eventos como *Food & Hotel Asia*, o la difusión del Programa de Formación en Gastronomía Española del Instituto Español de Comercio Exterior para chefs extranjeros<sup>1969</sup>. El ICEX también presta apoyos a AMETIC sector de las tecnologías de la información; electrónica y comunicaciones en sus participaciones en ferias importantísimas por su alcance regional como son *Broadcast Asia e ITV Forum*, donde España tenía cierta a imagen en el campo especializado de la electrónica profesional, de radio y TV, pero con participaciones decrecientes: Virginia Jiménez, Directora de Exportación de AMETIC indica que las ferias son interesantes, luego se sigue participando, pero el mercado singapurenses es

---

<sup>1966</sup> Fuente: entrevista con Eduardo Ortega, Director del Restaurante español *Binomi* de Singapur, en el mismo restaurante en Craig Road (21.05.2014).

<sup>1967</sup> Fuente: entrevista con *Jaime Traspaderne*, Director de Crudo y Petróleo de la División de Trading de *Repsol*, en sus oficinas en Singapur en Orchard Road (19.05.2014, 11.30 h.).

<sup>1968</sup> Fuente: entrevista con *Salvador Alarcón Alacio*, Director de Desarrollo de Negocio de *Repsol*, en sus oficinas en Singapur en Orchard Road (19.05.2014, 11.30 h.).

<sup>1969</sup> ANÓNIMO, "Singapur, Planes Integrales para el Desarrollo de Mercado", Secretaría de Comercio, 2013, 13 páginas, p.10.

pequeño para las TICs, software e Internet españolas<sup>1970</sup> (aunque no lo sería el de reexportación si se supiera manejar bien a las redes de la Diáspora, pues existen nichos como la radio televisión y la electrónica profesional dónde las soluciones españolas son excelentes). Como en los demás mercados de la Diáspora China del Este Asiático, resaltar que lo importante en estos sectores con "*savoir faire*" o "*know how*" especial, desde ingeniería o software (*Amadeus*, la multinacional española de software de reservas de vuelos, tiene presencia en Singapur<sup>1971</sup>) a vino (el calor todo lo estropea) o delicatessen, lo importante en esta parte de Asia es la presencia, el monitoreo y el control del producto y el servicio in situ: los españoles tendrían tan buen sector de delicatessen; hostelería; hoteles, vino y afines que no se pueden imaginar como las cosas se hacen tan mal en otras partes del mundo.

El aceite español<sup>1972</sup>: se vende en pequeñas cantidades y es "*italiano*", aunque más caro que el italiano: hay una confusión con el producto europeo y se vende más virgen que de segunda presa. Según el consejero Portillo le faltaría "*distinción*"<sup>1973</sup> y diferenciación frente a la competencia italiana y australiana, además se apunta al gusto fuerte, afrutado y fresco del español: suponemos se referirá a los canales de distribución, el Marketing Mix y dentro de este la comunicación y posicionamiento en segmentos de más alto nivel, como algo más exclusivo. Debe de ser esa "distinción", la que han aprovechado los franceses para exportar tres veces más que los españoles a Singapur en 2014<sup>1974</sup>, dado que el producto español que se ha encontrado en Singapur es de mejor calidad que el italiano y el francés. Siguiendo el estudio de la Oficina Comercial de España en Singapur, el gobierno singapurense estaría promoviendo estrategias en pos de un consumo de alimentos más saludables para sus ciudadanos, luego la creciente migración del aceite de palma y otros consumidos en Singapur al aceite de oliva pueda ser un buen camino para que las empresas españolas de productos agroalimentarios españoles saludables como el aceite, colaboren con las agencias gubernamentales locales, dada la importancia estratégica de los suministros alimentarios a la ciudad Estado<sup>1975</sup>: se recomienda la participación; decisiones conjuntas, consenso en el estilo singapurense del PAP en el poder. Las exportaciones de aceite españolas crecen un 20% en 2011 con el número de restaurantes mediterráneos abiertos en el centro de la ciudad, y el *Servicio de Agricultura de EEUU* indicaría que las grasas saturadas del aceite de palma, producto de consumo local, pueden resultar de peor calidad<sup>1976</sup> que las de oliva. *Alberto Pérez*<sup>1977</sup>, de lo más profesional, Director de esta gran firma española de aceites en el Sudeste Asiático, se queja de la falta de distribuidores interesados en el producto. Alberto también echa en falta más y mejores estudios de mercado ajustados a su producto, a poder ser gratuitos, de las Oficinas Comerciales de España, y también le gustaría que se consultara a los Directores de Exportación del sector cuando nuestra Diplomacia Económica decide las acciones promocionales en la región (presencia en

---

<sup>1970</sup> Fuente: Experiencia del doctorando como Director de Misiones a Malasia y Singapur en AMETIC (2001), y cuestionario de la Directora Exportación de AMETIC, *Virginia Jiménez* (recibido el 07.10.2014), y directorio de empresas de AMETIC.

<sup>1971</sup> Fuente: lista de empresas españolas en Singapur, ICEX, 2010.

<sup>1972</sup> MUÑOZ GAGO, FRANCISCO, "El mercado del aceite de oliva en Singapur", nota informativa supervisada por la Oficina Comercial de España en Singapur, Instituto Español de Comercio Exterior, 2013, 37 páginas, pp. 4-5 y 26-28.

<sup>1973</sup> PORTILLO PUERTAS, JOSE MARIA et al., diapositivas pasadas a PDF de la Conferencia: "El mercado de aceite de oliva en Singapur", Oficina Comercial de España en Singapur, 18 páginas, p.16

<sup>1974</sup> Véase la partida 15, en la Tabla 71 (c), en el epígrafe III.1.2.

<sup>1975</sup> Véase el epígrafe II.2.5, sobre el comercio entre Malasia y Singapur, y Australia y Nueva Zelanda.

<sup>1976</sup> MARLON BLISS, ROSALIE, "Palm oil is not a healthy stand-in for trans fats", Washington DC, EEUU, Servicio de Investigación del Departamento de Agricultura de los EEUU (USDA), noviembre de 2009, p 22.

<sup>1977</sup> Fuente: Entrevista con Alberto Pérez, Director de Deóleo para el Sudeste Asiático, en la Sala de Reuniones del Condominio One City, en Jalan Nagasari, Kuala Lumpur (29.05.14, 15.30 h).

ferias concretas y misiones comerciales, entre otras), en la región. Aquí, como para toda la distribución de agroalimentarios, habría que explorar las relaciones a largo plazo con las redes chinas de la Diáspora China en el marco cultural de la *guanxi*, y mejorar nuestra imagen en los canales HORECA. Está claro que hay problemas en términos de poca promoción y merchandising: los envases, nada femeninos ni sutiles ni orientados al público femenino asiático, de litro en los grandes supermercados de Kuala Lumpur y Singapur. Finalmente, entendemos que el aceite de girasol es una buena oportunidad para el Sudeste Asiático, más barato que el de oliva, pueda ser más saludable que el de palma: en Malasia como en Singapur la oliva ronda los 9 euros el litro.

En la distribución, como en Hong Kong para los vinos, las empresas locales de trading tienen interés en la re exportación de aceite y otro delicatessen al Sudeste Asiático, luego los contactos institucionales podrían incluso favorecer las importaciones a Singapur. La desintermediación de la comercialización (canal "*off trade*") bastante exitosa en aceites, debería de ser la norma en el producto de delicatessen y calidad español en la región: que se venda directamente a las cadenas de supermercados e hipermercados sin pasar por importadores o distribuidores. Grandes empresas como *Deóleo* o *Borges* pueden permitirse los costes del Marketing para la desintermediación, en el contexto de las redes personales de la *guanxi* china, a largo plazo y con gran esfuerzo promocional. Sin embargo las PYMEs que producen calidad y autenticidad con pequeños márgenes no pueden, otra vez la deseabilidad de los consorcios de exportación o joint-ventures, para reducir los altos costes de marketing; aumentar el tamaño de los pedidos e incluso distribuir localmente y otros aspectos ya tratados. La marca "*Bertolli*", que también sería española y ocupa bastantes estantes malasio singapurenses, también contribuye a la imagen "*italiana*" del producto español<sup>1978</sup>. La confusión con el producto europeo es constante y pocos singapurenses sabrían que "*Zara*" es una marca española<sup>1979</sup>.

El aceite de oliva es el producto que junto con el jamón consumen más los singapurenses: el ibérico está de moda, por caro y exclusivo y se vende a 150 Euros el kilo en Singapur según un programa reciente de la televisión pública de Singapur sobre el jamón de pata negra: en el programa *Expensive Eats*<sup>1980</sup>, se resalta que lo carísimo del producto es signo de prestigio para un singapurense "*fascinado*" con el sabor del jamón. Las visiones de España lo son a la medida de las percepciones de los singapurenses: El presentador presenta el jamón ibérico de la mano de *Teresa Domecq* (se deja bien claro que su familia, terrateniente, adueña una finca enorme, se le otorga "*solera*", madera de "*padrino*" singapurense, jeque o lord británico). Se descubre Andalucía desde Sevilla, la tierra del "*los toros, el flamenco y el cerdo de bellota*". El cerdo pata negra sería el "*rey de los cerdos*". Se explica que España es el único país donde "*los cerdos tienen más espacio para vivir que las personas*", y todo el proceso de producción del jamón. De ahí se pasa a los toros y toreros en la *Hacienda Domecq*, toreando una vaquilla como americano invitado a una tienda en la finca de los *Dominguín*. Los toros serían algo "*fascinante*" pero "*controvertido*". Este matiz que otorga el presentador no es extraño, dado el importante que es la comunidad india en Singapur (vacas sagradas), y el bagaje sino-británico del presentador, educado en el Reino Unido como muchos singapurenses: otra vez las visiones postcoloniales de los expatriados

---

<sup>1978</sup> Fuente: entrevista con *Paco Gago*, "Embajador" de la Marca *Codorníu* (Director de Promoción) en Singapur (16.05.2014, 18.00), en sus oficinas (Pickering Street).

<sup>1979</sup> Fuente: Cuestionario de *Carmen Calvo*, corresponsal de *ABC* (Madrid) en Singapur (recibido el 14.09.2014).

<sup>1980</sup> Fuente: Programa "Jamón Ibérico de Bellota", de la serie de TV "*Expensive Eats*", cadena pública internacional de noticias singapurense *Channel News Asia* en inglés, 14.12.13.

anglosajones, en cierto modo parecen (¿quieren parecer?) turistas ingleses de alto nivel<sup>1981</sup>. Aquí se intuye la moda del "*pata negra*" en Londres hace unos años. Aquí también habría ecos de los *Spain Bars* de Tokio, ya que Singapur también es un mercado altamente afluente y marquista, dónde lo que importa a determinados segmentos sociales amplios no es el precio, si no la calidad y la exclusividad aparejada a la marca. Las cenas o catas en las que se invite a prescriptores, a la prensa, a catadores y chefs europeos tendrían un impacto fenomenal en la imagen sector de vino y delicatessen y la marca España asociada al sector. Si esta tuviera cierta relación con el "*famoseo*" de la extensa industria española de la prensa amarilla, se tendría a mano un canal estupendo de promoción sectorial: España puede investigar asociaciones con el glamur, el estilo, la moda y los actores españoles de Hollywood (que dejarían de ser "*mejicanos*"). Las cenas de alto nivel como RRPP para la promoción de productos, son verdaderos pases de modelos, donde las féminas singapurenses ostentan diseños de moda del más altísimo nivel internacional. De cualquier modo, las exportaciones españolas de porcino a Singapur se habían multiplicado por más de 10 en cinco años y ya se deja ver producto español, España ha superado al producto francés con creces, pero existe la intuición de que la exportación podría ser mucho más alta: los singapurenses importan mucho porcino de bajo/medio precio/calidad de Malasia, luego creemos que España podría re exportar porcino de mucha mejor calidad en toda la gama de productos desde Singapur a toda la ASEAN. Sólo se sabe de productos españoles de precio o muy alto o muy bajo, los productos españoles excelentes en los segmentos de buena calidad-precio medio no se han encontrado ni en Malasia ni en Singapur. Eduardo Ortega, director del restaurante español *Binomi*<sup>1982</sup> en Singapur, las grandes oportunidades para el delicatessen español se ven limitadas por la falta de educación de los consumidores sobre el producto español, y que España no sabe vender sus productos naturales y el marketing franco italiano sería mucho mejor, literalmente: "*España está a 0, no tenemos presencia luego todo el monte es orégano*".

Los vinos españoles<sup>1983</sup> sólo significan el 3% del mercado y, como en Hong Kong, son relativamente desconocidos. El problema para la marca España es evidente: no existe imagen país para unos vinos que aparecen en los estantes en localizaciones marginales con el cartel de "*otros vinos*" o "*Europa*", mientras que Francia (40% del mercado); Italia; Nueva Zelanda; Australia, tienen sus propias secciones. Muchas veces no hay nada que asocie el vino a España, a la "*Sangre de Toro*" de *Torres*, donde la asociación era inmediata (aunque ahora esta empresa vende blancos al gusto catalán). Como en Corea o Taiwán, se venden marcas antiguas, en contra de la tendencia de subida de precios de los nuevos vinos españoles de excelente relación calidad precio y mejor vestido. Mercado muy marquista, orientado al público expatriado como en Hong Kong, que consume producto occidental de calidad. Para Machín de Lorenzo<sup>1984</sup>, el tinto sería sinónimo de distinción en Singapur asociado al consumo de comida occidental, que no es parte de la dieta. Domina Francia y crece la importación de Chile (interesantísimo el fenómeno, en toda Asia con vinos peores y más caros que los españoles). Las "*tapas*" y el "*jamón*", con vino español seguirían el rastro de Hong Kong y sobre todo de los *Spanish Bars* de Tokio, pero en mucha menor medida. Francia domina el mercado de bebidas alcohólicas en Singapur y Malasia: estamos hablando de la partida 22 en la Tabla 71 (Singapur, epígrafe III.1.2), dónde la exportación francesa es

---

<sup>1981</sup> Véase el epígrafe IV.1.4 sobre visión de España en medios anglosajones, que influyen a los singapurenses más anglófilos, desde la misma City financiera de Singapur, donde trabajan decenas de miles de expatriados ingleses.

<sup>1982</sup> Fuente: entrevista con Eduardo Ortega, Director del Restaurante español *Binomi* de Singapur, en el mismo restaurante en Craig Road (21.05.2014).

<sup>1983</sup> MACHIN DE LORENZO, JOSE MARÍA, "El mercado del vino en Singapur", nota informativa supervisada por la Oficina Comercial de España en Singapur, Instituto Español de Comercio Exterior, 36 páginas, 2012, pp. 4-5 y 22-29.

<sup>1984</sup> Ibid., MACHIN DE LORENZO, JOSE MARÍA (vino en Singapur), 2012.

132 veces la española; y de la Tabla 76 (Malasia, epígrafe III.2.1), dónde la exportación francesa supera 35 veces a la de España. Esto es una verdadera exageración, aquí debe de haber múltiples oportunidades para España, empezando por el cava, tan bueno y mejor que los vinos achampanados y espumosos franco italianos baratos vendidos en Singapur, siguiendo la pauta japonesa. La mitad de lo que exportan son aguardientes (*cognacs* y *brandys*), de la partida 220820 y el resto son vinos (sobre todo Champagne y tintos), exportaciones tradicionales de los franceses asociadas con las clases pudientes y los empresarios chinos de edad madura (el brandy): la gente joven quiere productos más modernos y divertidos. La cifra enorme de importaciones francesas se corresponde con las modernas capacidades logísticas de Singapur; refrigerado, rápido, eficaz y con controles de calidad: el vino se estropea con el calor de la región y si se quiere redistribuir producto al Sudeste Asiático, mejor hacerlo a través de un agente chino profesional in situ, o utilizar el canal logístico singapurense y luego redistribuir por carretera a Malasia y Tailandia (la "*Utara Selatan*", la autopista que cruza Malasia y conecta con Tailandia es moderna y fiable). Malasia está inundado de productos de mala calidad, y como en Hong Kong se ignora cómo afrontar los problemas de transporte y conservación del producto. Se multiplican las pequeñas importadoras de origen francés o italiano con conocimientos sobre logística y calidades del producto y habría que vender el producto directamente con los menos intermediarios posibles en un mercado muy maduro con mucha competencia. *Codornú*, la marca española de cavas, ya está en Singapur permanentemente, investigando las posibilidades al estilo japonés. La inversión francesa tanto en Singapur como en Malasia en Marketing son bastante altas: fuerza de ventas; presencia; publicidad; RRPP (eventos, esponsorizaciones); degustaciones y otros.

Al igual que en los alcoholes, en la venta de cosméticos (partida 22) es la intensificación de acciones de Marketing de calidad, lo que caracteriza a la moda y la cosmética francesa, el elemento diferenciador, lo que no justifica que las exportaciones francesas superen a las españolas 16 veces: deben de existir bastantes oportunidades. Los problemas del sector son parecidos a los encontrados en Corea; Japón, pero muy especialmente en Taiwán. Siendo Singapur como es un mercado netamente marquista, no extraña que tanto en alcoholes como en cosméticos no se venda, ya que no existe una marca española a la *Moet Chandon* para achampanados o *L'Oreal* para cremas, que tenga la suficiente apelación y posicionamiento exclusivo para competir con el producto francés. El producto español es de una calidad excelente en ambos mercados pero España no está bien posicionada ni con imagen sector, ni mucho menos con imagen país-sector en el país. La multinacional británica *Diageo*, como las grandes francesas de bebidas alcohólicas, utilizan Singapur como plataforma para vender todo tipo de bebidas en la ASEAN, luego se entrevén grandes oportunidades en bebidas de alta graduación y menor relación calidad precio que las grandes marcas comerciales de estas multinacionales, que no se estropean con el calor. El mercado de la cerveza en Singapur<sup>1985</sup>, creció un 27 por ciento en 2011. Existe un interés creciente por el producto de calidad del público afluente malasio-singapurense que va buscando productos premium, especialmente si cuentan con algún aspecto diferenciador. Dados los rigores climáticos (el calor y la humedad a veces insoportable), y el alto consumo de cerveza local y la re exportación de la misma, fundamentalmente a Malasia, este es un sector donde los productos españoles, de gran calidad y un precio razonable (*Mahou*; *Cruzcampo* y otros), podrían tener un impacto para crear imagen sector país. En Malasia

---

<sup>1985</sup> NAVARRO VALLE, BRUNO, "El mercado de la cerveza en Singapur ", nota informativa supervisada por la Oficina Comercial de España en Singapur, Instituto Español de Comercio Exterior, 40 páginas, 2012, p. 8.

hemos visto cerveza *Alhambra*, importada en pequeñas cantidades a precios bastante altos. La cerveza y los alcoholes son caros por los altos impuestos al consumo, al estilo de otros países de la *Commonwealth*.

Creemos existe una oportunidad fantástica en la exportación de joyería (sobre todo si incluye oro, depósito de valor y signo de afluencia para las féminas asiáticas, chinas e indias, desde tiempos inmemoriales). Estos se recogen en la partida 71 de "*Perlas finas o cultivadas; piedras preciosas, semi preciosas o similares*". En la misma línea de percepción de exclusividad, lujo y refinamiento del producto francés e italiano, gracias a su Marketing intensivo, diseño y posicionamiento en segmentos de alto poder adquisitivo en este país de millonarios y grandes diferencias sociales, Francia exporta más de 68 veces que España en este sector, e Italia casi 80 veces más a Singapur. Aquí seguro que hay trabajo para joyeros españoles, lo que se comprueba tanto en las partidas 7113 como en la 7117, en la Tabla 71 y la Tabla 76 en el capítulo III. Puedan tener futuro empresas de perlas artificiales como *Majorica* y las de bisutería. No vemos tanto porvenir a *Lladró*, bien conocido en Japón: Singapur es un país bastante más cosmopolita que Japón, y su exposición a los gustos internacionales mucho más diversa en la misma lengua inglesa, aunque quizá menos culta, sensible y elegante que la japonesa. En Malasia, Francia exporta más de 8 veces más que España en joyería, e Italia exporta 38 veces más: las ventas españolas por esta partida son minúsculas a ambos países en comparación con las ventas españolas mundiales. Los italianos lo que venden en Malasia es joyería de oro y metales preciosos (más del 95% de su exportación a Malasia).

En Malasia y Singapur, los grandes empresarios, políticos y sultanes son personalidades de la prensa del corazón de la alta sociedad como el *Malaysian Tatler*<sup>1986</sup> o el *Singaporean Tatler*, las revistas del corazón sobre los muy ricos y famosos: se entiende que dada la *alta distancia de poder* y la importancia de la "*face*", los medios de comunicación y los eventos corporativos, de ONGs y filantrópicos, son instrumentos favorecidos hacer amigos y negocios, promover la propia "*face*" y extender la "*guanxi*" personal<sup>1987</sup>. Dada la escasa transparencia con la que parecen gestionarse los asuntos económicos de las AAPP, en el entorno autoritario de Singapur, los eventos son canales privilegiados para obtener información estratégica y mejorar la propia *guanxi*. Nada mejor que una "*photo opportunity*" para los políticos y funcionarios singapurenses, así como para la imagen del PAP, el partido en el poder en Singapur, tan bien pagados en los altos niveles como jugadores de fútbol. "*Si pagas cacahuetes (nada) te quedas con monos*" habría dicho *Lee Kuan Yew*, para justificar la necesidad de concitar el apoyo de los más emprendedores y pagar altos salarios a políticos y altos funcionarios. En este sentido, recordamos el papel que se le atribuyó a Juan Carlos I de España en círculos monárquicos<sup>1988</sup>, para la obtención de contratos de alto nivel en los países del Golfo Pérsico. Luego si estas visitas de Estado no tuvieran un impacto directo en las ventas de implantaciones; productos, servicios y proyectos españoles (Malasia y Singapur son bastante más modernas a nivel político que Arabia Saudita), sí que subiría bastantes enteros la

---

<sup>1986</sup> Fuente: Página Web de dos revistas, la malasia *Malaysian Tatler*, y la singapurenses *Singaporean Tatler* en <URL: <http://my.asiatatler.com/>> y en <URL: <http://sg.asiatatler.com/tatler-list/300list>> (accedidas, el 12.12.2015). Ambas revistas, centradas en la alta sociedad, publican listas periódicas de los más ricos del país.

<sup>1987</sup> Véase el epígrafe III.3.2, sobre cultura malaya de alto nivel en Malasia.

<sup>1988</sup> ONTOSO, LUIS M, "El Rey, el «mejor embajador» de las empresas españolas", *ABC* (Madrid, 03.06.2014), en la edición online, en <URL: <http://www.abc.es/espana/rey-juan-carlos-i-abdica/20140603/abci-empresas-internacionales-embajador-201406021421.html>>, y AGENCIAS, "El Rey inicia una visita oficial a Emiratos Árabes y Kuwait", Madrid, en Libertad Digital (13.04.2014), en < URL: <http://www.libertaddigital.com/espana/2014-04-13/el-rey-inicia-una-visita-oficial-a-emiratos-arabes-y-kuwait-1276515789/>>, (accedidos el 05.08.2015).

imagen de España, la "face" de los españoles en general en estos países a alto nivel. Este es un "know how" en el que no creemos que ni la empresa privada ni las instituciones públicas de España en Malasia y Singapur, tengan ni grandes medios (con los que poca "face" se pueda ganar en estos países)<sup>1989</sup>, ni demasiada experiencia, aunque en España se gestione de forma magistral: no olvidamos la novelería y la distracción, lo superficial en términos netamente malasios, aunque es parecido en Singapur, pero no se relaciona tanto con la contratación pública si no más con la *guanxi* china. En esta parte del mundo se reúnen grandes hombres de empresa españoles extremadamente capaces en la producción y suministro de bienes y servicios de calidad (técnicas y Marketing para mercados europeos), pero posiblemente lejos de esa cultura de las RRPP, como de las jerarquías, ritos; celebraciones, particularidades de las culturas asiáticas: aquí el rito lo es todo y España debería de invertir bastante más.

En esta línea, es muy interesante la opinión de *Paco Gago*, responsable de la marca de cava *Codornú* en Shanghái, un excelente profesional muy joven, que comprende y maneja las RRPP en Singapur a la perfección<sup>1990</sup>, quién cree que los miembros de la Diáspora China sólo responden al poder, a cuanto más alto nivel mejor, luego el apoyo de los embajadores y consejeros económicos de la Embajada de España a la empresa española in situ sería vital. *Gago* cree que el Gobierno no se implica prácticamente en nada relativo a la empresa privada en esta parte de Asia, no tiene buena estrategia y las posibilidades para la empresa española son inmensas en Singapur, empezando por el turismo: las grandes empresas lo harían todo solas, sin apoyos. *Gago* cree que la promoción conjunta de las grandes marcas privadas españolas tendría un buen impacto en la percepción de la marca España en Singapur, dónde las Relaciones Públicas tienen más importancia que la mejora impersonal de las variantes del Marketing Mix: relaciones personales a largo plazo en el marco de la *guanxi* china. *Gago* también apunta a la inversión ínfima en promoción de la imagen de España en Singapur, y la visibilidad mínima de España, dónde dominarían Reino Unido; Francia, Italia y Alemania, países que se habrían creado imagen de calidad; tecnología; diseño, exclusividad, lujo y diseño en las asociaciones entre la exportación de sus sectores económicos y su marca país. *Jenny Leung*, responsable de la marca tienda *Loewe* en Singapur<sup>1991</sup>, compartió esta última opinión, e incide en la importancia de mejorar la información ofrecida sobre cultura; vino, comida y delicatessen españoles en Singapur; así como la falta de acciones promocionales, empezando por la colaboración de la Embajada de España con la empresa española en el país. Promover el flamenco (relativamente desconocido, pero altamente apreciado en nuestro parecer) o invitar a eventos a actores como *Antonio Banderas* o *Penélope Cruz*, tendrían un buen impacto sobre la imagen de España. Para *Gago* nadie conocería la excelente calidad y relación calidad precio de los vinos españoles como los de *Codornú*, premiados en los certámenes internacionales, ni existiría una buena estrategia oficial al efecto para promoverlos. *Lisseth Morales*, responsable de la cadena de tiendas de moda exclusiva española *Bimba y Lola*<sup>1992</sup>, cree que este es un canal estratégico para la promoción de la imagen de España: en las revistas del corazón singapurenses, los

---

<sup>1989</sup> Nota: una visita a las oficinas oficiales francesas, británicas o alemanas para la promoción de las exportaciones e inversiones tanto en Malasia como en Singapur, es suficiente, para comprender la desproporción en medios e influencia de sus empresas in situ, en comparación con las españolas.

<sup>1990</sup> Fuente: entrevista con *Paco Gago*, "Embajador" de la Marca *Codornú* (Director de Promoción) en Singapur (16.05.2014, 18.00), en sus oficinas de Pickering Street.

<sup>1991</sup> Fuente: Entrevista con *Jenny Leung*, Directora de Tienda *Loewe*, en Singapur en el centro comercial de Orchard Turn (22.05.2014, 16.00).

<sup>1992</sup> Fuente: Entrevista con *Lisseth Morales*, Directora de Tienda de *Bimba y Lola*, en Singapur en el centro comercial de Orchard Turn (22.05.2014, 14.00).

políticos y grandes empresarios tendrían prominencia, frente a otras celebridades como famosos, cantantes y actores (*Paco Gago* indica que los más ricos en Singapur son los políticos). *Lisbeth* también cree que en España no se conoce bien Singapur, una sociedad muy movida por las apariencias y la ostentación donde las féminas ahorrarían hasta el último céntimo para comprar bolsos o accesorios de prestigio: aunque haya mucho dinero, los que no lo tienen, que serían bastantes, hacen lo posible por llamar la atención. Se trataría de consumidores altamente marquistas e interesadas en el producto europeo de mejor calidad, movidos por la exclusividad, dónde el precio no es el principal motivador de compra, ya que prefieren calidad; diseño y diferenciación: el *Made in Europe* es mejor que el *Made in China*. *Lisbeth* vuelve a incidir en la falta de acciones promocionales de sectores españoles y de inversión en Marketing en general de las instituciones tanto públicas como privadas. En 10 entrevistas del estudio de campo se identificó tanto la mayor y más intensa promoción de la competencia francesa, italiana, así como su superioridad en todas las variantes de promoción; distribución, promoción; publicidad, relaciones públicas y merchandising de para los sectores de moda; delicatessen (aunque se sabe que una gran parte de los entrevistados son conscientes de las buenas calidades de los productos españoles, así como de sus buenas relaciones calidad precio). *Fion Soh*, de Figueras Seating lo deja muy claro: "*los productos españoles son buenos, su Marketing no lo es*"<sup>1993</sup>, además, los productos españoles se confunden con los de otros países europeos. A parte de la gran influencia que tiene el Reino Unido en Singapur, se puede hablar pues de un "*Efecto Prada*" para Italia y de un "*Efecto Chanel*" para Francia, y de un "*Efecto BMW*" para Alemania, referente en el sector del automóvil en Singapur y Malasia, relacionado con la superioridad tecnológica y organizativa de las soluciones y productos alemanes (con más o con menos fundamento: (calidad alemana; lujo y moda franceses e italianos)<sup>1994</sup>, identificado por una gran mayoría de los entrevistados: estos "efectos" se han contrastado en el estudio de campo. En el estudio de campo, la competencia europea tendría mucha más tradición, presencia e inversión acciones promocionales de más largo y en el largo plazo que la empresa española y en orden de popularidad, Reino Unido se disputa las primeras posiciones con Alemania, y después viene Francia e Italia<sup>19951996</sup>. Para *López Arenas*, representante del banco *BBVA* en Singapur<sup>1997</sup>:

*"La imagen de España está puramente relacionada con el turismo. Hay una falta de imagen en los sectores industriales (energías renovables; trenes; maquinaria, ingeniería, etc.). Tradicionalmente, España no ha mirado a Asia como mercados para sus exportaciones. Es ahora, dada la crisis financiera global que las PYMEs y las grandes empresas se están lanzando a proyectos en Asia (este es el caso de ACCIONA, FOTOWATIO, etc.) y las PYMES están intentando aumentar su cuota de mercado en esta parte del mundo".*

<sup>1993</sup> Fuente: Entrevista con *Fion Soh*, Directora Comercial de *Figueras Seating*, para el Sudeste Asiático en sus oficinas en Eu Tong Sen St. (21.05.2014, 17.00)

<sup>1994</sup> Fuente: entrevista con *Salvador Alarcón Alacio*, Director de Desarrollo de Negocio de *Repsol*, en sus oficinas en Orchard Road (19.05.2014, 11.30 h.).

<sup>1995</sup> Fuente: cuestionario y entrevista de/con *Jordi Maluquer*, Director de *Acció* Singapur (Agencia Internacionalización Cataluña) (recibido el 20.10.13, 18:00). Solo agradecer su gran amabilidad y respeto.

<sup>1996</sup> Entrevista con *Jordi Salafranca*, director del Banco Sabadell en sus oficinas, Singapur (25.10.2103), y entrevista con *José María López Arenas*, Vice Presidente de Coberturas Globales de BBVA, en sus oficinas en Singapur (15.07.2013).

<sup>1997</sup> Entrevista con *Jordi Salafranca*, director del Banco Sabadell en sus oficinas, Singapur (25.10.2103), y entrevista con *José María López Arenas*, Vice Presidente de Coberturas Globales de BBVA, en sus oficinas en Singapur (15.07.2013).



Además, López Arenas, indica que:

*"La mayor parte de los países que se incluyen en la pregunta (EAFRIH) tienen una mejor política que España para promover sus exportaciones, basados en un enfoque puramente privado (desde el sector privado), a la búsqueda de situaciones que beneficien a ambas partes por igual. Me refiero a la Marca País, no sólo estrictamente a la imagen de España en Singapur... Que está muy centrada en la paella, el fútbol y el turismo. Las inversiones del sector público de estos países para mejorar la imagen país y el conocimiento de las capacidades del país ha sido más intensiva en capital que la española y en el largo plazo. En el caso de España se registra una inversión mínima y está altamente burocratizada".*

La constante en las entrevistas analizadas es la percepción que la Diplomacia Económica, con relación a la Oficina Comercial de España en Singapur, no hace demasiado o lo que hace no es demasiado efectivo en la promoción de los intereses de las empresas españolas en Singapur. *Traspaderne* apunta a que no existe buena coordinación entre las empresas españolas y la diplomacia española para poner en marcha estrategias de promoción de la marca país: existiría una imagen intensa, pero poca presencia y poca promoción de la imagen país. A estos dos últimos aspectos *Jaime Traspaderne*<sup>1998</sup>, de *Repsol*, como *Eduardo Ortega*, de *Binomi*<sup>1999</sup>, añadirían que "los españoles no hablamos bien inglés", y que sería necesario un marketing más intensivo y más agresivo de la marca España con relación a los competidores EAFRIH. *Carles Cortadas* de *Barcelona Capital*<sup>2000</sup> va a aún más lejos

*"No se ha hecho trabajo de Marketing, siendo el vino el ejemplo paradigmático. Los productos españoles de calidad que se venden en Singapur no se asocian a España: no existen imágenes sector-país (el caso de la automoción alemana, las marcas BMW y Mercedes, se asocian inmediatamente a Alemania, donde si existe imagen sector país)".*

Las RRPP y las esponsorizaciones son un camino lógico y necesario para asociaciones de imagen país al sector, dado que en Singapur y Malasia son países en los que prosperan culturas altamente superficiales y consumistas, la apariencia de riqueza económica y las redes personales para acceder a los negocios. Estos eventos podrían acercar a la empresa española a los decisores de los grandes fondos soberanos de inversión singapurenses, *Temasek* y la *GIC*. Por ejemplo, en los eventos en Malasia exclusivos de *Moët Hennessy-Diageo*<sup>2001</sup>, dónde se invita a la alta sociedad, promociones de coñac francés en botellas magnum bastante ostentosas: los brandys de Jerez deberían de mejorar su investigación de mercados, los de altísimo nivel como los de bodegas *Pedro Romero* o similares, aquí hay dinero, y los vinos muy dulces como el *Pedro Ximénez* se

---

<sup>1998</sup> Fuente: entrevista con *Jaime Traspaderne*, Director de Crudo y Petróleo de la División de Trading de *Repsol*, en sus oficinas en Singapur en Orchard Road (19.05.2014, 11.30 h.).

<sup>1999</sup> Fuente: entrevista con *Eduardo Ortega*, Director del Restaurante español *Binomi* de Singapur, en el mismo restaurante en Craig Road (21.05.2014).

<sup>2000</sup> Fuente: entrevista con *Carles Cortadas*, Arquitecto / Director de *Barcelona Capital* en Singapur (25.10.2013, 18.00 pm), en las antiguas Oficinas de *Acció* (Agencia de Promoción del Comercio Exterior de Cataluña) en Anson Road. *Barcelona Capital* es la agencia de sucesores de *Domenech i Muntaner*, el prestigioso estudio de arquitectura catalán, en Singapur.

<sup>2001</sup> Nota: para saber cómo funcionan las promociones en restaurantes para bebidas y productos gourmet, véanse los sitios web de la revista "Time Out", en sus ediciones malasia y singapurenses, en <URL: <http://www.timeoutsingapore.com/>>, <URL: <http://www.timeoutkl.com/>>. El blog "Pure Glutton" ofrece noticias sobre restaurantes bares y promociones en Malasia. P. ej.: ANONIMO, "Hennessy VSOP New Bottle Launch", en el blog *Pure Glutton*, en <URL: <http://pureglutton.com/hennessy-v-s-o-p-new-bottle-launch>>, (accedidos el 28.12.13).

entienden muy adecuados para el gusto local. El "te vi en aquel evento", "saliste en aquella foto" y "nos encontramos de forma informal", son espacios que facilitan el acercamiento a estos decisores, empresarios y políticos de alto nivel chinos, donde la familiaridad y las relaciones a largo plazo son fundamentales. Sea en una presentación de relojes suizos caro al estilo de *Rolex*, o en la presentación de un nuevo automóvil alemán de alta gama, tipo *BMW*, ser visto en este tipo de eventos es esencial. Aquí habría que tener en cuenta el número de millonarios occidentales, sobre todo anglosajones, que utilizan Singapur como paraíso fiscal, una ciudad que rezuma esencias de súper "Marbella China" a escala asiática. Esto lo comprendió, a la perfección, *Agatha Ruiz de la Prada* en el evento "A taste of Madrid", donde se promocionó la gastronomía; el arte; la moda y la cultura capitalinas, en su sorprendente desfile de moda. Aquí se combinaron productos de delicatessen madrileños con flamenco y moda, y fue un éxito completo en Kuala Lumpur<sup>2002</sup>. En esta presentación de los productos españoles realizada por la Cámara de Comercio de Madrid en el Hotel Hilton de Kuala Lumpur (la Semana de Madrid en Kuala Lumpur, el 1 de abril de 2009) con lo mejor de la alta sociedad de Kuala Lumpur, pudimos ver verdaderas colas delante del venenciador, y aplausos sonados en un espectáculo con barril de Jerez, delicatessen español y flamenco, con pase de modelos no sólo de *Agatha Ruiz de la Prada*; si no de *Angel Schlesser*: la reacción fue extraordinaria, no hemos visto algo así relativo a España en Malasia, durante 7 años en el país. Si los *Spain Bars* con vino de Jerez (*Sherry*) están de moda en Japón, se auguraba un futuro prometedor tanto en Singapur como en Malasia. Una imagen de España festiva, que creemos abre puertas; distinguida, simpática, con productos y atmósfera de calidad, que habría de cultivar a toda costa.

Entre otras grandes empresas británicas con presencia en Singapur y Malasia son la multinacional del agribusiness; higiene, detergentes y cuidado personal *Unilever*<sup>2003</sup>. Esta empresa es el líder indiscutible en el mercado de los helados en Malasia y Singapur, con la marca *Magnum* como estandarte. Con el calor tan horrible y persistente, todo el año, que hace en ambos países, los helados se venden como rosquillas. Sin embargo, todo el helado es de las multinacionales de marcas comerciales, desde *Hagen Daz* a *Magnum*, pasando por *Solero*. Se han visto franquicias tanto en Malasia como en Singapur de helados de calidad, sobre todo italianos, pero nada que se le acerque a las empresas tradicionales valencianas o andaluzas en España para satisfacer a los "foodies" singapurenses: con el consumo tan ávido de estos productos, es posible que existan posibilidades para las franquicias españolas de calidad del estilo de *Turrones Vicens* y *La Jijonenca*. *Nestlé*, la multinacional suiza también tiene gran presencia grandísima presencia tanto en Malasia como en Singapur, lo que pueda suscitar la competencia de empresas españolas. *Nestlé* y *Unilever* compiten en los mercados de producción de alimentos de consumo masivo. Para muestra un botón: p. ej., grandes empresas españolas, como *Gallina Blanca*, fabricante de la marca comercial *Avecrem*, podrían competir perfectamente con *Unilever* que vende la marca *Knorr* en el mercado enorme de pastillas de caldo y sopas de sobre (de una calidad pésima en Asia), ya que los "*Maggie me noodles*" son el estándar de las sopas de bote con tallarines que consumen ávidamente malasios y singapurenses (*Maggie* son las pastillas de caldo del grupo *Nestlé*). Otro ejemplo, oportunidad clara para las distribuidoras españolas, es el café de lujo de excelente calidad y bajo precio como la española *Catunambú*. Las empresas multinacionales como *Kraft* ya habrían comprado a *Café Saimaza*, y la misma *Nestlé* habría comprado *Cafés la*

---

<sup>2002</sup> LU, ELAINE, "A taste of Madrid", edición online del diario económico *The Edge*, Kuala Lumpur, Malasia, 01.4.13, disponible en < <http://www.theedgemaalaysia.com/lifestyle/3206-taste-of-madrid.html> >, (accedido el 28.12.13)

<sup>2003</sup> Fuente: Lista de marcas comerciales de *Nestlé* y *Unilever* de Malasia y Singapur, disponibles en sus sitios web corporativas. Entre otras marcas conocidas, *Unilever* comercializa: té *Lipton*; CIF lavavajillas; jabón Lu y el helado *Ben Jerry's*. Aparte de *Nescafé* y *Maggi*, *Nestlé* es líder en alimentos de desayuno, desde cereales a alimentos para niños.

*Estrella*, lo que pueda explicar la caída de la calidad del café que se consume en España fuera del canal HORECA. Parece mentira que esta oportunidad de exportar café americano de lujo a Asia a través de distribuidoras españolas, como hacen las empresas italianas como *Illy*, *Lavazza* o *Segafredo*, haya pasado desapercibida: la partida 07 en la Tabla 71 (epígrafe III.1.2) dónde Italia supera a España 7 veces y Francia 23 veces. El estándar de lo que se llama al café para consumo masivo a bajo precio en Malasia y Singapur, es el *Nescafé* que pertenece a *Nestlé*, un negocio en el que las empresas españolas tienen gran experiencia y se entiende como una oportunidad perdida: el precio de todo café empaquetado que no sea *Nescafé*, se pone por las nubes tanto en Malasia como en Singapur. Como en casi todo producto de calidad en el sector, las debilidades del sector español lo son en Marketing, está clarísimo: desde los botes a los diseños de los paquetes atractivos y vistosos, pasando por la intensa promoción en el canal HORECA. Los italianos, desde siempre, nos batan en mercados que debería de tener futuro para España, aunque tampoco sea país productor.

No existe imagen país para el sector del queso y las exportaciones españolas son ridículas: el queso<sup>2004</sup>, como en Taiwán, es un producto europeo gourmet consumido por personas con niveles educativos medio altos, habituados a la cocina internacional, un mercado bastante maduro donde la calidad, cantidad y la variedad del producto español (100 tipos<sup>2005</sup>) podría tener un hueco, con unas repercusiones evidentes a nivel de marca país. El queso natural gourmet es sinónimo de francés e italiano, con el que se confunde la minúscula exportación española. Estratégicamente, el queso azul sería el mercado donde se debería de actuar tanto en Singapur como en Malasia, pues existe cierta tradición de importación de queso, generalmente danés: existen verdaderos fans del *Cabrales* entre los chefs en Malasia<sup>2006</sup>. Nuestra opinión es distinta, son los blandos y cremosos, donde habría que poner el énfasis, aunque existan nichos, como el cabrales en el "*azul*" o asimilables, donde habría futuro, pero por el canal *HORECA* de alto nivel. Los mercados con más tamaño son los de quesos procesados como en toda Asia (se usa para pizzas y pastas muy frecuentemente), y las importaciones lo son de origen australiano y neozelandés. El queso español es estupendo en comparación con el grueso de lo que exporta la competencia europea o de Oceanía, bastante mediocre y/o caro. Otra vez incidir en los problemas de conservación; almacenamiento, y "savoir faire" sobre presentación, degustación y promoción in situ más relaciones con el importador como en Taiwán: la comida estropeada es algo frecuente tanto en los supermercados malasios como en muchos singapurenses. En Singapur y en Malasia, se hicieron estudios de mercado para zumos de frutas españoles, que por su gran calidad, clima y buen precio frente a la competencia local, australiana y americana, deberían de tener grandes oportunidades: la partida 20 en las tablas 71 y 76 de preparados de legumbres, frutas y hortalizas, registra unos volúmenes minúsculos. El calor insufrible y la presencia de marcas anglosajonas de alto precio y no muy buena calidad, nos dan la pista. La exportación italiana destaca frente a la francesa, vemos que la estética: los botes, más bonitos o más pequeños o más delicados, como los de la Marca de zumos *Granini* italiana de dos tamaños, frente a la *Pascual* española. El grafismo; el diseño; la cajita, aquí en agroalimentario importado de alto precio, todo es la presentación como demuestra la plétora de chocolates; dulces, y snacks, de todo tipo, algo importantísimo, por la calidad de los frutos secos españoles. Las pautas las dicta el mercado

---

<sup>2004</sup> BERGANTINOS MAGAÑA, AURORA, "El mercado del queso en Singapur ", nota informativa supervisada por la Oficina Comercial de España en Singapur, Instituto Español de Comercio Exterior, 24 páginas, 2011, pp. 17-19.

<sup>2005</sup> Fuente: Página Web de Turespaña, reportaje sobre los quesos de España disponible en < URL: [http://www.spain.info/es/reportajes/quesos\\_de\\_espana\\_en\\_la\\_variedad\\_esta\\_el\\_gusto.html](http://www.spain.info/es/reportajes/quesos_de_espana_en_la_variedad_esta_el_gusto.html) >, (accedida el 14.12.13)

<sup>2006</sup> Fuente: Conversación con los chefs del Hotel Intercontinental de Kuala Lumpur (5 estrellas) interesados en queso de Cabrales (06.09.09), a cualquier precio. Se contactó con una empresa asturiana y se acabó escuchando la gaita en una celebración rural, todavía no se tienen noticias algunas: las PYMEs no toman riesgos con mercados "extraños".

anglosajón para estos nichos, dónde se venden muchos productos ingleses, en muchos casos de peor calidad que los españoles, con empaquetado parecido y marcas comerciales conocidas a nivel internacional en este mercado más que marquista.

Vemos mucho futuro en alimentos infantiles, y en todo tipo de verduras preparadas para cocinar, así como en todos los vegetales enlatados de alta calidad precio en España. En esta parte de Asia el público se pasa el día comiendo dulces, luego la partida 17 de azúcares y productos de confitería es muy prometedora. Sin embargo, también pueda haber oportunidades en la 19, de preparados de cereales, harina, almidón y otros: Las galletas *Gullón* ya se comercializan en ambos países, y estos productos, siempre con atención a la marca y el empaquetado, deberían de tener salida, aquí y en todos los países de la Diáspora China. El producto español, desde el turrón de calidad suprema hasta los zumos de frutas *Pascual* es completamente desconocido. Por la mala calidad de la bollería, a ambos lados de la frontera; el alto nivel de importaciones y la presencia masiva de productos "B" en forma de chocolatinas u otros dulces y pasteles de multinacional, entendemos que este es un sector que pueda ser de gran interés para la implantación. Una planta en Malasia para servir a Malasia y Singapur, para multinacionales con gran presencia en España como puedan ser *Bimbo* y similares (partida 17). Las mermeladas o la miel (partida 04) son caras y malas, y creemos que hay producto reimportado de origen español de excelente calidad y competitividad (se importa alemán o francés). Es interesante cualquier producto que tenga fruta: parece increíble que se importe fruta (partida 08 en la tabla 71); hortalizas (partida 07) o yogur de alta calidad a precios altísimos desde Australia o Nueva Zelanda<sup>2007</sup>, y que no llegue más producto español, de calidad, que tiene una presencia minúscula. El yogurt que fabrica masivamente *Dutch Lady* (de la multinacional holandesa *Friesland Campina*) y *Nestlé* en Malasia (en las miles de tiendas japonesas de la multinacional *Seven Eleven*) es caro y malo, y la importación de yogurt de calidad, carísima, es generalmente australiana va en ascenso, con el producto francés en segundo lugar pero en receso: una fábrica de yogures o similares, al estilo de las plantas de la gran empresa *Pascual* en Malasia, podría ser una opción a considerar, como el de las galletas de la gran empresa española *Gullón* del *Grupo Siro*, en su alianza con *Mercadona*, cuyos productos se dejan ver en los supermercados de lujo de ambos países (estos son países donde se consumen ávidamente productos de bollería y panadería).

Las franquicias norteamericanas dominan el mercado malasio singapurense con una presencia inusitada<sup>2008</sup>, lo que sugiere grandes oportunidades para las españolas por variedad, diferenciación y novelería. Sin embargo las británicas tienen gran presencia en los grandes almacenes; el textil y los bienes de consumo suntuario y del hogar. Al ser las que marcan las tendencias, es bueno seguir sus pautas de gestión y Marketing Mix. Si bien la presencia de las franquicias españolas de moda en Singapur ya es abundante, las de hostelería brillan por su ausencia, y estos son países obsesionado por la comida. Por la buena calidad-precio y la creciente popularidad de la gastronomía española<sup>2009</sup>, se perciben grandes oportunidades para las cadenas españolas de restauración rápida con productos económicos: tipo baguettes de *Pans & Company* o mejor, pinchos al estilo

---

<sup>2007</sup> Véase el epígrafe II.2.5 sobre el sector agroalimentario australiano y neozelandés en Singapur y Malasia.

<sup>2008</sup> Véanse los epígrafes II.1.3 y II.2.1, sobre relaciones económicas con EEUU y Reino Unido, respectivamente.

<sup>2009</sup> GINES, C y MANSO, C, "La vuelta al mundo de las franquicias españolas: cinco ejemplos de éxito", en la sección de Economía, diario *ABC* (Madrid, 02.06.2015), en <URL: <http://www.abc.es/economia/20150531/abci-internacionalizacion-franquicias-espanolas-201505291758.html>>, (accedido el 18.08.2015).

vasco de *Tabernas Lizarrán*<sup>2010</sup>, así como todo tipo de franquicias relativas al consumo de alimentos españoles con personalidad española o de consumo rápido, y a poder ser algo de distinción. Malasia y Singapur están plagados de establecimientos americanos *McDonalds*; *Starbucks*; *Subway*, *KFC* y *Burguer King*, así como una variedad de franquicias de todo tipo de países asiáticos (Japón y Taiwán) y Australia relativos a comida rápida, desde pastelerías francesas a sushi económico o tacos mejicanos. Vale la pena tener en cuenta cuales son las últimas franquicias americanas instaladas en la región (2011), que ya han educado a los consumidores malasio singapurenses en sus productos y dominan el mercado: *Tully's* (cafeterías orientadas al público familiar, compite con *Starbucks*, diferenciando su Marketing Mix), *Quiznos* (lo mismo, en sándwiches, compitiendo con *Subway*); *Popeyes Chicken* (compite con *KFC* en el pollo frito como comida rápida); *Cold Stone Creamery*, y *Garrett Popcorn* (helados y palomitas). Como en los casos anteriores consiste en diferenciar la oferta ofreciendo el mismo producto o servicio que una marca americana establecida en el mercado, aspecto de importancia clave para el franquiciador español: la educación del consumidor sobre las ventajas de la marca y el servicio es fundamental. Se nos ocurre, *top of the head*, el "*Chorizo King*" (algo sustancial, con especias, parecido a las salchichas al estilo inglés que consumen masivamente los chinos de los Estrechos) en Singapur, o el "*Tortilla Donalds*", ya que comprobamos les encanta la tortilla de patata y el pan con tumaca con aceite fresco o el pollo al ajillo, lo frito, lo "*chao chao*". Desde luego no se nos ocurre el café con churros de la *Chocolatería San Ginés*<sup>2011</sup>, que ha sido un desastre en la RP China: habría que hacer estudios serios de producto y adaptación a los gustos asiáticos por segmentos étnicos antes de comercializarlos.

Singapur es la meca del *shopping* (irse de compras) a escala regional del Sudeste Asiático, hay de todo (como en Malasia) en enormes centros comerciales, se replican las pautas del Este Asiático: marquismo; el shopping es un pasatiempo nacional y el clima calurosísimo así como las lluvias torrenciales día sí, día no, atraen al consumidor a los grandes centros comerciales con aire acondicionado (esto último sólo en Malasia y Singapur y en Hong Kong y Taiwán en verano). En Singapur hay que tener presencia, se quiera o no, se gane dinero o no. En la Diáspora China habría que recalar en *Hong Kong* o en *Kuala Lumpur* para encontrar centros comerciales de tamaño enorme "*parecido*". Aquí aparecen el "*Efecto Zara*" y los problemas de asociación a la marca país en la expansión global del grupo Inditex o la del Grupo Cortefiel: Las marcas *Massimo Dutti*, son percibidas como "*italianas*", y *Springfield* o *Pull & Bear*, percibidas como "*americanas*" (aunque mucha gente sabría que *Zara* es española, si se sabe algo de España en esa parte de Asia lo sería en Singapur<sup>2012</sup>). En este mercado tan marquista, y el malasio es un calco del singapurenses, tanto *Zara* como *Mango*, como *Massimo Dutti* como *Springfield* tienen imagen de marca extranjera, barata pero extranjera. Aunque las multinacionales españolas importan mercancías de sus plantas asiáticas de textil, lo que no se refleja en la balanza de pagos, sorprende que haya partidas cómo la de calzado en las que Italia y Francia exporten 8 veces más que España

---

<sup>2010</sup> Véase la página Web de la Franquicia, *Pans and Company*, en <URL: <http://www.pansandcompany.com/en/>>. Esta empresa ha dejado de identificarse con lo Mediterráneo, y no con lo español, y deja de vender baguettes de chorizo y jamón, lo que entendemos como error en estos mercados asiáticos, donde lo español sería exótico.

<sup>2011</sup> ALMADA, ZIGOR, "China no es país para churros. La madrileña San Ginés cierra las dos churrerías que había abierto en Shanghái hace dos años", Shanghai, *El País* (Madrid, 08.08.2014). En Shanghai hay chocolates, churros y buñuelos de todo tipo a precios bastante económicos, lo primero que se tendría que haber estudiado los gustos; productos sustitutivos y de propensión al consumo (precio, producto). Es probable que hubieran acertado en Singapur. A toro pasado, toda crítica es baladía, no obstante ni Shanghái es el mercado más afluente, ni el más cosmopolita entre los chinos continentales.

<sup>2012</sup> Fuente: Entrevista con *Lisbeth Morales*, Directora de Tienda de *Bimba y Lola*, en Singapur en el centro comercial de Orchard Turn (22.05.2014, 14.00), y entrevista con *José María López Arenas*, Vice Presidente de Coberturas Globales de BBVA, en sus oficinas en Singapur (15.07.2013).

(partida 61 en la Tabla 71). Existe, no obstante, una buena representación de las marcas españolas más importantes en los estantes singapurenses. Creemos que en las líneas de zapatos tipo *Camper* o *El Naturalista*, deportivas, desenfadadas e incluso "*primitivas*", vistas desde la óptica japonesa y coreana, tienen futuro en Singapur. También creemos pueda haber futuro en calzado español de lujo, como el de la Marca *Farrutx* y todos los productos de la marca *Loewe* (ahora bajo el paraguas de *LVMH*, el grupo francés, pero fabricadas en España), entrevistados para este estudio.

El sector del delicatessen tiene como complementario al sector de maquinaria y equipamientos de hoteles y hostelería español<sup>2013</sup>, muy competitivo dado el papel del turismo en la economía singapurenses, en torno al cual se han identificado grandes posibilidades para la exportación y la imagen sector-país para España, relacionadas con el diferencial con España, por la baja productividad; calidad, mala gestión y formación relativa de la mano de obra para el sector de hostelería y servicios y distribución comerciales<sup>2014</sup> malasio singapurenses, especialmente la emigrante. El modelo de distribución vía franquicia resolvería bastantes de estos problemas, puesto que el franquiciador estará al cargo de la formación, del Marketing y de la calidad del servicio o producto ofrecido, lo que sin duda mejora los resultados en los dos países. La agencia SPRING del Gobierno de Singapur, favorece la implantación y el establecimiento de empresas de gestión centrales de franquicias con competencias para todos los países de la ASEAN en Singapur (Tailandia; Malasia, Vietnam e Indonesia, destinos fundamentales de la inversión de las franquicias globales en la región). De esta forma pretenden asegurarse el liderazgo regional en un "*savoir faire*" o "*know how*", generalmente importado, y favorecer la asunción de las ideas y técnicas de Marketing u organizativas más avanzadas por los inversores chinos, realzando el papel de "escaparate" comercial en Asia que tiene Singapur por su rol de redistribución de mercancías a escala asiática. Además, las empresas occidentales se sentirían cómodas con la gran *Seguridad Jurídica* que ofrece Singapur en términos de la propiedad intelectual e industrial<sup>2015</sup>, lo que favorece comercializar productos que incorporen diseño y calidad, así como la propiedad intelectual e industrial de los máster franquicia, en este puerto franco con alcance logístico global y un enorme sector turístico, que en otros países en desarrollo de la región I. Por poner en ejemplo, muchos australianos se sienten "*como en casa*" en Singapur.

Las franquicias de moda españolas que sólo eran cuatro en 2005 (*Zara; Mango; Women's Secret* y *Camper*), se han expandido grandemente, y la moda española está teniendo bastante éxito, aunque nuestra presencia sigue siendo menor que la competencia europea y japonesa. De cualquier modo, aquí la "moda rápida" al estilo español, la rotación rápida de diseños en escaparate muy popular en Japón, le daría una ventaja competitiva al producto español: no da tiempo a que las empresas chinas copien los diseños y los vendan a menor precio. Se trataría de diseños seriados, en pequeñas series exclusivas. Exceptuando *Zara* y sólo en algunos casos, los singapurenses no saben que se trata de franquicias españolas, lo que tiene un impacto clave en la imagen país de España. Singapur es el país con más franquicias del grupo Inditex por habitante en toda Asia: *Zara; Springfield; Pull & Bear; Berksha*, y otras, por su función de "escaparate" y centro turístico y de re

---

<sup>2013</sup> GUTIÉRREZ CLARA, et al., "FHA, Food and Hotel Asia, 2012", Informe de la feria supervisado por la Oficina Comercial de España en Singapur, Instituto de Comercio Exterior, 2012, 31 páginas, pp. 18-20.

<sup>2014</sup> Nota: estas oportunidades se han identificado en los epígrafes I.3.3 (economía de Singapur) y II.1.8 (comercio de servicios).

<sup>2015</sup> SASTRE, AINA, "El mercado de las franquicias en Singapur", nota informativa supervisada por la Oficina Comercial de España en Singapur, 2005, páginas, pp. 5, 25-26 y 27-31.

exportación regional, lógicamente seguida por Hong Kong, por las mismas razones para la RP China (Tabla 99, más adelante). Singapur tiene un peso específico en el Sudeste Asiático muy por encima de su tamaño, y dados los procesos de deslocalización del textil a países de bajo costo de fabricación, el impacto en las exportaciones españolas a Singapur de estos sectores pueda ser más grande que el reflejado en la balanza comercial, con una cifra respetable de más de 33 millones de euros y con mayor competitividad que franceses e italianos (Tabla 71, epígrafe III.1.2, partida 62). Tras la catástrofe del incendio de *Rana Plaza* en Bangladesh, cuando se aireó el nombre de *Inditex* entre otros grupos internacionales del textil<sup>2016</sup> por las malas condiciones experimentadas por los trabajadores bangladesíes, Inditex habría puesto en marcha auditorías y sistemas de control para evitar que esta situación se repitiera (2012), lo que pueda haber tenido algún impacto marginal en la imagen del sector textil y la empresa. Asia es la región donde Inditex tiene más proveedores surten al grupo (1348 a escala global y más de 400 en Europa), y donde paga menos impuestos. Como en los demás mercados considerados para la marca España, la expansión asiática del grupo Inditex responde a su estrategia corporativa: los mercados más grandes (PIB) son los que tienen más tiendas (China, Japón y Corea), y cuanto más mayor afluencia más tiendas por habitantes (primero Singapur, después Hong Kong). Es decir, la presencia en el Sudeste Asiático del grupo es relativamente limitada, y el grueso de sus actividades se centran en el Este de Asia: China (5552 empleados); Hong Kong (1078); Japón (2865); Corea (969); Taiwán (440)<sup>2017</sup>. En China se abrieron más de 120 tiendas en 2012; en Corea 13 y en Japón 12. Esto se corresponde con la mayor atracción de la exportación española a los mercados del Este de Asia, datos considerados en las tablas del epígrafe III.1.1, frente a los del Sudeste Asiático.

Con relación al estudio de campo realizado en Singapur, los datos cualitativos registrados en preguntas gradadas cuantificables, determinan una imagen país de España en este país bastante mediocre, algo más que "aprobado" en una comparación con las calificaciones académicas. Esto se puede observar en las respuestas organizadas por preguntas (A, B, C y D.1) en el cuestionario, cuyos resultados pasamos a comentar (en Tabla 97 y Tabla 98):

Pregunta A: "*¿Cómo calificaría de 1 (10%) a 10 (100%) la "Marca España" entre los hombres de negocios de Singapur?*" La media de las respuestas es de un 56.11 %: un aprobado raspado que no llega a bien, que posiblemente apunte a la percepción de país sin "*atributos duros*", atendiendo al análisis realizado de los resultados del modelo *Country Rep Trak*. Esto se corresponde con la estructura de las exportaciones españolas a Singapur, con un contenido tecnológico "medio-bajo" (MB) bastante menos intenso en tecnología que el de nuestro patrón global de exportaciones de contenido "medio-alto" (MA), analizado en el capítulo III. A nivel de exportaciones, el patrón se replica en Malasia, dónde la reputación y el desconocimiento de España son mucho menores<sup>2018</sup>.

Pregunta B: "*Califique la imagen de España en Singapur de 1 (10%) a 10 (100%)*"

La media de las respuestas sobre la imagen de España es de un 58.89%, curiosamente muy próxima a las valoraciones para diferentes atributos de la marca España obtenida en el índice *Pulse* del *Country Rep Trak* obtenido con métodos mucho más complejos y costosos. Suponemos que estando los singapurenses mejor informados de España que la mayor parte de los asiáticos, que está responde a la percepción de atributos blandos, aunque sigue lastrada, en menor medida que en Malasia, por los estereotipos de fiesta; gastronomía; turismo; deportes; toros y flamenco. Deporte; gastronomía, turismo y fiesta destacarían. Sin embargo, somos conscientes de que dados los niveles de afluencia y educación en Singapur, mayores que los de Malasia, muchos

<sup>2016</sup> BUTLER, SARAH y HAMMADI, SAAD, "Rana Plaza factory disaster: victims still waiting for compensation", Dhaka, Bangladesh, edición online de *The Guardian* (Londres, 23.10.2013), (accedido el 15.07.2015).

en < URL: <http://www.theguardian.com/world/2013/oct/23/rana-plaza-factory-disaster-compensation-bangladesh>>.

<sup>2017</sup> ANONIMO, "Inditex Anual Report, 2012", editado por el Departamento de Relaciones Institucionales Corporativas de la empresa INDITEX, La Coruña, 2013, páginas, pp. 71; 104; 140, 298-299.

<sup>2018</sup> Véanse los resultados del estudio de campo sobre Malasia, en el epígrafe siguiente, el IV.3.

más singapurenses con relación a la población total han viajado a Europa y a España, y tienen imágenes mejor formadas de España que en Malasia.

Pregunta C: "*¿Cree que los singapurenses están bien informados o no están bien informados sobre España, donde 1 (10%) quiere decir que no están bien informados y 10 (100%) que están muy bien informados?*"

La media de las respuestas es de un 45%, ni las empresas ni los ciudadanos de Singapur conocerían bien las posibilidades que ofrece España, lo que es de sumo intereses para los sectores españoles de exportación, e indicador de oportunidades para la empresa española en Singapur. El conocimiento es mejor que en Malasia, pero es insuficiente.

Pregunta D.1: "*¿Cree que hay una imagen (D.I.1) intensa ó (D.I.2) regular ó (D.I.3) no existe imagen país de España en Singapur?*". La puntuación es: "1" para intensa, "2" para regular, "3", para no existe. La media es un 1.89, en una escala de 1 a 3, lo que sugiere una imagen de intensidad regular, tendiendo a insuficiente. En suma, el resultado sugiere que existiría un gran camino por recorrer para promover la imagen país.

Tabla 97  
**Ocupaciones de los componentes de la muestra en el estudio de campo sobre Singapur**

	Malasia	Singapur	Cod. ocupación
Representantes de empresas españolas en la región (directores y comerciales)	5	13	Rep
Expertos españoles trabajando en Malasia y Singapur (ingenieros y arquitectos)	5	0	Exp
Representantes de empresas malasio-singapurenses de origen asiático	5	0	Rep mal-sin
Académicos y periodistas españoles en Malasia y Singapur:	1	1	Acad esp
Académicos y periodistas extranjeros en Malasia y Singapur	1	1	Acad ext
Representantes de instituciones de promoción españolas en Malasia y Singapur	0	3	Promo
Diplomáticos	1	0	Diplo
Fuente: Elaboración propia en base a rondas de entrevistas y encuestas en Malasia y Singapur de 2010 a 2015.			



Tabla 98

Resultados de del estudio de campo sobre la imagen de España en Singapur

Entrevista	Preguntas					
n°	A	B	C	D.1	Ocupación	Dif B-A
1	40	20	10	2	Rep	-20
2	80	80	70	2	Rep	0
3	50	70	60	2	Rep	20
4	50	70	70	2	Rep	20
5	70	80	70	1	Rep	10
6	30	50	10	1	Rep	20
7	60	70	30	2	Rep	10
8	70	80	50	2	Rep	10
9	70	50	60	1	Rep	-20
10	40	40	20	3	Acad Ext	0
11	60	80	20	2	Rep	20
12	60	60	70	2	Acad Esp	0
13	50	50	40	2	Rep	0
14	70	70	50	2	Rep	0
15	70	70	60	2	Promo	0
16	40	40	40	2	Promo	0
17	80	40	30	2	Promo	-40
18	20	40	50	2	Acad Esp	20
	Med	Med	Med	Med		Media
	<b>56.11</b>	<b>58.89</b>	<b>45.00</b>	<b>1.89</b>		<b>2.78</b>
	VARM	VARM	VARM	VARM		
	<b>279.32</b>	<b>309.88</b>	<b>413.89</b>	<b>0.21</b>		
	DSTM	DSTM	DSTM	DSTM		
	16.71	17.60	20.34	0.46		

Fuente: Elaboración propia en base a estudio de campo en Singapur y encuestas (2010-2015)

Tabla 99  
Tiendas del Grupo Inditex en el Este y Sudeste Asiático, el "Efecto Zara"

Cadena/País	Singapur	Malasia	Tailandia	Indonesia	Filipinas	Hong Kong	Japón	China	Corea	Taiwán
<i>Zara</i>	8	9	8	12	6	10	89	149	40	6
<i>Zara Kids</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<i>Pull &amp; Bear</i>	4	2	2	9	-	3	-	60	5	-
<i>Massimo Dutti</i>	4	5	2	4	3	5	-	50	5	1
<i>Bershka</i>	4	4	2	5	2	4	13	61	5	-
<i>Stradivarius</i>	3	2	3	10	3	2	-	64	4	-
<i>Oysho</i>	-	-	-	-	-	-	-	39	-	-
<i>Zara Home</i>	-	-	1	1	-	1	2	17	-	-
<i>Uterqüe</i>	-	-	-	-	-	1	-	2	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>23</b>	<b>20</b>	<b>18</b>	<b>41</b>	<b>14</b>	<b>26</b>	<b>104</b>	<b>442</b>	<b>59</b>	<b>7</b>
<b>Población</b>	5,460,000	29,398,692	67,448,120	251,160,124	105,720,644	7,182,724	127,253,075	1,349,585,838	24,720,407	23,229,716
<b>Hab. X tienda</b>	<b>237,391</b>	1,469,935	<b>3,747,118</b>	<b>6,125,857</b>	<b>7,551,475</b>	<b>276,259</b>	1,223,587	3,053,362	<b>418,990</b>	<b>3,318,531</b>
<b>PIB per capita PPP</b>	60,000	16,800	9,500	4,900	4,400	50,900	35,900	9,100	31,900	38,400
<b>PIB (000´)</b>	323,000,000	494,700,000	645,200,000	1,204,000,000	419,600,000	365,600,000	4,576,000,000	12,260,000,000	1,598,000,000	894,300,000
<b>Ranking PIB percap</b>	7	79	120	159	166	13	36	122	42	28
<b>Ranking PIB</b>	40	30	25	16	32	36	5	3	13	20
Fuente: Cálculos propios en base al CIA Factbook y el sitio web de Inditex, 2013										

Aunque se trataba de una muestra muy reducida, no aleatoria y no representativa, y existe gran variabilidad en las respuestas, lo que se refleja en las desviaciones típicas en la Tabla 98 (especialmente para la pregunta D.1): Sólo tres de las 18 respuestas de la D.1 apuntan a una imagen país intensa, y sólo una apunta a una imagen país inexistente, las 17 restantes apuntan a una imagen de intensidad media. De las 72 puntuaciones, solo 5 fueron de "notable alto" (80%) y una de imagen intensa "3". Puntuaciones a la que superan las 4 de "insuficiente" (40%), y las 4 de "muy deficiente" ("20"), y no se registra un solo "sobresaliente" (90% o 100%). La media de las puntuaciones de la imagen entre los hombres de negocios, mediocre (56.11%), recibe una puntuación un 10% mayor que la pregunta sobre si los singapurenses están bien informados sobre España, que sólo recibe una puntuación del 45%: lo que pueda sugerir la conveniencia de intensificar acciones de promoción a nivel de empresa de los atributos "duros" de la imagen de España (nos conocen "insuficiente", pero nos consideran "bien"). La media de las puntuaciones sobre la imagen país, casi "bien" raspado (58.89%) en Singapur, es próxima a los resultados, alcanzados con técnicas mucho más complejas en el índice "Pulse" del *Country Rep Trak*, en 2012 dónde los países del G8 otorgan a España una puntuación del 63.4%.

## 2. La imagen de España en Malasia

Según *Antonio García Rebollar*<sup>2019</sup>, ex consejero de la Oficina Económica y Comercial de España en Malasia en 2005, la imagen de España en Malasia sería buena. En el mundo de los negocios los elementos que definirían la imagen de España serían los equipos de fútbol y de otros deportes (tenis, golf, Fórmula 1), pasando por las tiendas de moda (*Zara* y *Mango*), así como los buenos restaurantes de cocina española y terminando con el flamenco. Los empresarios malasios nos ubicarían "*perfectamente*" en Europa, y tendrían la impresión de que nuestros productos habrían alcanzado calidades altas con precios razonables. Si esto fuera verdad, perder el Mundial de Fútbol de 2012 no habría asestado un golpe tremendo a la imagen de España en el país. Desde luego, España perdió *karma*, en un país donde la influencia histórica de las culturas de la India es bastante más intensa que en Singapur, dado el mayor peso combinado de las poblaciones de etnia india y malaya frente a la china. Esto se complementa (¿o contradice?) con un informe posterior de la misma Oficina Comercial de España se supone supervisado por el Sr *García Rebollar*, sobre el sector más importante de la industria malasia (Electrónica y Componentes), en el que se indica que muchos malasios no tendrían una idea definida de España, saben que está en Europa (a veces), pero no saben situarla en el mapa<sup>2020</sup>, que es una postura más próxima a la mantenida en este estudio. Siempre según *García Rebollar*, se habrían recibido quejas por el escaso interés que los empresarios españoles habrían mostrado por el mercado malasio: algo frecuente en los informes escritos por su Analista de Mercado chino en la Oficina Comercial de España, el Sr. Alex Foo, desde 1997, para una

<sup>2019</sup> MARTÍN, SERGIO, "Experiencias de Internacionalización: Entrevista con Antonio García Rebollar, Consejero Comercial de España en Malasia", Barcelona, Casa Asia, Carta de Asia-Economía nº 141/ 2 de septiembre de 2005, 3 páginas.

<sup>2020</sup> GOMEZ ARRONES, MANUEL FELICIANO "Industria de productos y componentes electrónicos en Malasia", estudio supervisado por la Oficina Comercial de España en Malasia, Instituto Español de Comercio Exterior, 55 páginas, 2011, p. 21: "*España no ha sido, ni es actualmente, un origen importante de las importaciones Malasias. No existe una imagen definida sobre nuestro país: se reconoce al país como europeo (a veces) pero no se sabe situarlo en el mapa. Los tópicos del fútbol, el tenis y otros deportes son conocidos a nivel de la calle, pero rara vez sale a relucir la situación de España como importante protagonista a nivel mundial en el sector de las energías renovables, las infraestructuras o la moda. Existe un desequilibrio en la balanza comercial entre ambos países, nuestras importaciones triplican nuestras exportaciones (aunque, en cualquier caso, representan una cifra muy modesta de las importaciones totales españolas, alrededor de un 0,3%).*"

variedad de sectores<sup>2021</sup>. La imagen de España cuando existe, habría sido en general buena o muy buena, y los malasio (aquellos que se relacionan con los Consejeros Comerciales, se supone) mostrarían frecuentemente una curiosidad genuina por lo español (¿desconocimiento?). Lógicamente, el Sr. García, en una línea diplomática, bastante positiva sobre la imagen de España en Malasia, precisa:

*"Pero no es menos cierto que nuestro país es todavía un gran desconocido para la mayoría de la población prevaleciendo los clichés futbolístico, taurino y en algún caso folclórico sobre los elementos histórico culturales, políticos, socioeconómicos y por supuesto empresariales."*

En la misma línea, en declaraciones que entendemos posiblemente exageradas, dada la pequeña participación española en el comercio exterior de Malasia, que ronda del 0.03 del PIB y el 0.15 de las exportaciones totales españolas<sup>2022</sup>:

*"Ya contamos con productos que han consolidado una buena imagen en Malasia como productos gourmet, moda, electrodomésticos, máquina herramienta o material de defensa, al margen lógicamente del muy apreciado producto turístico "España". Sin embargo, todavía queda una parte considerable de imagen por construir como suministrador de alta tecnología, servicios de valor añadido y algunos productos característicos de nuestra exportación como alimentos frescos o automóviles".*

Si bien el señor García Rebollar explicita prácticamente todos los sectores de exportación española significativos a efectos de la visibilidad de España y las exportaciones habrían crecido grandemente en los últimos cinco años, en torno al 114%<sup>2023</sup>, Jaime Montalvo, predecesor del Sr. García, tiene una opinión ligeramente distinta la realidad de lo que fuera la imagen de España en Malasia<sup>2024</sup>. Montalvo hablaba de *"falta de imagen y presencia en el mercado"*, mentando la misma lista de productos (2004):

*"Hay productos que han consolidado una buena imagen en Malasia como productos gourmet, moda, electrodomésticos, máquina herramienta o material de defensa".... A nivel de importadores, en primer lugar, conviene tener en cuenta que en muchos sectores España carece de imagen país consolidada y que la competencia de empresas locales o extranjeras ya implantadas y conocidas en el mercado es fuerte. En ese sentido, el primer consejo es invertir tiempo y recursos materiales en visitar regularmente el país, identificar los agentes o importadores adecuados, dotarles de medios y apoyo para que promuevan los productos y realizar un esfuerzo de flexibilidad en las condiciones de precio que se ofrecen".*

<sup>2021</sup> Fuente: Experiencia personal como becario en la Oficina Comercial de España en Kuala Lumpur en 1998-1999.

<sup>2022</sup> Véanse las tablas 55, 56 y 57 en el epígrafe III.1.1.

<sup>2023</sup> Véase la tabla 65 en el epígrafe III.1.1.

<sup>2024</sup> MARTÍN, SERGIO, " Experiencias de Internacionalización: Entrevista con Jaime Montalvo, ex Consejero Comercial de España en Malasia", Barcelona, Casa Asia, Carta de Asia-Economía nº 81/ 8 de septiembre de 2004, 4 páginas.

Obviando el problema tangencial que la imagen de España habría tenido, sin responsabilidad alguna de las empresas españolas, por la mala gestión de la comercializadora de la francesa *DCNS* para con la venta de los submarinos *Scorpene* subcontratados a la española *Navantia*<sup>2025</sup>, en el escándalo del mismo nombre (*Scorpene*), cuyas alegaciones alcanzan al mismo Primer Ministro de Malasia en 2014, esta opinión complementa y se reafirma en lo que encontramos en los estudios sobre: el mercado del aceite en Malasia<sup>2026</sup>; el mercado de las aceitunas y encurtidos<sup>2027</sup>, y el mercado del vino (32)<sup>2028</sup> de su misma Oficina Comercial de España. Es decir, que España es un país poco conocido y no tiene la fuerza que otros países europeos occidentales. España, por europeo, pueda haber tenido en 2009 una imagen de país eficiente y competitivo y que esta imagen hubiera mejorado bastante en el tiempo pero, desde luego esto no es tan cierto tras las noticias sobre la crisis económica. La imagen de España, difusa, se relacionaría con el hecho de ser *destino turístico; el futbol, los toros y el flamenco*. Esto a veces podría ir unido a estereotipos como la "*siesta*" y la "*fiesta*". Esto último es algo quizá relacionado con la confusión que crean, desde los canales malayos (musulmanes), algunas telenovelas mejicanas, donde los rasgos raciales de los personajes son bastante más ibéricos que amerindios: mientras no tengamos canal de noticias en inglés público, que refleje la Marca España, seguiremos siendo "*mejicanos*". Los malasios, que no sólo los malayos (musulmanes) malasios, son muy conscientes de los recientes éxitos españoles en futbol y otros deportes en tenis (*Nadal*) y fórmula 1 (*Fernando Alonso*) y sobre todo la proyección de la gastronomía española por sus éxitos recientes: por las tendencias en EEUU y en nuestra opinión, como en Singapur, a través de la televisión. Los chinos malasio-singaporenses generalmente hablan de tres cosas: ganar dinero, la comida y consumir productos que mejoren su estatus social y apariencia, luego la buena cocina pueda ser un buen cauce para la imagen de España. Las "tapas" son todo un éxito, aunque no exista un buen restaurante español en toda Malasia a la hora de escribir estas líneas<sup>2029</sup> (oportunidad de reputación importantísima, aunque hubiera que subvencionarlo). Lo más parecido a lo español en términos de visibilidad (hay otros españoles que trabajan bastante mejor como *Como Bar o El Cerdo*) es la cadena "*La Bodega*" con varios establecimientos, de propiedad británica, que ofrece algunos platos y tapas españolas, utilizada por *Torres* para distribuir sus productos de vino y brandys, en cuyo concepto y formación tuvo que ver el doctorando en 1998. En los canales *Asian Food Channel* o el *BBC Lifestyle*, donde aparece algún chef español (que pudieran hablar inglés sería fantástico para la imagen de España en canales de cocina española) y bastantes viajeros anglosajones, con peor o mejor idea de España, cocinando, comiendo y bebiendo en España.

En el programa más popular en los canales de cocina sobre España en Malasia, la actriz americana *Gwyneth Paltrow*, que habla español bastante bien, conduce por España con amigos y entrevista a chefs españoles, pero esto no es la norma: españoles hablando en inglés, esto sería estupendo para un futuro canal

<sup>2025</sup> Véase el epígrafe I.2.4, sobre Derechos Humanos e Islam en Malasia.

<sup>2026</sup> DELGADO PÉREZ, BELÉN, "El mercado del aceite en Malasia", nota informativa supervisada por la Oficina Comercial de España en Malasia, Instituto Español de Comercio Exterior, 24 páginas, 2012, pp. 5, 9 y 15.

<sup>2027</sup> GARCIA-PAPÍ MARTÍNEZ, LUIS, "Estudio de mercado de aceitunas y encurtidos en Malasia", estudio de mercado supervisado por la Oficina Comercial de España en Malasia, Instituto Español de Comercio Exterior, 2009, 103 páginas, pp. 54 y 55.

<sup>2028</sup> IVANOVA BAJOBA, NADIA, "El mercado del vino en Malasia", estudio de mercado supervisado por la Oficina Comercial de España en Malasia, Instituto Español de Comercio Exterior, 53 páginas, 2011, pp. 4-6 y 40-44.

<sup>2029</sup> Fuente: Entrevista con Nicolás Fraile Taboada, ex consultor de negocios de *Price Waterhouse Coopers* en Madrid (2010), ex consultor de formación para *Marcus Evans* en Malasia, empresario de hostelería en Malasia (13.08.13, 17.00 AM), en su restaurante, PISCO. Poco después de acabar este estudio, Nicolás Fraile ha abierto un restaurante español en un club de golf de sobrado prestigio en la capital malasia, el *Como Bar*.

español en inglés por su interés en Asia. Pero esto va en la línea "*mediterránea*", ya que hay programas parecidos sobre Italia y Francia, también muy populares. Se intuía que el impacto del fútbol español es una moda pasajera, relacionado con el Mundial de 2008 y seguir a "*los líderes*" y su karma. Sin embargo, esto es fundamental a largo plazo para la imagen de España, puesto que el canal de fútbol español "*La liga BBVA*" que en las plataformas *Hypp TV* y *Astro*, tiene bastante audiencia. Los malasios son seguidores ávidos de la competencia: el *MAN (Manchester United)* o el *Arsenal* del Reino Unido. Todo el mundo sabía quién era el futbolista *Messi*, probablemente por que aparece en muchos anuncios de televisión. Como en Singapur, los pubs ingleses y similares, carísimos por los altos impuestos sobre el alcohol, se llenan de chinos e indios cuando hay partidos, siendo esta una de las pocas razones para reunirse sin permiso, dadas las leyes estrictas en materia de restricciones del Derecho de Reunión.

El Grupo *Inditex* y sus 20 tiendas en Malasia, habrían facilitado la asociación de las marcas globales del grupo *Inditex*, con calidad y estilo (otra vez, es una pena que poca gente sepa que son españolas). Las exportaciones directas de textil españolas ningunean a las francesas e italianas en el sector textil<sup>2030</sup>, doblan a las italianas y son casi 6 veces las francesas, otra vez el "*Efecto Zara*" y el del Grupo Cortefiel: este es el único sector en el que España, a nivel de imagen, sobresale sobre la competencia. Sin embargo, las exportaciones directas francesas superan 35 veces a las españolas en calzado<sup>2031</sup>: existen pues indicios de oportunidades en todos los países de la Diáspora China considerados (especialmente Hong Kong y Taiwán), por los problemas de Marketing ya considerados. A diferencia de Singapur, habría que tener bastante más cuidado en Malasia a nivel de Propiedad Industrial e Intelectual: si algo se puede copiar, como en China, se piratea. Las pocas restricciones empiezan con la flexibilidad, la capacidad y la rapidez para hacerlo. Francia domina en la partida 33 de perfumería y cosmética, aunque la re exportación vía Singapur es bastante grande: no obstante si hemos visto más cosméticos españoles de bajo precio en los centros comerciales de Kuala Lumpur (*Mid Valley* o *KLCC*), aquí el poder adquisitivo es la mitad que en Singapur. El marketing francés y japonés en materia de cosméticos es más que visible, en todas partes (*L'Oreal*, *Shiseido* y otras marcas de cosmética internacionales). Creemos existen nichos parecidos a los investigados en el epígrafe anterior en Taiwán.

No existe imagen país sector para el aceite español: es " *europeo*", es decir, minoritario y relativamente desconocido, sin embargo la competencia italiana sería acérrima en un sector tradicionalmente dominado por España, aunque el volumen de importación sea muy pequeño. Las pautas de consumo, reflejarían más la preocupación por la salud que el origen del producto. La imagen-sector para el aceite España sería muy buena entre las pocas personas que conocen las marcas españolas, que las relacionarían con la calidad: España es percibido como país de alimentos y vinos saludables, en esta audiencia minoritaria. Este un producto visible en la mayor parte los hipermercados y tiendas gourmet, aunque con ninguna indicación que lo relacione con la marca país (*Borges; Bertolli; Carbonell*) y prestándose a confusión como si la marca fuera italiana o francesa: una oportunidad evidente en Malasia en términos de imagen país. La falta de etiquetas en inglés y la falta de "*Made in Spain*", así como las denominaciones de origen, confunden a un consumidor poco informado. La imagen en Malasia lo es todo, y este, como Singapur, también es un mercado para el "*hiper shopping*": existe

<sup>2030</sup> Véase la partida 62, en la Tabla 76, del epígrafe III.2.1. Fuente, Trademap, 2015, base de datos de comercio exterior de NNUU.

<sup>2031</sup> Véase la partida 64, en la Tabla 76, del epígrafe III.2.1.

cualquier producto, de cualquier país, a cualquier precio. El descuido del merchandising en la exportación española en Asia es un problema que, como se ha visto en otros apartados y países, resta bastantes enteros a los productos de consumo españoles: las botellas no resultan demasiado atractivas y los italianos venden producto en botes pequeños, mejor adornados, como en Japón. El problema del queso es el mismo tanto en Kuala Lumpur como en Hong Kong y Taiwán. Italia domina: las exportaciones españolas de aceite son de tres a cuatro veces menores que las italianas de 2007 a 2011, como en los agroalimentarios en general aflora cierta competitividad frente a italianos y franceses, aunque crecen frente al producto italiano, y el producto español es de bastante mejor calidad<sup>2032</sup>. Consumido generalmente por muchos expatriados y malasio de clase media alta en grandes centros urbanos, es caro, en torno a los 9 euros el litro<sup>2033</sup> para el de oliva virgen, algo más barato que en Singapur, y es consumido minoritariamente en un país con la mitad de renta per cápita de España en términos nominales (en PPP es bastante mayor). En el sector de aceitunas y encurtidos domina el producto español, lo que pueda estar relacionado con las costumbres anglosajonas, sobre todo en cócteles. Al igual que en el aceite, ni el consumidor sabe que compra producto español, ni la procedencia parece ser el determinante de su consumo (habiendo aceitunas en todas partes, cerca de los aceites españoles, asociar la imagen de España con motivos españoles, como hacen italianos, australianos y británicos para encurtidos, lo que crearía un impacto bastante positivo). El envasado poco atractivo de las aceitunas es, definitivamente, un problema para el producto español de este sector que resulta carísimo tanto en Malasia como en Singapur, como para todos los demás.

España también carece de imagen país sector para el vino y se dan las mismas fortalezas y debilidades que en Singapur: los vinos españoles son desconocidos; no se sabe que España produce buenos vinos, y se carecería de promoción institucional o privada, pero si se sabe que los franceses o australianos son buenos: el vino español sólo representa el 4% de las importaciones malasio. Las exportaciones suben de forma espectacular en 2011, un 154%, como ya vaticinó el doctorando en 1998 como becario en la misma Oficina Comercial, y se le reprendió con un: *"el vino en un país musulmán, un imposible"*. También ha subido la exportación cerdo casi un 14% en cuatro años<sup>2034</sup>, otra cosa que también era según la Oficina Comercial, *"imposibilísima"*, lo que informa de la falta de sintonía de nuestros altos funcionarios españoles en Asia con las grandes posibilidades para la exportación española (especialmente si no han tenido experiencia laboral en empresas comerciales). El aumento en la exportación no es de extrañar dada la mala calidad del porcino malasio y la extraordinaria calidad del vino español, en todos los niveles de precio: antes de 2011 se dieron aumentos más sostenidos y bastante apreciables. Como en todos los países de la Diáspora para el aceite, vino y el delicatessen se recomiendan: la promoción conjunta; los consorcios de exportación y sus economías de escala; el apoyo a al distribuidor y la transmisión sobre el *savoir faire* de productos, calidades y conservación; la presencia in situ y en revistas (productos ecológicos y orgánicos) y en medios (nada, ningún producto español); promociones en escuelas de cocina y tiendas gourmet, y otras variantes de marketing con presencia in situ son necesarios por las particularidades culturales y organizativas de las empresas importadoras de la Diáspora China. En Malasia, los vinos se pudren por el calor hasta en el mismo *Isetán* de las *Torres Gemelas*, el supermercado japonés de más prestigio en Kuala Lumpur. Las catas privadas para acceder al mercado selecto chino e indio de

<sup>2032</sup> Véase la partida 15 en la Tabla 76, del epígrafe III.2.1

<sup>2033</sup> Fuente: Supermercados Cold Storage, página Web disponible en < URL: <http://www.coldstorage.com.my/>> (accedido el 28.12.13).

<sup>2034</sup> Véase la partida 02 en la Tabla 76, en el epígrafe III.2.1.

alto nivel, o las grandes comidas de empresas, así como el consumo de la multiplicidad de clubs libres de impuestos sobre el alcohol al consumo, son canales privilegiados (especialmente para el vino y los licores). No existe una buena labor ni de investigación de mercado ni de marketing en este sector estratégico para la imagen de España: como en Hong Kong el vino tiene una función decorativa y de centro de mesa y es un producto que confiere prestigio y aura de exclusividad entre los no musulmanes (que también beben). Naturalmente, dado por su nivel medio de renta per cápita, el malasio es susceptible al precio, teniendo en cuenta los altos impuestos musulmanes sobre la importación de alcohol (el doble para los espumosos). Por tanto, en las estrategias de Marketing habría que tener en cuenta hábitos de consumo con origen cultural en las comunidades china e india: las comidas de negocios chinas, las bodas indias. Aunque se vende vino, el consumidor malasio no tiene cultura del vino, pero sí del brandy y especialmente de la cerveza y el whiskey (como en Singapur) por influencia británica. Sin embargo, se consume vino: las buenas relaciones calidad precio, como las de los brandys y whiskeys españoles; dada la sensibilidad al precio, pueda abrir grandes oportunidades a la exportación española. Francia rompe en este sector donde entendemos que las oportunidades lo están en el canal HORECA (Hoteles; restaurantes y cafeterías de alto nivel): las exportaciones francesas, sin tener en cuenta lo que se redistribuye vía Singapur a Malasia son 35 veces más grandes que las españolas<sup>2035</sup>. Por otra parte, los licores dulces de sabores de precio económico, como todo lo dulce que le haga la competencia al *amaretto* o el *limoncello* italiano, tienen un futuro muy prometedor: desde nueces a todo tipo de frutas, endrinas y pacharanes. Las bebidas dulces, suaves y afrutadas, le gustan mucho a las féminas tanto chinas como indias, un segmento en el que crece el consumo de bebidas alcohólicas. Esto se corresponde con el gusto por los vinos afrutados, uva *Chardonnay* y *Riesling*, de origen neozelandés y australiano, por influencia británica: con ese calor es el vino que mejor entra. Los australianos exportan uva verdejo y se le ve buena salida a los blancos gallegos o castellanos, incluso al txakolí (en toda Asia).

Para alimentarios; gourmet y delicatessen, la multitud de pequeñas importadoras del producto y los tamaños pequeños pero crecientes de los mercados (necesidad de una licencia de importación para vinos, que se obtendría a través de las redes clientelares malayas), aconsejarían la formación de consorcios de exportación e incluso tiendas al por menor de productos españoles (aquí, como en Taiwán o en Hong Kong, la unión sería la fuerza). Este sector concentra oportunidades para la oferta exportadora española, como reconoce la misma Oficina Comercial de España en Malasia<sup>2036</sup>. Otra vez sería una idea estupenda para Malasia, Singapur y para todo el Sudeste Asiático, contar con pequeñas redes de tiendas de la misma cadena que ofrezcan vino y producto español de gourmet o alimentario de varias marcas a la vez, y que eso se promoviera activamente por las instituciones asociándolo al nombre de *España*, sobre todo para ganar control de la logística, que vía Singapur es bastante aceptable. En todos estos sectores de delicatessen; vino, aceite y agroalimentarios, las acciones para asociar las marcas y productos a la marca España son escasísimas. Las etiquetas españolas resultan sobrias, frente a las florituras, brillos y colorines australianas que triunfan en Malasia: a la "*Falcon Crest*", los vinos australianos son bastante peores que los españoles en los segmentos de precios bajos, pero se les estropean bastantes menos botellas, el empaquetado lo es todo. La competencia chilena en coste es enorme, pero el país que creemos más daño le puede hacer a España por calidad precio en vino es Nueva Zelanda, exportador

<sup>2035</sup> Véase la partida 22 en la Tabla 76, en el epígrafe III.2.1.

<sup>2036</sup> Fuente: "Malasia, Informe Económico y Comercial", Oficina Comercial de España en Kuala Lumpur, Malasia, septiembre de 2014, 42 páginas, p. 34.



tradicional de calidad a la zona en blancos. El problema del queso en Taiwán, es idéntico para Malasia y Singapur, donde hay más variedad, pero la calidad de la competencia extranjera al producto español es igual de mala. España domina en frutas frente a Francia e Italia, pero podría hacerle la competencia a Australia, por las mismas razones que en Singapur. Los zumos de frutas significan en nuestra opinión la misma gran oportunidad que en Singapur, por el calor asfixiante y la calidad relativa frente al producto de multinacionales o con origen anglosajón premium (los de EEUU tienen mejor sabor); al igual que la bollería y pastelería, sobre todo si se tiene en cuenta la implantación productiva (problema de marcas, envases y comunicación). El intenso crecimiento de la partida 20 las exportaciones para preparados de frutas y legumbres españoles a Malasia, lo prueba<sup>2037</sup>. Creemos se debería de investigar la partida 07, de legumbres y hortalizas, por el mercado, enorme, que hay de este tipo de productos en los segmentos de baja calidad precio: Tostadores como *Borges* por sus nueces de calidad, y todo otro tipo de distribuidores de cacahuetes; habas secas; cebollitas (encurtidos), y todo tipo de snacks de hostelería, en todos los bares y hoteles. Los piñones son casi imposibles de encontrar. También vemos oportunidades en verduras y legumbres de calidad, por el precio que alcanzan las enlatadas y en botes, tanto en Malasia y Singapur, las comercializadas como producto verde o dietético en paquetes: lentejas, judías y otras legumbres. Todos los productos anteriormente mentados podrían ganar imagen país y nutrirse de ella, en el camino de ida y vuelta de la imagen sector-país: España se percibe como país europeo en Malasia, y por tanto sinónimo de calidad. La fruta y la carne puede ser muy buen negocio y ya se deja ver en los supermercados de alto nivel (España domina sobre Italia y Francia<sup>2038</sup>). La carne también se está viendo en determinados segmentos premium, e incluso los productos lácteos cuyas exportaciones se triplican de 2012 a 2015, dónde por dotaciones de factores y Marketing Francia exporta mucho más y sus exportaciones han subido apreciablemente. Como se analiza en el epígrafe II.2.5, los altos costes de producción australianos puedan compensar los altos costes de transporte desde España, ventaja de Australia, para la exportación española de agroalimentario

Para todos los productos, la adaptación del Marketing Mix (precio; producto; distribución y promoción) a los requerimientos de los distribuidores y consumidores japoneses es importantísima para este trabajo, dada la expansión de las cadenas de supermercados-hipermercados-tiendas de conveniencia japonesas en el Sudeste Asiático: AEON (22)<sup>2039</sup>, la mayor cadena de supermercados en Asia, japonesa, que recientemente compra a *Carrefour* y a *Jusco* en Malasia, oligopolizando "a la japonesa" las ventas al por menor ("retail") en Malasia<sup>2040</sup> tiene sucursales en Vietnam; la cadena japonesa *Seven Eleven* que está en todas partes en Malasia y Singapur<sup>2041</sup>, así como *ISETAN* en Malasia, Tailandia y Singapur<sup>2042</sup>. Japón, claramente tiene el control de una gran parte de la

<sup>2037</sup> Véase la partida 20 en la Tabla 76, en el epígrafe III.2.1.

<sup>2038</sup> Véanse las partidas 02,08 y 04 en la Tabla 76, en el epígrafe III.2.1.

<sup>2039</sup> AMORES DOMÍNGUEZ, LAURA, "Foodex 2013", Informe de la feria Foodex 2013 supervisado por la Oficina Comercial de España en Tokio, Instituto Español de Comercio Exterior, 2013, 21 páginas, pp. 13. AEON, que cuenta con 7000 tiendas sólo en Japón.

<sup>2040</sup> Véase la sección IV.1.5 sobre las particularidades de la distribución japonesa.

<sup>2041</sup> Fuentes: Página Web de *Seven & I Holdings Co. Ltd*, propietaria de la cadena *Seven Eleven* a nivel internacional, disponible en <URL: <http://www.7andi.com/en/company/group.html>>; la Web del grupo AEON, en <URL: <http://www.aeon.info/en/>>, y la Web del grupo ISETAN Singapur, en <URL: <https://www.isetan.com.sg/>>, (accedidas el 8.12.13). *Seven Eleven* son tiendas de conveniencia; *AEON* generalmente hipermercados aunque también grandes almacenes (*Jusco*), e *Isetán* es cierta suerte de "El Corte Inglés" en el Sudeste Asiático. En el mercado malasio y tras la adquisición de *Jusco* y *Carrefour* en el segmento de distribución de alimentos e hipermercados, a *AEON* de Japón, sólo le queda la competencia de la cadena británica *TESCO* y la asiática *GIANT* (con raíces en las Trading Houses británicas en Asia como *Jardine Matheson*: los "hongs", o grandes importadores que importaban y exportaban prácticamente de todo), que probablemente ya estén en manos de la Diáspora China de Hong Kong.

distribución de alimentarios en esta parte de Asia, y una gran influencia en la distribución de textiles, cueros y cosméticos.

Finalmente, para rematar lo expuesto en el epígrafe III.2.1, y por el interés de las fuentes secundarias por su información sobre la imagen de España, dentro de la partida 84, nos parece de interés el estudio sobre el mercado de máquina herramienta (33)<sup>2043</sup>: Según la Oficina Comercial de España, nuestro país ocuparía las posiciones del 17 al 22, de 2004 o 2007, en las importaciones malasias: la imagen sector española sería poca y nos superaría la competencia internacional. *El Instituto Malasia España de Máquina Herramienta* para formar operarios en el uso de máquina española (1000 alumnos) habría sido, según la Oficina Comercial de España, un buen ejemplo de cooperación "político-empresarial" y habría contribuido a las ventas en Malasia: consolidando la imagen sector de España en Malasia; abriendo relaciones comerciales e institucionales valiosas a la hora de participar en concursos públicos o suministrar maquinaria al sector industrial, directa o indirectamente relacionados con el Gobierno. Sin embargo, la exportación es bastante pequeña para la importancia del sector en España. Hasta ahora, las exportaciones españolas en este sector estratégico input del sector industrial, que experimentaría enormes crecimientos en los últimos años, sólo se concretaría en importaciones malasias de maquina por unos pocos millones de euros (2.67 millones frente a más de 1000 millones en importaciones malasias), en un sector nacional que sólo en 2003 exportó 460 millones de euros. España estuvo sobreexpuesta en términos de máquina herramienta española al sector de la automoción malasio, relacionado con el grupo *Protón*, la estrella menguante en el firmamento automovilístico malasio. Por otra parte, la máquina herramienta vasca estaría relacionada directamente con los fabricantes de partes de automóvil y carroceros implantados en España. Este es un sector donde domina Japón: los vínculos de su industria con su enorme industria automovilística nacional cuentan muchísimo, y facilitan la exportación de Japón y Corea. Además de ser una industria con bajos estándares de productividad y gestión, que tradicionalmente altamente subsidiado y protegido por el Gobierno<sup>2044</sup> (grupo *Protón*), en un entorno de corrupción gubernamental extensa<sup>2045</sup> y el apoyo a las empresas malayas o con capital malayo (musulmán)). Finalmente, hasta la aparición de la empresa *Perodua*, la mala calidad y baja competitividad de los automóviles era la constante. Sin embargo, *Perodua* cuenta con accionariado y tecnología japoneses, lo que lógicamente pueda determinar su elección a la hora de comprar máquina herramienta, y en Malasia dominan los japoneses: el dominio de los fabricantes japoneses lo es para todas los nichos, exceptuando los vehículos de lujo, donde la mejor competencia la ofrecen BMW y Mercedes, es evidente. Por tanto, los fabricantes vascos, en torno a la AFM (*Asociación de Fabricantes de Máquina Herramienta*), habrían invertido ingentes recursos en la promoción de la máquina española en Malasia en un sector donde la competencia pueda tener bastante más "mano" que España al día de hoy (véase la sección 1.2.2.4, sobre la evolución de la empresa malasia), Hasta Italia tendría mejor imagen país que España en Malasia, puesto que la relación comercial de Italia con Malasia sería mucho más amplia en una variedad de

---

<sup>2043</sup> ELIZALDE SANCHA, JON, "El mercado de la máquina herramienta en Malasia ", estudio supervisado por la Oficina Comercial de España en Malasia, Instituto Español de Comercio Exterior, 2007, 99 páginas, pp. 4; 9; 92;

<sup>2044</sup> DELEGACION COMERCIAL ITALIANA EN MALASIA, "Malaysia, the Malaysian Automotive Sector", guía práctica (la misma desde 1998), Kuala Lumpur, Malasia, Istituto Nazionale per el Commercio Estero de Italia (equivalente al ICEX español), actualizada en enero de 2012, 19 páginas. El doctorando ha conducido automóviles de Protón y Perodua durante 6 años, la diferencia con los japoneses, de segunda mano, es palpable.

<sup>2045</sup> Véase el epígrafe I.2.3 sobre la NEP y el I.2.6 sobre la empresa malasia.

sectores<sup>2046</sup>. Sin embargo, los servicios post venta deficientes y problemas en la entrega, habrían hecho perder a Italia algo de su cuota de mercado en favor de España. Como en otros sectores y para tener acceso a los mercados locales, la Oficina Comercial de España recomienda que las empresas españolas deben de entrar en joint ventures; invertir directamente en Malasia o llegar a acuerdos de transferencia tecnológica con la industria local, para beneficiarse de los incentivos gubernamentales a la industria y así competir en igualdad de condiciones con las empresas de Taiwán y Japón, líderes en el mercado (aquí la maquinaria de electrónica y la electricidad tiene mucho que ver, por los grupos multinacionales de estos dos países establecidos en Malasia). De cualquier modo, no estamos seguros de cuánto interés pueda tener transferir tecnología. La máquina española tendría posibilidades por su relación calidad precio, frente a competidores ingleses y franceses, más caros. Nuestro producto se consideraría competitivo en los segmentos medios y altos, incorporando mucha calidad; alta precisión y las últimas tecnologías. Por esa razón sería más caro que el de los competidores asiáticos: Los japoneses tendrían buena calidad y servicio posventa; precios 10-20% más bajos, luego serían la mejor alternativa al producto español. A esto también contribuye la cercanía geográfica y cultural, lo que facilita la comunicación y re emplazo de partes en el entorno asiático. Los productos coreanos y de Taiwán tendrían peor calidad pero con bajos precios y buen servicio técnico. Aquí la relación estrecha con el importador es esencial: el producto requiere asesoría técnica continua, un servicio post venta eficaz y rápido; una relación directa "in situ" con el proveedor y unos plazos de entrega más acotados (sin desviaciones): para todo lo que tenga "*savoir faire*" y "*know how*", como en el delicatessen, se necesita una presencia especializada que esté encima del consumidor o el distribuidor chino de la Diáspora China, para que el producto funcione, no se estropee, llegue en buenas condiciones, se entienda o se utilice correctamente. Este aspecto, es esencial para mejorar la marca país de sectores españoles con alto contenido técnico y tecnológico. Por ejemplo, ya habría empresas españolas que utilizan distribuidores y técnicos desde Singapur para tener acceso más rápido al cliente y a la máquina cuando esta se estropea: los singapurenses no precisan de visados para moverse por el Sudeste Asiático. Si una máquina se rompe, se para la cadena de montaje y las pérdidas en un entorno de stocks "0" pueden ser enormes (lo que encaja con los problemas de benchmarking en calidad y productividad en la automoción Bumipútera, véase nota anterior). Se habrían registrado una serie de quejas de los importadores malasios próximos al Analista de Mercado de la Oficina Comercial de España, el Sr. Alex Foo: "*falta de compromiso a la hora de realizar negocios (reticencia o falta de interés); respuestas tardías a las demandas de productos de los importadores (problema típico del exportador español); falta de material promocional en inglés y problemas de comunicación tanto por el idioma como por las instrucciones en los manuales de las máquinas (comprensible, por el nivel de inglés medio<sup>2047</sup> de los ingenieros españoles)*".

En el sector de la gestión de agua y residuos sólidos (34): España<sup>2048</sup> no tendría una imagen país muy clara a nivel general, ni presencia de empresas de estos sectores en Malasia, aunque alguna que otra empresa como ROS Roca habría ganado contratos recientemente<sup>2049</sup>. En el estudio de la Oficina Comercial de España

<sup>2046</sup> Fuente: Tabla B.30, Exportaciones de Italia a Malasia. Tabla 32 en el epígrafe II.1.4, y Tabla 45, epígrafe II.2.3.

<sup>2047</sup> Véase el epígrafe IV.1.4 sobre los bajos niveles de inglés de los políticos y líderes empresariales españoles.

<sup>2048</sup> JONCH SEPÚLVEDA, JOSEPH, "La gestión de agua y residuos sólidos en Malasia", nota informativa supervisada por la Oficina Comercial de España en Malasia, Instituto Español de Comercio Exterior, 71 páginas, 2013, pp. 5-6 y 53-55.

<sup>2049</sup> Véase la página Web de ROS Roca en Malasia, en < <http://www.rosroca.com/en/products/integral-waste-collection.html>>. Es probable estén detrás de cualesquiera procesos de privatización o reorganización de empresas al cargo de basuras, reciclaje y tratamiento de aguas en los estados malasios: en 1998 se le ofreció de forma ilegal a este doctorando,

aparecería la imagen genérica de España tópica, la del fútbol; tenis y otros deportes conocidos a pié de calle, pero rara vez saldría reflejado el liderazgo de España en infraestructuras; moda o renovables. La empresa *ROS Roca* cuenta con una planta propia en Malasia, habría obtenido contratos de cierta importancia, el año 2013 en torno a los 10 millones de euros (que poco tienen de sorprendentes). Se trata de un sector con gran futuro en Malasia ante el caos en la gestión de residuos sólidos (habría múltiples basureros al aire libre sin reciclaje alguno al límite de capacidad), y hay enormes deficiencias en la red de tuberías y canalizaciones de aguas, entre otros problemas graves de suministro tras las privatizaciones<sup>2050</sup>. El sector se estaría reorganizando administrativamente a nivel de los estados de la Federación descentralizando las decisiones (las oportunidades en este sector fueron indicadas por el doctorando quince años antes, en 1998<sup>2051</sup>, como becario de esa misma Oficina).

Con relación al estudio de campo realizado en Malasia, los datos cualitativos registrados en preguntas gradadas cuantificables, determinan una imagen país de España en este país, francamente insuficiente. Estaríamos ante una muestra muy pequeña no representativa de la población (como se percibe en las desviaciones típicas en la Tabla 101), pero que sin embargo nos pueda dar una idea general, bastante fiel del panorama de la imagen de España en Malasia. Esto se puede observar en las respuestas organizadas por preguntas (A, B, C y D.1) en el cuestionario, cuyos resultados pasamos a comentar (Tabla 100 y Tabla 101):

*Pregunta A: "¿Cómo calificaría de 1 (10%) a 10 (100%) la "Marca España" entre los hombres de negocios de Malasia?"* La media es del 35%, entendemos en Malasia las oportunidades se dan para una variedad de sectores económicos estudiados en los capítulos II y III, y España es el gran desconocido a nivel de empresa en Malasia entre los países más importantes de Europa. No nos conocen.

*Pregunta B: "Califique la imagen de España en Malasia, 1 (10%) a 10 (100%)"*

La imagen de España en se entiende como suficiente, una puntuación muy regular del 53%, que probablemente sea consecuencia de los éxitos recientes en los deportes (sobre todo el fútbol); la gastronomía y los actores españoles en Hollywood, lastrada por estereotipos tradicionales como el flamenco; los toros; la pasión, la fiesta y la siesta (se confunde a los españoles con los mejicanos de las telenovelas), probablemente influidos por el creciente interés en el turismo a España de minorías afluentes y con altos niveles de educación. Esto pueda explicar la gran diferencia entre la media de las puntuaciones sobre la imagen de España y la misma en los hombres de negocios malasios: casi un 19% a favor de la primera. Luego esto sugeriría que España tiene mucha mejor imagen para el público en general que para la comunidad de negocios. Aquí, pueda existir un grave problema de desconocimiento de "*atributos duros*" de la marca España.

*Pregunta C: "¿Cree que los malasios están bien informados o no están bien informados sobre España, donde 1 (10%) quiere decir que no están bien informados y 10 (100%) que están muy bien informados?"*

La media de las puntuaciones apunta a un nivel de información deficiente, lo que apunta directamente a la necesidad urgente de intensificar las acciones de información y promoción de la marca España, con atención especial a los hombres de negocios. La media de las puntuaciones sólo alcanza el 27.22%. Esta media se corresponde con la baja puntuación para la imagen de España entre los hombres de negocios del 35%, registrada en la pregunta A.

---

en su calidad de becario del ICEX en Malasia (propuesta que lógicamente se rechazó), una comisión por la venta de la empresa de gestión de basuras de Kuala Lumpur.

<sup>2050</sup> Véase el epígrafe I.2.7 sobre privatizaciones.

<sup>2051</sup> Preparación de las preguntas del Cuestionario para las negociaciones de la OMC con Malasia en 1998, descripción de oportunidades para el sector de servicios español. Se indicaron una gran parte de las oportunidades indicadas en el estudio anterior de 2013 (op. cit. JONCH SEPÚLVEDA, 2013), empezando por las pérdidas de aguas de las tuberías; el futuro para las consultoras españolas en el área medioambiental, y las oportunidades en la gestión de residuos.

Pregunta D.1: "*¿Cree que hay una imagen (D.I.1) intensa ó (D.I.2) regular ó (D.I.3) no existe imagen país de España en Malasia?*" La puntuación es: "1" para intensa, "2" para regular, "3", para no existe. La media de las puntuaciones para la intensidad de la imagen de España define una intensidad media. Coherente con los resultados en las preguntas anteriores.

Tabla 100  
**Ocupaciones de los componentes de la muestra en el estudio de campo sobre Malasia**

	Malasia	Singapur	Código
Representantes de empresas españolas en la región (directores y comerciales)	<b>5</b>	13	Rep
Expertos españoles trabajando en Malasia y Singapur (ingenieros y arquitectos)	<b>5</b>	0	Exp
Representantes de empresas malasio-singapurenses de origen asiático	<b>5</b>	0	Rep mal-sin
Académicos y periodistas españoles en Malasia y Singapur:	<b>1</b>	1	Acad esp
Académicos y periodistas extranjeros en Malasia y Singapur	<b>1</b>	1	Acad ext
Representantes de instituciones de promoción españolas en Malasia y Singapur	<b>0</b>	3	Promo
Diplomáticos	<b>1</b>	0	Diplo
Fuente: Elaboración propia en base a rondas de entrevistas y encuestas en Malasia y Singapur de 2010 a 2015.			

Tabla 101

**Resultados de las encuestas y entrevistas sobre la imagen de España en Malasia**

Entrevista	Preguntas				Ocupación	Dif B-A
	n°	A	B	C		
1	30	30	30	2	Diplo	0
2	50	60	20	3	Rep	10
3	30	50	20	2	Rep mal-sin	20
4	40	20	20	2	Exp	-20
5	20	60	20	3	Rep	40
6	40	60	30	2	Rep	20
7	40	60	30	3	Exp	20
8	20	50	10	2	Acad esp	30
9	50	70	30	2	Exp	20
10	30	70	10	3	Exp	40
11	40	60	40	2	Rep Mal-Sin	20
12	40	60	50	2	Rep Mal-Sin	20
13	60	60	50	2	Exp	0
14	10	20	10	2	Rep Mal-Sin	10
15	60	70	30	1	Rep	10
16	10	50	10	3	Rep Mal-Sin	40
17	30	70	50	1	Rep	40
18	30	50	30	1	Acad ext	20
	Med	Med	Med	Med		Media
	<b>35.00</b>	<b>53.89</b>	<b>27.22</b>	<b>2.11</b>		<b>18.89</b>
	VARM	VARM	VARM	VARM		
	<b>202.78</b>	<b>234.88</b>	<b>175.62</b>	<b>0.43</b>		
	DSTM	DSTM	DSTM	DSTM		
	<b>14.24</b>	<b>0.15</b>	<b>0.13</b>	<b>0.66</b>		

Fuente: Elaboración propia en base a estudio de campo en Malasiay encuestas (2010-2015)

## Conclusiones

Entendemos que tanto el estudio de corte deductivo como el estudio inductivo, de corte exploratorio, sobre el marco institucional y la imagen país, contribuyen a alcanzar el objetivo central de la investigación. Se verificaría la hipótesis de partida del estudio deductivo y la relación causa efecto espuria: es decir, las escasas relaciones económicas de España con Malasia y Singapur puedan ser una de las causas de la "poca" imagen de España en estos dos países, pero ni mucho menos la única.

Para determinar que se entiende por "escaso" en las relaciones económicas se compararon las exportaciones e inversiones españolas a los dos países, con aquellas de los países occidentales desarrollados más importantes, los EAFRIH (EEUU; Francia; Alemania; Reino Unido, Italia y Holanda) y Australia, resultando ser bastante mayores que las españolas en función de varios indicadores. Incluso en el caso de Francia e Italia, países con mayor proximidad en lo institucional y cultural en el marco europeo, las exportaciones totales resultan pequeñas en función del tamaño relativo del PIB: las francesas superaban a las españolas 7.39 veces en Malasia y 6.84 veces en Singapur en 2013, cuando el PIB francés sólo superaba al español 1.97 veces, y el italiano sólo 1.53 veces en 2012. Por otra parte, también existen indicios de que tanto la Inversión Directa en el Exterior como las exportaciones de servicios españolas, tanto para Malasia como para Singapur, son muy pequeñas en comparación todos los países EAFRIH, y una muestra más amplia de países comunitarios y extra comunitarios. Especialmente en el sector financiero, dónde la presencia española es minúscula en comparación con el Reino Unido, como apoyo a la internacionalización española en la región. Esto es un indicador de oportunidades de implantación y exportación para las empresas españolas, especialmente en Singapur, y para la emigración de los buenos y muchos profesionales españoles en el paro tras la crisis económica de 2008. Singapur es mucho más abierto que Malasia a la inmigración de profesionales cualificados occidentales, de los que sobre dependen gran parte de sus sectores de alta tecnología e investigación y su liderazgo tecnológico y empresarial en la ASEAN. El estudio deductivo proporcionó evidencias de que se existen grandes oportunidades para la empresa española (pregunta B2 de la metodología). La comparación de las exportaciones españolas con las italianas y francesas a Malasia y Singapur en el capítulo III, en función de las 33 primeras partidas de exportación de España al mundo, desentrañó fuertes desequilibrios en sectores tradicionales de la exportación industrial española como el farmacéutico, la maquinaria eléctrica y la mecánica, donde la exportación española es bastante "escasa" con relación a su peso global y es superada con creces por la exportación francoitaliana. Además, existen otros sectores dónde España es muy competitiva: infraestructuras; ingeniería; moda; delicatessen; agroalimentarios; vinos, cosméticos que podrían mejorar bastante su participación. Antes del parón de 2015, las exportaciones españolas, partiendo un nivel muy pequeño en 2001, se habrían multiplicado por 7 a Malasia, y casi se habrían triplicado a Singapur en 2014. En suma, si los países desarrollados EAFRIH, han sido capaces de realizar inversiones cuantiosas y rentables, así como colocar volúmenes de exportación mucho más altos, entendemos que es posible que España lo consiga en aquellos sectores en los que es más competitiva. De cualquier modo, el peso gravitatorio que ejercen los países del Este de Asia en la exportación e inversión española, es mucho mayor que el del Sudeste Asiático: es lógico que si España no tiene tradición exportadora a

estas zonas geográficas, distantes, que aquellas de países con economías más grandes y/o con mayores tasas de crecimiento del PIB como China, Japón y Corea, abran mayores oportunidades para la empresa española que Malasia y Singapur. En suma, el comercio español con los dos países es muy reducido y tiene una importancia estratégica marginal en el ámbito de la internacionalización española, pero crece rápidamente y si que se entrevén réditos en la buena promoción pública y privada de nuestros intereses en esta región estratégica.

Para determinar lo que se entendía por "poca" imagen país se realizaron dos pequeños estudios de campo, cuyos datos primarios de encuestas entre más de 36 expertos seleccionados, que arrojaron unos resultados bastante parecidos a los interpretados en las fuentes secundarias del estudio inductivo sobre la imagen país de Malasia y Singapur. Baste diferenciar lo que entendemos por "buena" imagen, de lo que es "poca" imagen en los resultados del estudio de campo. España tendría una imagen bastante regular, de "aprobado" tirando a "bien" entre los hombres de negocios de Singapur (algo más del 56 % en escala de 0% a 100%), bastante mejor que la existente en Malasia (35%), deficiente a todas luces. Por otra parte, si hablamos de "poca" imagen, los tres estudios son concluyentes, especialmente el de campo: ni los singapurenses (puntuación media de la muestra: 45%), ni mucho menos los malasios (27%), estarían bien informados sobre España: o nos conocen insuficientemente o no nos conocen. La "mayor" o "mejor" imagen de España en Singapur que en Malasia, se podría explicar por el mayor nivel cultural y económico de los singapurenses; el mayor número de turistas singapurenses que visitan España en función de la población total de ambos países, así como el rol de nodo del comercio y las finanzas globales que juega Singapur en la economía global. Sin embargo, según la Oficina Comercial de España en Malasia, es posible que la mayoría del país no pueda situar a España en el mapa. Con respecto a la intensidad de la imagen de España se entiende como regular, ni intensa ni inexistente. Paralelamente, el número de inmigrantes de la Diáspora China malasio singapurense en España, minúsculo en comparación con los 166.000 emigrantes de la RP China (Zhejiang), es prueba de desconocimiento mutuo y de la existencia de oportunidades recíprocas económicas veladas.

Los resultados sobre la marca España, se corresponderían con el patrón de exportaciones españolas a Malasia y Singapur. Mientras que en la exportación de Francia; Italia; Reino Unido y Alemania a Malasia y Singapur predominan las exportaciones e implantaciones en sectores "MA" con contenido tecnológico medio alto, o "A", con contenido alto, en las exportaciones de España predominan las de sectores "MB" de contenido tecnológico medio bajo o las "B" de contenido tecnológico bajo. No es pues de extrañar que la percepción de la imagen de España entre los empresarios singapurenses en el estudio de campo resulte algo mejor que regular (56% en escala de 0 a 100%), y entre los empresarios malasios sea deficiente (35%). Esto es tanto más sorprendente, cuando el patrón tecnológico de la exportación española a escala global se concentra en sectores de tecnologías "MA", intensivas en tecnologías medias altas, lo que también son un indicio de oportunidades de implantación y exportación para las empresas españolas. Existirán pues evidencias de que los empresarios no sólo no están bien informados sobre España, si no que desconocen los atributos "duros" de la marca España: la existencia de buenos profesionales en España; buenas marcas reconocidas internacionalmente, así como productos y soluciones avanzadas en lo tecnológico y organizacional. Un fenómeno menos intenso en Singapur que en Malasia, los dos países económica y tecnológicamente más avanzados de la ASEAN y por tanto los mejores receptores en la región de las exportaciones españolas, intensivas en tecnología; organización, diseño,



calidad o exclusividad, de mayor precio y valor añadido, con las que no pueden competir los países asiáticos circundantes basados en bajos costes de producción, dumping social y ecológico.

Por tanto, si no sólo es la poca presencia y tamaño de las relaciones económicas, lo que determina la "escasa" visibilidad de España y su "poca" marca país comparativa con los EAFRIH en los dos países, ¿cuáles pueden ser los otros determinantes tanto de nuestras "escasas" relaciones económicas como de la "poca" imagen país? El estudio inductivo en base a datos secundarios no resuelve la inmensa mayoría de las incógnitas, pero sí que ofrece explicaciones tentativas sobre el poco esfuerzo de Marketing y distancia cultural de/con España:

A. Con respecto a la mayor intensidad y calidad de la **imagen país como determinante de las relaciones económicas en el estudio inductivo**: se partió de que siendo la imagen española "poca" y la presencia "escasa", la imagen de España, regular, se nutriría de la imagen de España en otros países con los que Malasia y Singapur mantienen mayores relaciones económicas, culturales y lazos históricos. Los países anglosajones y del Este de Asia servirían de "escaparate" para la imagen de España. Entre los resultados del estudio inductivo:

1. **No existe un relato netamente español en inglés de la realidad española** en Malasia y Singapur, **puesto que, por ejemplo, ni siquiera** existe un canal español de TV con alcance planetario en inglés como es el caso de Francia; Rusia; Israel; Qatar; Japón; Alemania, Singapur e incluso Corea, que dobla sus programas al inglés con subtítulos. Existirían problemas notables en la comunicación de la imagen de España a los medios anglosajones, cordón umbilical con la "*ex metrópoli*" británica y su Commonwealth en Malasia, Singapur y Hong Kong: una falta de sintonía y distorsiones sobre la realidad económica española en la prensa que tienen un impacto en la reputación de España a escala global. Ciertas visiones amplificadas e incluso distorsionadas de la crisis de estos medios, puedan haber hecho mella en ciertos atributos "*duros*" de la imagen española: la estabilidad de nuestra economía y la consideración de nuestras instituciones. Además existiría el problema del bajo nivel relativo de la lengua inglesa en nuestros líderes políticos y de empresa, lingua franca en el Este y Sudeste Asiático.

2. **La imagen de España en los países del Este Asiático** se ve lastrada por los clichés: **España es toros; fútbol; otros deportes; destino turístico; flamenco; fiesta, simpatía y siesta**. A España se la conocería mejor en Japón y en algunas grandes ciudades chinas (Wenzhou; Hangzhou; Shanghái y Pekín), en el resto del Este de Asia ni existiría presencia, ni habría una buena imagen de España. Tanto en China como en Japón, España sería considerada un "*país moderno pero no moderno a la vez*", con menor prestigio que los demás países de la Europa Occidental (EAFRIH), y en Japón existiría mayor conocimiento de España que en toda Asia (seguida por Singapur), así como una gran consideración por la contribución de España a la Historia y cultura global, el patrimonio artístico y su autenticidad; en Taiwán España sería considerada cierta "meca del arte" (*Gaudí* o *Almodóvar*). Sin embargo, son los éxitos recientes, en orden de importancia, del deporte español; de la gastronomía española (las "tapas" españolas que les recuerdan a las "tapas" chinas, malayas e indias, estos son países donde, con el calor, se vive la calle) y la imagen de españoles en películas Hollywood, los que, aparte de estos clichés, determinarían la imagen de España en Malasia y Singapur (en Malasia se confunde al español, directamente, con los mejicanos de las telenovelas). Éxitos que entendemos no se han sabido aprovechar

eficazmente para realzarla: creemos que en Singapur sería el deporte; la moda; la gastronomía y el turismo, las variantes más salientes, y en Malasia, sin duda, el fútbol. Entendemos que tanto en Japón, como en Corea, Taiwán y Hong Kong, España existen evidencias que apuntan a los estereotipos identificados en el modelo *Country Rep Trak*, de "país bueno para visitar pero malo para vivir o, invertir", Japón marca la pauta y las tendencias con relación a la comercialización de productos y distribución en el Este y Sudeste Asiático: lo que triunfe en Japón, lo tendrá más fácil para conquistar los demás mercados de esta parte de Asia, luego sería el referente para la empresa española. Además se daría la "paradoja española", la fortaleza en los "atributos blandos" de la imagen de España (cultura; aportación a la Historia Universal y la cultura global; hospitalidad; Patrimonio histórico; sociabilidad y hospitalidad; simpatía; fiesta; clima; creatividad; originalidad; gastronomía y otros), que en tiempos de crisis económica no serían buena defensa de la reputación de España ante la escasa consideración de los atributos "duros" (tecnología; productos; buenas marcas comerciales; economía robusta e instituciones políticas; empleo, respeto internacional y otros). Esto se puede ver en el descalabro de la imagen de España en el índice *Pulse* del modelo *Country Rep Trak* en Japón tras la crisis económica de 2008. La "paradoja española" tendría su reflejo en Singapur y en Malasia: España se habría ganado en Singapur imagen de "país con problemas económicos" tras la crisis de 2008, y en Malasia, los resultados en el mundial de fútbol de 2012 fueron demolidores para la imagen de España. España tampoco tendría presencia e imagen apreciables ni entre la Diáspora China de *Hong Kong* y *Taiwán*; ni en las provincias chinas de *Guandong* (Cantón) y *Fujián*, todas ellas emparentadas con la Diáspora China malasio-singapurense por la lengua, cultura y costumbres (originaria de estas dos últimas provincias). De hecho, en *Hong Kong* y *Guandong*, la economía más grande entre las provincias chinas, que junto con Hong Kong acapara el comercio malasio-singapurense con China, la imagen de España sería peor que en *Pekín* y *Shanghái*: España no habría empezado todavía a recorrer el "camino cantonés" que lusos y británicos conocen bien, lo que tiene consecuencias para la imagen país y los intereses de España a nivel de toda la Diáspora China en el Este y Sudeste Asiático. España no se beneficia del rol de escaparte y de redistribución de productos y capital occidentales, de Hong Kong a la RP China, ni el de Singapur a la ASEAN.

**3. La imagen comercial de España es débil, y no existe** imagen sector-país en la inmensa mayoría de sectores como el resto de países de la Diáspora China. Ni siquiera en aquellos sectores como la moda; productos gourmet, vino o habitat, permitirían asociaciones beneficiosas para la marca España siguiendo el rastro de la competencia francoitaliana. Cuando las hay, no existirían asociaciones de la imagen país-sector con la de productos de calidad, diseño o tecnología, y en tiempos de crisis algunas empresas habrían intentado disociar sus marcas comerciales de la marca España, además de la confusión de algunas marcas que el público malasio-singapurense y el del Este de Asia asocia con productos de otros países europeos como Italia o EEUU (*Massimo Dutti* o *Springfield*). Esto se corresponde con la ausencia de esfuerzos de las mismas empresas a asociar sus marcas a la marca España en la región (probablemente no deliberadas, ya que se invierte muy poco en estos mercados en Marketing en general), y el hecho de que muchos productos españoles se confundan con los de otras naciones europeas, o simplemente se consideren "europeos". En el estudio de campo en los dos países se observa que podría ser necesaria una mayor colaboración entre la diplomacia económica y la empresa española en esta parte de *Asia* para poner en marcha estrategias conjuntas de promoción de la imagen país-sector, como llave para la mejora de la imagen país y los intereses comerciales españoles. Una gran parte de las empresas españolas entrevistadas manifestaron reservas sobre la diplomacia económica española sobre el terreno. Sin

embargo, entendemos que la diplomacia española cuenta con bastantes pocos medios para promover los intereses españoles en comparación con los países EAFRIH en la región: se percibe poca agresividad; acciones promocionales y coordinación con la empresa privada. No sería un problema de falta de voluntad institucional, si no de coordinación; organización, estrategia y medios. Las acciones de información y promoción de la Diplomacia Económica partirían de un sistema altamente burocrático, centrado en la presencia de empresas en misiones comerciales y ferias, cuando en estos países lo que promueve las ventas con la Diáspora China son las relaciones personales en el largo plazo y la presencia "in situ": la promoción a largo plazo de la propia "face" en el marco de la "guanxi" china. Este es un sistema que algunas empresas entrevistadas entienden como "*poco efectivo*".

**4.** Por otra parte la **inversión española privada en términos de Marketing en Malasia y Singapur es muy escasa**: la empresa española les consideran mercados marginales o de exportación puntual, lo que minimiza su compromiso con los importadores de la Diáspora. La presencia, gasto y esfuerzo de Marketing realizado por las empresas españolas es mucho menor que el de los países EAFRIH occidentales en la región, lo que se correlaciona con la marca país de Reino Unido; Alemania, Francia e Italia, mejor valorada que la española. Muchas empresas españolas compiten en términos de bajos precios y buena relación calidad precio, cuando los gastos adicionales reflejados en los precios, podrían tener un impacto muy beneficioso en esta parte de Asia para la exportación y las asociaciones imagen país-sector, algo difícil en escenario de crisis desde 2008.

Un grave problema tanto en las acciones promocionales públicas (promos; vídeos; eventos; misiones, ferias), como en el Marketing Mix de la exportación española, parece ser la falta de adaptación a los gustos y necesidades asiáticas, ya que pesan tanto el desconocimiento mutuo; la distancia cultural y geográfica, y la falta de un buen sistema de información de Marketing sobre los mercados de la Diáspora. Existe una particular idea de la belleza; de lo femenino, de lo suave, de lo dulce; así como una forma muy particular y pulida de entender la virilidad y la masculinidad, que no se refleja, en la publicidad o el merchandising, cuando lo hay. Los embases, botes y cajas pequeños; "bonitos" y "vistosos", con motivos sutiles, caben mejor en las pequeñas casas de los japoneses, y los botes de aceite de oliva virgen de litro se distancian mucho de los pequeños botecitos, como si de perfume se tratara, en los que este se ha llegado a vender por la competencia franco italiana. En Asia todo son apariencias, y los objetos y los actos de compra tienen una función social, de aumento de la propia "face" o prestigio personal y la visibilidad de la persona. Todo en esta parte de Asia es mesurado, no excesivo y si se intenta llamar la atención, que lo sea de una forma humorística; con un humor blando sin aristas, con mucho cuidado de no ofender la dignidad y la posición social de la persona. Bastantes entre los mercados de interés para España lo son marquistas: se asocian las marcas a la calidad. Muchas veces el precio es menos importante que la exclusividad que el consumo y el acto de compra confieren al sujeto: esto es más cierto para Japón y Singapur, ciudad llena de millonarios, que para Malasia, más sensible al precio y con menos poder adquisitivo. De cualquier modo, el futuro para España en estos países lo está en sectores de alto valor añadido (calidad; tecnología; diseño; capacidades organizaciones; exclusividad). El caso de la oferta turística española es paradigmático para todos los países de la Diáspora: no parece haber una adaptación a las necesidades del público objetivo asiático (compras; tapas, gastronomía, promoción de la imagen personal; seguridad en las calles). Ni se adapta la oferta turística, ni existe un sistema de información de Marketing para saber en qué se diferencian los

gustos y pautas de consumo europeos o americanos de los asiáticos: estamos hablando de una variedad de mercados, ni mucho menos homogéneos, como en los que se dan las mismas diferencias que entre Suecia y España a escala europea. Malasia y Singapur son países híper consumistas, donde el pasatiempo fundamental es ir a cenar o ir de compras, se trata de culturas muy superficiales y, especialmente en Singapur, la preocupación por la "belleza" física; cosmética, maquillaje y apariencia externa, y el "qué dirán" en reuniones públicas puede llegar a ser obsesiva. Por otra parte, los españoles en general no hablan lenguas asiáticas, ni mucho menos mandarín y malayo, las dos lenguas con las que es posible comunicarse con 1900 millones de personas en Asia. Los conocimientos de bastantes directores de exportación y diplomáticos españoles en lo relativo a los entornos PESTLE (factores políticos, económicos, socio-culturales, tecnológicos, ecológicos y legales) del Sudeste y Este Asiático, en Malasia y Singapur puedan ser bastante limitados, lo que lleva a errores, partiendo de la distancia cultural, puesto que lo que funciona en Occidente, muchas veces es completamente ineficaz en esta parte de Asia. Además, tampoco se pone demasiado énfasis en los entornos PESTLE a la hora de reclutar profesionales con un carácter y habilidades adecuados para los mercados asiáticos. Se supone que un buen profesional o técnico en el mundo de la empresa puede trabajar óptimamente en cualquier mercado extranjero, lo que simplemente no es cierto: Singapur no es Alemania.

Los problemas logísticos, como tardar en responder a las demandas de las empresas, típicos entre muchas PYMEs españolas, no se llevan bien con el sistema japonés de distribución de "defectos cero" y "stocks cero". No obstante, aunque la influencia y participación japonesa en la distribución del Sudeste Asiático es patente, se pueden esperar muchos más errores en la logística de países en desarrollo como Malasia (dónde se estropea la comida con facilidad, el calor es asfixiante y los niveles culturales y organizativos son más bajos). De cualquier modo, en una gran parte de las gamas de producto analizadas, se detectó la gran sensibilidad de los importadores asiáticos para con la calidad y las buenas relaciones calidad-precio de los productos españoles: lo conocen, pero la ausencia de marcas españolas estandarte en los sectores suntuarios, moda de vino y delicatessen (tipo "Chanel"), a parte de la escasa promoción del producto español, desconocido por los consumidores locales o no está educado para consumirlo, retrae las importaciones en Singapur. La isla Estado es un mercado caro para establecerse, pero con alto poder adquisitivo: Kuala Lumpur es más barato, pero también cuenta con bastante menos poder adquisitivo. Por tanto, y especialmente para Singapur y con los ojos puestos en la redistribución con alcance al Este y al Sudeste Asiático, se recomendaría la puesta en marcha de consorcios de exportación para estos sectores suntuarios de PYMEs con productos de calidad, para facilitar la presencia "in situ" a largo plazo, preceptiva en esta parte de Asia, y obtener economías de escala en costes burocráticos; logística; negociación; promoción, publicidad y otras variantes de Marketing. Creemos bastante útil la idea de poner en marcha una red de pequeñas tiendas con apoyo oficial en forma de ayudas para consorcios, para distribuir estos productos de lujo, delicatessen y moda con una imagen asociada a la marca España (es tan mala la calidad del delicatessen malasio singapurense, que hasta los productos de la cadena *Día*, pasarían por productos "de lujo"). Finalmente, y esto es algo extensible para todos los países del Este de Asia y la Diáspora China: sería necesario mantener una relación estrecha y colaborativa con el importador o distribuidor in situ y a largo plazo, a nivel de promoción; publicidad, logística, esencial en Oriente: las decisiones se toman por consenso, y nadie se hace personalmente responsable de los resultados del trabajo en grupo, luego hay que poner un énfasis muy claro en no ofender nunca a la persona, ni mucho menos en público. Se han de privilegiar las relaciones personales a

largo plazo que impliquen promoción conjunta en punto de venta orientada al consumidor (catas; degustaciones, eventos, en las que un occidental ofrezca los productos; explica sus calidades, como prepararlos y utilizarlos); publicidad conjunta en medios especializados o de masas (los japoneses tienen a "*japonizar*" a las estrellas de Hollywood extranjeras occidentales en sus anuncios televisivos); y se apoya al importador, especialmente en los sectores tecnológicos, y sobre la calidad de marcas y funcionamiento de productos ("know how").

5. **El camino de futuro** puede ser intensificar las asociaciones entre la imagen de productos y servicios españoles de calidad y/o diseño y/o exclusividad y/o tecnología a la imagen de España, como han hecho Italia y Francia en un pasado en el Este y Sudeste Asiático (perfumes; moda; delicatessen; vino; diseño, cosmética), que "entran por los ojos" y "dejan buen sabor de boca", y mejoran la experiencia y el prestigio ("*face*") del consumidor asiático en los múltiples ritos; comidas, eventos y actos gregarios de su vida cotidiana, de carácter netamente grupal. Es decir, comunicar bien los atributos "blandos" de la marca España, especialmente en lo relativo al buen gusto y refinamiento, y seguir asociándolos a los productos y servicios (turismo sobre todo) españoles por sectores (interacción entre la imagen país y la imagen país sector). Puesto que España tiene una imagen de mediana intensidad y esta resulta relativamente buena en nuestro estudio de campo y el *Pulse* (58.89 % en Singapur y 53.89% en Malasia), teniendo en cuenta la escasa inversión en promoción, ni pública ni privada, suponemos es posible promover asociaciones adicionales, con *sustancia* y la misma función de *acciones simbólicas* que indica *Simon Anholt*, para mejorar la imagen de con las buenas tecnologías, productos y marcas españolas que contribuyan a reforzar la consideración de los "*atributos duros*" de la imagen país en el modelo *Country Rep Trak* (sectores estratégicos como las infraestructuras, el energético, la arquitectura o las consultorías de ingeniería y medioambiental). En ausencia de estereotipos acendrados sobre la marca España, aquí posiblemente sea más fácil desterrarlos que en otros países con relaciones más intensas con España. Comunicar "bien" la imagen de España, pasa por una mayor sintonía con la cultura de la RRPP de la Diáspora China, los políticos y la nobleza malasia donde las relaciones personales a largo plazo lo son todo en países con alta distancia de poder y grandes diferencias sociales: los eventos corporativos y caritativos donde grandes empresarios y políticos desarrollan su "*guanxi*" y mejoran su "*face*"; la "*photo opportunity*" y los medios de comunicación de la prensa del corazón, conectando con el elemento superficial propios de la cultura colectivista local. Esto es algo que la empresa española hace muy bien en España, pero creemos que no se ha sabido utilizar bien en esta parte de Asia. La imagen de España en el Este y Sudeste Asiático de acuerdo al modelo *Country Rep Trak*, es mejor en Singapur que lo es en Iberoamérica: España precisaría de un sistema para medir el impacto de su Ayuda al Desarrollo e IDE, las ingentes inversiones y gastos en Iberoamérica no parecen haber dado los réditos reputacionales a largo que si se obtienen en Singapur y en Asia en general, sin inversión alguna. Otras oportunidades para la imagen de España: promover el conocimiento del excelente sistema de Seguridad Social y la buena situación de seguridad en las calles de España, gracias a nuestras excelentes fuerzas del orden público, militares y profesionales de la Salud, intensificando acciones de Cooperación para transferir "know how" a las AAPP malasias. P. ej., en el campo de los trasplantes, donde España domina.

Los jóvenes de la Diáspora China de Malasia y Singapur, son muy distintos a los del Este Asia: socialmente móviles; con un estilo más internacional que los jóvenes japoneses: su clase media es menos formalista; más divertida, más individualista y en busca de nuevas experiencias: la población de Japón decrece, mientras que la

de Malasia y Singapur crecen a toda velocidad. Por tanto, si bien existen buenos nichos para productos en mercados marquisitas, para segmentos afluentes que privilegian la exclusividad, la calidad y el prestigio en Malasia y Singapur, España posiblemente debiera de intentar distanciar el posicionamiento de sus imágenes país-sector de los de países como Francia o Italia. Nos referimos a las imágenes de productos y servicios exclusivos; asociaciones de los productos con una alta desigualdad social; la súper exclusividad; cierta forma de entender la elegancia, la cultura y las relaciones sociales, que traspiran las asociaciones sector - país, que quizá no sean las adecuadas para asociar al producto de consumo de lujo español posicionado en segmentos medios por calidad-precio (aunque si pueda serlo en segmentos de alta calidad precio). Por el contrario, la originalidad; creatividad; desenfado; simpatía; la libertad femenina; el ocio y el disfrute de la vida, parecen encajar mejor con el producto y la identidad españolas (diferenciación del producto y sus estrategias de comunicación). Esta es la imagen presente en las campañas de productos de las empresas *Camper* o *Desigual*. Después de todo, entre los pocos jóvenes que conocen España es, sobre todo, "*deportes; gastronomía, moda y fiesta*". La promoción de la marca país en Corea es un ejemplo loable, teniendo en cuenta la utilización, magnífica, de los medios de comunicación, las redes sociales y la Internet, para promover una imagen de las características anteriormente mentadas, simpática y bastante desenfadada. España cuenta con una identidad bastante diferenciada, con bastantes aristas: no se entienden pues los relatos institucionales sobre la marca España, bastante neutros e insulsos, que se prestan a confundir a España con otros países occidentales, sobre todo cuando estos son realizados por empresas e instituciones extranjeras, habiéndolas españolas de primerísima calidad.

#### **B. Sobre el entorno político y económico, y los riesgos aparejados a los mismos:**

1. Los costes de producción, buenas infraestructuras y sueldos bajos; las buenas comunicaciones; el sector financiero moderno, y la buena gestión de la política económica a nivel macroeconómico en Malasia y Singapur, son aspectos positivos que puedan propugnar la exportación y la implantación españolas. A esto se aúna la Seguridad Jurídica y el buen clima para los negocios de las multinacionales que ofrece la Isla Estado, piedra de toque para garantizar su liderazgo comercial, tecnológico y financiero en la región. Una política que se complementa con las cuantiosas inversiones industriales singapurenses en su hinterland (Indonesia, Malasia y Vietnam), para superar las limitaciones espaciales de la pequeña isla estado y por no disponer de los suficientes recursos naturales ni humanos. Se trata con países muy solventes hasta 2010, con muy altos niveles de reservas en divisas (algo menos de 100.000 millones de US\$ en Malasia y 244.000 en Singapur). Sin embargo, la deuda nacional cada vez sea más alta (en torno al 111% del PIB en Singapur y el 60% en Malasia). Ahora bien, los sectores de servicios en los que España es competitiva e inició su expansión a Iberoamérica (electricidad; gas; teléfonos; aerolíneas, telecomunicaciones, entre otros), están altamente protegidos en Malasia, y sujetos a las redes de corrupción malaya (musulmana), así como a las intervenciones del Estado malayista (pro musulmanes): cuotas de capital y empleos son garantizados para los ciudadanos malayos, discriminando en contra de ciudadanos chinos e indios. Por el contrario, en Singapur, aparte de una sobre dependencia del trabajo cualificado extranjero y fundamentalmente occidental, existen problemas de calidad en los servicios de hostelería; comercial y de distribución al por menor; turísticos; en la construcción y otros sectores, de naturaleza cultural, que pueden ser de gran interés para implantaciones españolas. Sin embargo, las posibilidades puedan estar en los sectores de exportación de más valor añadido y contenido tecnológico y coste de implantación en Singapur, y vice versa en Malasia, dado el bajo respeto por la Propiedad Industrial e Intelectual, más alto en

Singapur. Esto se corresponde con las tres mayores implantaciones españolas en Malasia, una planta de acero; otra de colchones y otra de residuos sólidos (las tres tecnologías "MB"). Por otra parte, en Singapur los costes de implantación son altísimos. Los mercados de capitales en los dos países ofrecen tasas de rendimiento minúsculas, y el mercado financiero malasio no parece ser de los más seguros. Por tanto, las posibilidades para España puedan estar en ofrecer rentabilidades mayores a los fondos soberanos, *Temasek* y *GIC* (en Singapur) y *Kazannah* en Malasia, así a como los bancos privados chinos en activos de sociedades españolas: pueda ser útil una estrategia específica de promoción de la imagen país y los intereses españoles, teniendo en cuenta la cultura de la Diáspora China (más adelante), al más alto nivel, dónde la diplomacia económica jugaría un rol decisivo, para afectar las decisiones de estas instituciones financieras para contribuir a los intereses de España, aquí entraría en juego la falta de sintonía de las instituciones españolas con la cultura de las RRPP y los entornos PESTLE asiáticos.

**2. Malasia y Singapur se entienden como países estables en el ámbito político.** Especialmente Singapur, cuya estabilidad política está fuera de toda duda: el PAP monopoliza las decisiones políticas y dado el enorme éxito económico, la lealtad de su población se supone como dada. Sin embargo, el panorama en Malasia suscita bastantes dudas: El proceso de islamización forzosa bajo el UMNO malayo (musulmán) está creando tensiones entre las comunidades chinas e indias (religiones chinas, hinduismo y cristianismo), y las malayas (musulmanas), santificando la política de discriminación positiva, desde la NEP, a favor de malayos (musulmanes) que perpetúa las distorsiones sobre el mercado de trabajo y capitales en el sector público y privado, y discrimina en contra de las demás minorías. La NEP supone riesgos económicos por su presión sobre la deuda pública, en un sistema fiscal sobre dependiente del petróleo (verdadero riesgo económico ante el desplome del precio del mismo de 2010 a 2015), amparando un tipo de corrupción en torno a las empresas públicas o protegidas, al Estado y las AAPP que se podría calificar como extensa y sistémica, de la que parece haberse distanciado Singapur en todo lo relativo al sector privado, a todas luces un éxito del *PAP* de *Lee Kwan Yew*. Esta situación crea una cesura en la sociedad malasia bastante difícil de resolver (riesgo político), que acentúa los conflictos de baja intensidad en las delicadas relaciones interétnicas malasias, que suponen riesgos políticos considerables. Este proceso tiene su reflejo en los conflictos tradicionales entre musulmanes y cristianos, en los lindes de Malasia con Filipinas, y de islámicos con budistas en la frontera de Tailandia.

**3. Singapur y Malasia son sociedades muy autoritarias:** Singapur es mucho más liberal en lo que a la religión y la moral se refiere, pero altamente encorsetada por multas y regulaciones; Malasia, cada vez más sujeta a los rigores morales del Islam, que traen contradicciones crecientes con su modernidad económica. En ambos países existen demandas veladas de mayor transparencia, libertad individual y menor supervisión estatal del individuo. Además, el filtrado selectivo de la información de tipo económico de las a las actividades del Estado y sus empresas públicas, puede tener consecuencias para aquellas empresas que quieran implantarse tanto en Malasia como en Singapur. En suma, puede que no se cuente con toda la información precisa en determinados sectores, para saber si las intervenciones que el Estado hace a favor de sus empresas y organismos fueran a afectar los intereses de las empresas extranjeras compitiendo en estos mercados. Por otra parte, la censura y la estrechez de miras no se corresponden con las necesidades de información de los trabajadores de la economía del conocimiento, y los sectores de futuro a los que se supone van Singapur y en menor medida el *Valle de Klang* en

Malasia, contrastando con la gran vitalidad de una población joven, orientada a la familia y muy trabajadora. Estos factores determinan la fuga de cerebros chinos e indios, tanto de Malasia como de Singapur, no sólo buscando igualdad en términos de oportunidades económicas o en términos de discriminaciones étnicas, si no mayor tranquilidad y Libertad, más allá del ímpetu renovado de la cultura asianista que cercena, poco a poco, la poca herencia liberal de origen occidental que dejaron los europeos. España no se ha beneficiado de la fuga de cerebros y capitales de la Diáspora a los países occidentales determinados por la política de islamización malayista en el marco de la NEP, siendo esta un determinante de la calidad mediocre de la fuerza de trabajo en Malasia. Todo esto se corresponde con una situación de falta de respeto patente de los Derechos Humanos, con ramificaciones en el alto nivel y connotaciones islamistas y una creciente inseguridad en las calles en Malasia, así como de situaciones cuestionables en la muy segura Singapur. La distancia cultural y política de España con sociedades autoritarias; la corrupción; la complejidad multiétnica (hay quién lo ve como "tres países en uno"), y las crecientes tensiones interétnicas de corte económico y religioso, puedan ser otra razón del escaso interés de la empresa española en Malasia.

C. Con respecto a la **alta distancia cultural con España**: La Ley de los hombres que impera en las culturas occidentales, individualistas; racionales; igualitarias; basadas en normas precisas y contratos, así como en el beneficio a largo plazo, choca frontalmente con la alta distancia de poder (la legitimación de grandes diferencias sociales); la cultura de alto contexto; las relaciones económicas basadas en las relaciones personales en el largo plazo; el rito; las jerarquías; la policronía (se hacen varias cosas a la vez, atendiendo antes a aquellos con mayor prestigio social entre las amistades), y la contratación intrafamiliar de la Diáspora china, en el marco de su nepotismo institucional: a veces no se contratan ni los mejores productos; ni los mejores profesionales, ni los mejores factores de producción, si no aquellos pactados dentro de las familias, aunque se esté dando cierta evolución a formas de gestión más modernas, internacionales. Muchas instituciones occidentales, pierden de vista dos elementos culturales de grandísima importancia: la "*guanxi*" y la "*face*". La "*guanxi*" es la red de relaciones para los negocios entre las familias extensas chinas labradas en el largo plazo. Estamos ante sociedades de baja confianza: es decir, nadie se fía más que de quién conoce bien en su clan o familia, desconfiando del Estado y aquellos fuera de la *guanxi*, que es donde se labra la confianza de que las cosas vayan a salir bien (impagos y errores, fundamentalmente). El otro concepto cultural es la "*face*", es decir la reputación personal (dignidad y prestigio) en términos netamente asiáticos: la persona que interacciona en la "*guanxi*", estará constantemente buscando el reconocimiento y la consideración de los otros miembros de la "*guanxi*" para mejorar su "*face*". El trabajador malasio delega todas las decisiones a sus superiores, y no tiene ninguna autonomía frente a los mismos. Además es hipersensible ante críticas de ningún tipo sobre sí mismos o la calidad de su trabajo puesto que no quiere perder su "*face*": mientras que la cultura occidental podría ser una "*cultura de la culpa*", en la asiática se trataría de una "*cultura de la vergüenza*". Por tanto, existe una alta distancia cultural que pueda dar lugar a múltiples fricciones, especialmente dado el interés marginal que estos países tienen para la empresa española; la mayor aversión de los españoles a la incertidumbre (Malasia) y la falta de consideración de los aspectos culturales y PESTLE, en la formación y selección de ejecutivos y diplomáticos españoles para trabajar en la zona. Además, la NEP y la *cultura de baja confianza*, puedan retraer el crecimiento de la PYME en Malasia y el desarrollo tecnológico de la misma en Malasia y Singapur. Finalmente, cuando el representante español abandona el país, pierde la *guanxi* que ha costado años y gran esfuerzo (no es



"transferible", es algo netamente personal), afectando las posibilidades de la empresa o la sección diplomática para promover los intereses económicos españoles: esta situación suscitaría un replanteamiento la organización de empresas y oficinas comerciales españolas en los países de la Diáspora China, y una consideración más elaborada de la formación y reclutamiento teniendo en cuenta sus particularidades.

**D. Con respecto al análisis de la Seguridad Internacional:** ¿Existe riesgo securitario en Malasia y Singapur? ¿Es por tanto deseable su creciente imbricación con la economía española? Como en el ámbito político en Malasia, hay luces y sombras. Por una parte, la Seguridad de los Estrechos parece asegurada para el comercio mundial por el *Acuerdo de los Cinco Poderes* en el marco de la Commonwealth, que es bastante flexible, pero no significa compromisos firmes para Malasia y Singapur. Sentado esto, aunque se habría controlado la piratería en los Estrechos, este un fenómeno que todavía no se habría erradicado. Por la otra, en Singapur existe una colaboración estrecha con los EEUU: el *Israel de los Estrechos*, estaría muy buen armado y contaría con el paraguas defensivo norteamericano para contener el ascenso de la RP China, y defender la circulación de los navíos esenciales para la economía mundial. Este es el ascenso de una enorme potencia económica y militar tercermundista, cuyos efectos se dejan notar en España en las actividades económicas de la inmigración china con origen en la provincia de Zhejiang: desde el dumping social y ecológico, a las actividades de las mafias chinas y el bajísimo respeto de la Propiedad Industrial e Intelectual de los países occidentales. Aunque las tensiones entre Singapur, por una parte, y Malasia e Indonesia, por la otra, parecen haberse reducido desde que *Sukharno* fue depuesto, no se puede perder de vista el problema histórico de la "doble minoría" en el mundo predominantemente malayo (musulmán) de Malasia e Indonesia: los malayos son minoría en Singapur frente a los chinos, y los malayos (musulmanes) mayoría en una región geográfica donde los chinos son minoría. Mientras la economía de la ASEAN crezca intensamente, no parece haber mucho de lo que preocuparse, pero es una variable que no se debe de perder de vista en el entorno político pro malayos (musulmanes) malasio, si la economía se contrae en un futuro, en un marco de creciente fundamentalismo islámico. Por tanto, la percepción de injusticia ante el alto poder económico de las minorías chinas de la Diáspora de parte de los malayos (musulmanes), y la percepción de discriminación en el marco de la NEP malasia, de los miembros de la Diáspora China e India en las instituciones públicas en Malasia, a favor de los malayos, son la variable a seguir. Sobre todo ante la creciente confianza de las minorías de la Diáspora China en la ASEAN, que se sienten cada vez apoyadas y protegidas, gracias a su acercamiento y relaciones económicas a/con la RP China, así como el creciente poder duro y blando del Imperio Medio en su patio trasero. Sentado esto, el *Acuerdo* parece haber contenido las ambiciones de Indonesia, pujante en lo económico, como se demostró en la intervención de Malasia y Singapur en Timor Oriental en los años 90.

España es identificada con EEUU y el Reino Unido por su pertenencia a la OTAN, lo que determina una asociación involuntaria de la imagen de España con la de los ex colonizadores europeos, tanto peor cuando existe una pérdida de influencia relativa y poder económico de Occidente en ambos países, y el poder blando tanto japonés como norteamericano está en franco retroceso en toda la ASEAN: la crisis económica, lógicamente hace mella en los atributos duros de Occidente y sus aliados en términos de imagen país. Por el contrario, el poder blando de la RP China, que se promueve a partir de buenas estrategias y bastantes medios, a escala del Sudeste Asiático está en ascenso, así como las crecientes relaciones económicas con Malasia y

Singapur, de gran tamaño y esenciales para el funcionamiento de los dos países con mayor presencia de la Diáspora China en Asia. La política de seguridad de la RP China es altamente pragmática y orientada a los intereses económicos inmediatos de la RP China, en un momento en el que con su estrategia de "rebalance" de las relaciones económicas y securitarias en Asia, el *Gobierno Obama* habría intensificado los esfuerzos tradicionales para contener el avance chino, a escala regional: EEUU cuenta con el apoyo de un Japón debilitado y una Corea del Sur fortalecida y confiada, y el objetivo de China es expulsar a las potencias occidentales de una región que considera le pertenece. El rol de "pívot" que quiere jugar EEUU en Asia, también se ve constreñido por la crisis económica desde 2008, y la fuerte dependencia económica de los EEUU de China, tenedor de una gran parte de la altísima deuda pública exterior norteamericana de los EEUU, cuya economía a la altura de 2015 acumuló enormes desequilibrios en materia de balanza de pagos: el dinero chino, como el japonés y el de los países del Golfo Pérsico, contribuyen en muy gran medida a compensar los desequilibrios norteamericanos. Prueba de ello son los recientes acuerdos con Filipinas; Vietnam y hasta la misma India para parar el avance continental e influencia de la RP China en Asia, desde Tailandia y Myanmar a Pakistán. Por tanto, España entra en lo económico en esta parte de Asia en un momento delicado para los intereses occidentales, existiendo un acercamiento entre EEUU y Malasia, supuestamente un "país musulmán con el que se puede hablar", lo que contrasta con el ascenso del fundamentalismo islámico en Malasia y a escala global y la falta de respeto de los Derechos Humanos en Malasia. La postura de Singapur y Malasia ante el ascenso de la RP China, parece ser tener un pié dentro del paraguas americano y otro pié fuera: se depende el poder militar americano y los mercados occidentales tradicionales así como los de sus aliados, Japón y Corea, en un acercamiento a la RP China paralelo a su creciente dependencia económica del Imperio Medio. Malasia, pero especialmente Singapur, querrían beneficiarse de la "acomodación" y competencia entre EEUU y la RP China por el control del Este y el Sudeste Asiático, pero sin ofender a ninguno de los contendientes, con especial atención a la RP China. Sin embargo esta posición se entiende delicada. Más allá del problema de Taiwán, vuelven a tomar ímpetu los contenciosos del Mar de China en las Islas Spratley y las Shenkaku: en el primero existirían rivalidades entre los diferentes miembros de la ASEAN, incluida Malasia, y entre estos y la RP China; el segundo sería un contencioso sino japonés con hondas raíces históricas en la Segunda Guerra Mundial. Si bien China utiliza estos conflictos para promover la xenofobia anti occidental, y distraer la atención del público chino sobre los grandes problemas y crecientes tensiones internos en la RP China, con el objetivo de afianzar el dominio de un Partido Comunista cada vez más autoritario que depende del crecimiento económico para su legitimidad (al igual que los regímenes autoritarios malasio y singapurense), existen riesgos de que su estrategia de expansión en el Mar de China, gota a gota, palmo a palmo, pueda provocar conflictos involuntarios de mayor calado. En suma, son muchas las incógnitas en el plano nacional e internacional, o por la competencia sino-americana o en las fallas y lindes entre el mundo musulmán y las minorías étnicas en Malasia y Singapur, las que vaticinan incertidumbre y ciertos riesgos securitarios. Sentado esto, la creciente imbricación económica a escala regional del Este y el Sudeste Asiático, de la que dependen el bienestar tanto de la RP China, como de aquellos países de la ASEAN y el Este de Asia, alineados con los EEUU, no parecen, en principio, vaticinar conflictos de gran calado en el corto plazo, aunque la situación parece deteriorarse en el Mar de China en los últimos meses. En el largo plazo, como decía *Keynes* "estamos todos muertos". Sin embargo, el panorama, complejo y con claroscuros, define ciertos riesgos securitarios que se debería de tener en cuenta en cualquier estrategia española en Malasia y Singapur.

## Lista de símbolos, abreviaturas y siglas

A	Tecnologías altas
AAPP	Administraciones Públicas
ABC	<i>Australian Broadcasting Corporation</i> , la radio televisión nacional australiana
AAEE	Asuntos Exteriores
AAVV	Autores Varios, obra colectiva o "AA. VV."
ABIM	<i>Angkatan Belia Islam Malaysia (ABIM)</i> , o Movimiento de las Juventudes Musulmanas de Malasia, de corte moderado
ACCA	<i>Association of Chartered Certified Accountants</i> , la asociación de contables certificados de la Commonwealth, sus títulos, adaptados a las regulaciones y prácticas locales, permiten ejercer profesiones contables y financieras dentro y fuera de la Commonwealth
AEAT	<i>Agencia Española de la Administración Tributaria</i> (Ministerio de Hacienda)
ALC	<i>Acuerdo de Libre Comercio</i>
AMETIC	<i>Asociación de Empresas de Electrónica, Tecnologías de la Información, Telecomunicaciones y Contenidos Digitales</i>
AOD	Ayuda al Desarrollo
AFTA	<i>Asean Free Trade Area</i> , el área de libre comercio de la ASEAN (ANSA en Español)
ANSA	<i>AFTA</i>
APEC	<i>Foro de Cooperación Económica Asia Pacífico</i> , bajo liderazgo norteamericano
ASEAN	<i>Asociación de Naciones del Sudeste Asiático</i> (Malasia; Singapur, Tailandia; Myanmar (Birmania); Indonesia; Vietnam; Brunei; Filipinas, Laos y Camboya)
B	Tecnologías bajas
BBC	La <i>British Broadcasting Corporation</i> , es la radio televisión pública británica.
BC	Barreras culturales
Bhd	<i>Berhad</i> , lo más parecido a una Sociedad Anónima en el Derecho Mercantil de Malasia
B2B	<i>Business to Business</i> . Se refiere al comercio o a la imagen entre los negocios, sin relación con el consumidor final de bienes o servicios de consumo al por menor.
CAD-CAM	Diseño Asistido por Ordenador ("CAD") y Fabricación Asistida por Ordenador ("CAM")
CPF	<i>Central Provident Fund</i> , fondo nacional de pensiones lo más parecido a la caja de la Seguridad Social española, en Singapur
Cod.	Código
DAP	<i>Democratic Action Party</i> , partido chino progresista en la oposición (coalición <i>Pakatan Rakyat</i> )
EAFRIH	<i>Estados Unidos; Alemania; Francia; Reino Unido, Italia y Holanda</i>
EEUU	<i>Estados Unidos de América</i>
EDB	<i>Economic Development Board</i> , agencia estatal singapurense al cargo de la promoción de la IDE y el desarrollo económico
Elcano	Real Instituto El Cano de estudios internacionales y estratégicos
EMs	Empresas multinacionales (transnacionales)
EPF	<i>Employers Provident Fund</i> , fondo nacional de pensiones lo más parecido a la caja de la Seguridad Social de Malasia
EREs	Empresas Relacionadas con el Estado, del inglés " <i>GLC</i> " ( <i>Government Linked Companies</i> )
ERP	Sistema de Planificación de Recursos Empresariales (del inglés "ERP")
IASB	<i>International Accounting Standards Board</i> , la Junta de Normas Internacionales de Contabilidad
Ibid.	En el mismo lugar (obra citada en la misma página en la referencia inmediatamente anterior)
IDE	Inversión directa extranjera
I+D+I	Investigación, Desarrollo e Innovación
ITC	Índice de Tendencia de Competitividad
HDB	<i>Housing Development Board</i> , el Instituto de la Vivienda de Singapur.
HS	Código Armonizado de Mercancías ó HS, del inglés " <i>Harmonised System</i> " ó "cod. HS"
IMD	<i>International Institute for Management</i> , de Lausana, Suiza, una de las escuelas de negocios mejor consideradas internacionalmente
ICEX	<i>Instituto Español de Comercio Exterior</i>
ILO	<i>International Labor Organisation</i> , la Organización Internacional del Trabajo (OIT)
IP	Imagen país
IPC	Índice de Precios al Consumo
IPX	Índice de evolución del tipo de cambio del Euro frente a otras monedas

ISA	<i>Internal Security Act</i> , la ley de Seguridad Nacional de Malasia y Singapur que incluye provisiones que significan queiebras de los Derechos Humanos
ISEAS	<i>Institute of South East Asian Studies</i> , Instituto de Estudios del Sudeste Asiático de Singapur
ISIS	<i>Estado Islámico</i>
IVA	Impuesto sobre el Valor Añadido
KPIs	<i>Indicadores Clave de Desempeño</i> , sistema introducido por el Gobierno Badawi, para mejorar la eficacia y la eficiencia de las grandes empresas públicas malasias desde 2004.
MAAC	<i>Malaysian Anti Corruption Commission</i> , la agencia para la lucha contra la corrupción.
MA	Tecnologías medias-altas
MAS	<i>Malaysian Airlines</i> , la compañía nacional de transporte aéreo de Malasia
MB	Tecnologías medias-bajas
MIC	<i>Malaysian Indian Congress</i> , partido indio en la coalición Barisan Nasional en el poder
MCA	<i>Malaysian Chinese Association</i> , partido político, voz de la empresa china malasia en la coalición <i>Barisan Nasional</i> en el poder en Malasia
MIDA	<i>Malaysian Investment Development Agency</i> , agencia para la promoción de IDE en Malasia
MITI	<i>Ministry of Trade and Industry</i> : el Ministerio de Comercio e Industria de Malasia
MSC	<i>Multimedia Super Corridor</i> , Zonas especiales en las que el Gobierno de Malasia ofrece incentivos al establecimiento de empresas del clúster de AMETIC
MSRC	<i>Malaysian Strategic Research Centre</i> , centro de estudios de Estrategia Seguridad del Gobierno de Malasia
NEP	<i>La Nueva Política Económica</i> , la política de discriminación positiva a favor de los malayos (musulmanes) de Malasia desde los años 70
NDP	<i>La New Development Policy</i> la política de discriminación positiva a favor de los malayos (musulmanes) de Malasia desde los años 90, que sucede a la NEP (con políticas parecidas)
NEM	<i>New Economic Model</i> , política de liberalizaciones bajo el Gobierno de Najib tun Razak (2010)
NNUU	Naciones Unidas
nº	Número
OIT	<i>La Organización Mundial del Trabajo</i> , en inglés " <i>ILO</i> "
OP	Oportunidades de exportación e inversión
Op. cit.	En la obra citada (en la bibliografía y/o en el mismo capítulo).
PAP	<i>Peoples Action Party</i> , partido conservador en el poder en Singapur desde 1965, controlado por <i>Lee Kuan Yew</i> y su familia
PAS	<i>Pan-Malaysian Islamic Party</i> , partido islámico conservador en la coalición de oposición (la <i>Pakatan Rakyat</i> )
PESTLE	Entornos: político (P); económico (E); social (S); tecnológico (T), legislativo (L) y medioambiental (E)
PESTLEC	Entornos: político (P); económico (E); social (S); tecnológico (T); legislativo (L), medioambiental (E) y cultural (C)
PIB	Producto Interior Bruto
PKR	<i>Parti Keadilan Rakyat</i> , partido de oposición, moderado, musulmán de la coalición de oposición ( <i>Keadilan Rakyat</i> ), que defiende las causas de <i>Anwar Ibrahim</i> (ex Vice Primer ministro)
p. ej.	Por ejemplo
pp.	Páginas, las páginas precisas dentro de una referencia se indican como "pp." o "p.", mientras
que	para indicar el número de páginas total de la fuente, se indica "páginas".
RE	Riesgo económico
RM	<i>Ringgit Malaysia</i> , la moneda oficial de Malasia, el Ringgit
RMAF	<i>Royal Malaysian Air Force</i> , el equivalente malasio al Ejército del Aire
RP	Riesgo político
RS	Riesgo securitario
SD	<i>Singapore Dollars</i> , dólares de Singapur, la moneda oficial de Singapur.
Sdn Bhd	<i>Sendiran Berhad</i> , lo más parecido a una Sociedad Limitada en el Derecho Mercantil malasio
SS	Seguridad Social
tb.	También
TTP	<i>Acuerdo Estratégico Trans Pacífico de Asociación Económica</i> , bajo liderazgo norteamericano promovido en el APEC.
UEM	<i>United Engineers Malaysia</i> , la gran empresa de infraestructuras malasia
UE	<i>Unión Europea</i>
UEO	<i>Unión Europea Occidental</i> , proyecto de comunidad para la Defensa de la UE
UNESCO	<i>La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura</i>

UMNO	<i>United Malays National Organisation</i> , partido pro malayos (musulmanes), líder de la coalición <i>Barisan Nasional</i> en el poder en Malasia.
UKTI	<i>United Kingdom Trade and Investment</i> , la agencia británica de promoción del comercio exterior e inversiones en el extranjero.
US\$	Dólares americanos
Vol.	Volumen
WEF	<i>World Economic Forum</i> , el Foro Económico Mundial que realiza estudios de competitividad internacional de países
\$	Dólar

## Lista de tablas y figuras

Tabla 1	Características generales de la población de Malasia: etnia, religión e inmigración, 2010	p. 45
Tabla 2	Características generales de la población de Singapur: etnia, religión e inmigración, mayores de 15 años	p. 46
Tabla 3.	Circunscripciones en las que ha ganado el Barisan Nasional en Malasia Peninsular en las elecciones de 1999 a 2013, en porcentaje	p. 65
Tabla 4	Porcentaje de votos y escaños para el Barisan Nasional o el Pakatan Rakyat, 2013	p. 66
Tabla 5	Censo del Estado de Sarawak y del Estado de Sabah, Malasia Insular, 2010	p. 68
Tabla 6	Indicadores macroeconómicos seleccionados de Malasia, en porcentajes y millones de dólares	p. 101
Tabla 7	Malasia, evolución de la productividad de los factores (%) por sector	p. 103
Tabla 8	Principales partidas de exportación de Malasia en 2012, miles de Euros	p. 104
Tabla 9	Tasa de Ahorro Nacional/PIB en porcentaje, 2004-2012	p. 129
Tabla 10	Retorno de la Inversión (ROC), 1993-2007 y 1998-2007	p. 129
Tabla 11	Indicadores de Gobernabilidad del Banco Mundial (0 nivel mínimo / 100 nivel óptimo)	p. 159
Tabla 12	Principales exportaciones de Singapur en miles de dólares, sistema HS (dos dígitos)	pp.172-173
Tabla 13	Los factores más problemáticos para hacer negocios en Singapur según el WEF	p. 175
Tabla 14	Tasa de crecimiento de la Productividad Total de los Factores	p. 179
Tabla 15	Posiciones en el Ranking Mundial de Competitividad del Talento del IMD, 2014	p. 182
Tabla 16	Tasas de renuncia al empleo mensuales/anuales en Singapur en sectores seleccionados	p. 188
Tabla 17	Evolución de la tasa de crecimiento de la productividad del trabajo en Singapur 2003- 2012	p. 192
Tabla 18	Variación trimestral de la producción industrial singaporense, 2010-2011	p. 192
Tabla 19	Exportaciones de Malasia 2008-2012 por países, en miles de dólares	p. 215
Tabla 20	Exportaciones de Singapur 2010-2015 por países, en miles de dólares	p. 225
Tabla 21	Extranjeros con certificado de registro o tarjeta de residencia en vigor en España según nacionalidad de 30-09-2013 a 30-06-2014, y población de la Diáspora China sobre la población total (2011)	p. 256
Tabla 22 (A)	Singapur, Inversión Extranjera directa en por sectores de actividad, en millones de US\$	p. 259
Tabla 22 (B)	Flujo interno del stock de la inversión en país "Singapur" en el sector "Total (Servicios y mercancías)" en millones de dólares americanos	p. 260
Tabla 23	Malasia, Inversión Extranjera directa en por sectores de actividad, en millones de US\$	p. 261
Tabla 24	Flujo interno del stock de la inversión en país "Malasia" en el sector "Total (Servicios y mercancías)" en millones de dólares americanos	p. 262
Tabla 25	Principales exportaciones de EEUU a Singapur en miles de Euros	pp. 266-267
Tabla 26	Exportaciones de EEUU a Malasia, en miles de Euros, 41 partidas más importantes	pp. 269-270
Tabla 27	Stock de IDE en el mundo por países en 2013, en miles de millones de Euros	p. 271
Tabla 28	Porcentajes de IDE exterior e interior de la UE en 2013, por orígenes y destinos	p. 272
Tabla 29	Flujos de IDE y stocks entre la UE y la ASEAN por países en millones de Euros, 2013	p. 272
Tabla 30	Principales países inversores en la UE y principales países destino de inversión de la UE, en términos de IDE, en miles de millones de dólares, 2013	p. 273
Tabla 31	Principales exportaciones de la UE a Singapur en millones de Euros.	p. 274
Tabla 32	Exportaciones de la Unión Europea (EU15) a Malasia por países, millones de dólares	p. 277
Tabla 33	Principales exportaciones de la UE a Malasia por categorías de productos, en miles de dólares americanos	p. 278
Tabla 34	Comercio UE-Singapur de servicios, en millones de Euros	p. 280
Tabla 35	Singapur, Importaciones de Servicios por tipos de servicio, en miles de dólares	p. 281
Tabla 36	Singapur, Importaciones de Servicios por países, en miles de dólares	p. 282
Tabla 37	Malasia, Importaciones de Servicios por tipos de servicio, en miles de dólares	p. 284
Tabla 38	Lista de sectores liberalizados en Malasia en 2009	p. 287
Tabla 39	Comercio bilateral entre el Reino Unido y Singapur en miles de Euros, 23 primeras partidas	p. 292
Tabla 40	Comercio bilateral entre el Reino Unido y Malasia en miles de Euros, 20 primeras partidas	p. 296
Tabla 41	Comercio bilateral entre Singapur y Francia en miles de dólares americanos	p. 303
Tabla 42 (A)	Comercio bilateral entre Malasia y Francia en miles de dólares americanos	p. 304
Tabla 42 (B)	Exportaciones francesas a Malasia por categorías de productos, 2014	p. 305
Tabla 43	Saldo Comercial de Italia con el mundo y los países de la ASEAN en miles de dólares	p. 306
Tabla 44	Comercio bilateral entre Italia y Singapur en miles de dólares americanos	p. 307
Tabla 45	Comercio bilateral entre Italia y Malasia en miles de dólares americanos, 23 primeras partidas	p. 310
Tabla 46	Comercio bilateral entre Alemania y Singapur en miles de Euros	p. 312
Tabla 47	Comercio bilateral entre Alemania y Malasia en miles de Euros, 29 primeras partidas	p. 314
Tabla 48	Exportaciones de Australia a Singapur por rúbricas de la partida 71 en código HS	p. 317

Tabla 49	Comercio bilateral entre Australia y Singapur en miles de Euros, 30 primeras partidas	p. 318
Tabla 50	Comercio bilateral entre Australia y Malasia en miles de Euros, 30 primeras partidas	p. 319
Tabla 51	Exportaciones de Nueva Zelanda a Singapur en miles de Euros, primeras 30 partidas.	p. 320
Tabla 52	Comercio bilateral entre Nueva Zelanda y Malasia en miles de Euros	p. 322
Tabla 53	Exportaciones totales, exportaciones a Malasia y Singapur y su posición en el ranking de países destino de exportaciones de países seleccionados en 2014, en miles de dólares.	p. 326
Tabla 54	Ratio exportaciones / exportaciones españolas (al Mundo, Malasia y Singapur). Exportaciones a Malasia y Singapur como porcentaje del total de las exportaciones nacionales. Relación entre el PIB del país competidor y el de España. En miles de dólares americanos de 2013	p. 327
Tabla 55	Importaciones de Singapur, ratio de exportaciones a Singapur / PIB, de países de la Unión Europea a 27 miembros (2013), en miles de dólares americanos. Porcentaje de exportaciones a Singapur de los países UE 27 sobre del total de exportaciones de la UE	p. 330
Tabla 56	Importaciones totales, importaciones de Malasia y Singapur y posición en el ranking de países origen de importaciones en países seleccionados en 2014, en miles de dólares.	p. 332
Tabla 57	Importaciones de Malasia y ratio de exportaciones/PIB de países de la Unión Europea (2013), en miles de dólares americanos. Porcentaje de exportaciones a Singapur de los países UE 27 sobre el total agregado de exportaciones de los UE 27	p. 333
Tabla 58	Tasas de crecimiento de las exportaciones a Malasia, 2010-2014	p. 334
Tabla 59	Tasas de crecimiento de las importaciones de Malasia, 2010-2014	p. 334
Tabla 60	Tasas de crecimiento de las exportaciones a Singapur, 2010-2014	p. 335
Tabla 61	Tasas de crecimiento de las importaciones de Singapur, 2010-2014	p. 336
Tabla 62	Exportaciones e importaciones, y saldo comercial españoles por áreas geográficas, porcentaje sobre el total ("%") en 2013, y tasas de variación porcentual ("Var.") en el periodo 2012-2013, en millones de Euros.	p. 337
Tabla 63	Tasas de Cobertura del comercio exterior de España (exportaciones/importaciones) en los países ASEAN y las principales potencias económicas del Este de Asia, en miles de dólares, 2010-2014	p. 338
Tabla 64	Saldo comercial de España con la ASEAN y el Este de Asia en miles de dólares, 2010-2014	p. 340
Tabla 65	Exportaciones españolas a la ASEAN y el Este de Asia en miles de dólares	p. 341
Tabla 66	Crecimiento de Exportaciones, Importaciones y PIB por regiones en porcentajes, 2011-2013	p. 341
Tabla 67	Importaciones españolas de la ASEAN y el Este de Asia en miles de dólares, 2010-2014	p. 342
Tabla 68	Principales exportaciones de España a Singapur en miles de dólares	p. 343
Tabla 69	Análisis de las veinte primeras partidas de exportación española a Singapur de acuerdo a la intensidad tecnológica de sus productos	p. 344
Tabla 70	Comparación entre el PIB, Exportaciones y Productividad: España, Italia y Francia, 2012	p. 345
Tabla 71	Ranking de las partidas de exportación de la oferta exportadora global española, y exportaciones de estas partidas de España, Francia e Italia a Singapur	pp. 348-352
Tabla 72	Principales importaciones de España a Singapur en miles de dólares	p. 354
Tabla 73	Flujos de inversión bruta, de Singapur en España, en miles de Euros, operaciones no ETVE	p. 356
Tabla 74	Flujos de inversión bruta, de España en Singapur, en miles de Euros, operaciones no ETVE	p. 356
Tabla 75	Principales exportaciones de España a Malasia en miles de dólares	p. 361
Tabla 76	Ranking de las partidas de exportación de la oferta exportadora global española, y exportaciones de estas partidas de España, Francia e Italia a Malasia	pp. 362-367
Tabla 77	Principales importaciones a España de Malasia en miles de dólares	pp. 370
Tabla 78	Flujos de inversión bruta, de Malasia en España en miles de Euros, operaciones no ETVE	pp. 372
Tabla 79	Flujos de inversión bruta, de España en Malasia en miles de Euros, operaciones no ETVE	pp. 372
Tabla 80	Cinco dimensiones culturales de Geert Hofstede	p. 378
Tabla 81	Impacto de dimensiones culturales seleccionadas de Hofstede en la práctica de la gestión de RRHH Internacionales y el Comportamiento Organizacional	p. 384
Tabla 82	Metodología Country Rep Trak (2010 y 2013)	p. 408
Tabla 83	Posición de España en el ranking del estudio Country Rep Trak, para los países del G8	p. 409
Tabla 84	Ayuda al Desarrollo de España expresada en porcentaje de la Renta Nacional Bruta (RNB)	p. 412
Tabla 85	Posición de España en el ranking del estudio Country RepTrak en Iberoamérica	p. 418
Tabla 86	Los cinco componentes de la "identidad competitiva" de las naciones de Simon Anholt	p. 421
Tabla 87	Estrategia, sustancia y acciones simbólicas para mejorar la identidad competitiva de las naciones	p. 422
Tabla 88	El "Hexágono", las seis dimensiones del ranking de marca país (NBI) Anholt-GfK Roper	p. 428
Tabla 89	Dimensiones básicas en el Modelo HDM de FutureBrand y posiciones de España en el ranking de 2012	p. 429
Tabla 90	España, posición en el ranking para asociaciones seleccionadas del HDM 2010-2012	p. 430
Tabla 91	Drivers futuros de la marca país en el modelo HDM de la consultora Futurebrand, 2013	p. 431
Tabla 92	España, posiciones seleccionadas en el ranking del IMD de 2010	p. 432
Tabla 93	España, posiciones en el ranking del IMD de 2012 por categorías, fortalezas y debilidades	p. 434
Tabla 94	España, posiciones en los rankings de Marca País, 2009-2013	p. 436

Tabla 95	Resultados del Estudio sobre la visibilidad de España en el Financial Times y el Wall Street Journal (2007-2012)	p. 438
Tabla 96	Exportaciones de Malasia; Singapur, los países occidentales EAFRIH y España a Hong Kong. Ratio Exportaciones país/exportaciones de España, 2015, en miles de dólares americanos	p. 456
Tabla 97	Ocupaciones de los componentes de la muestra en el estudio de campo sobre Singapur	p. 497
Tabla 98	Resultados de del estudio de campo sobre la imagen de España en Singapur	p. 498
Tabla 99	Tiendas del Grupo Inditex en el Este y Sudeste Asiático, el "Efecto Zara"	p. 499
Tabla 100	Ocupaciones de los componentes de la muestra en el estudio de campo sobre Malasia	p. 510
Tabla 101	Resultados de las encuestas y entrevistas sobre la imagen de España en Malasia	p. 511



## Fuentes

La lista de fuentes contiene los libros; capítulos de libros en obras colectivas, informes y artículos seleccionados más importantes en las más de 2050 referencias del estudio, así como otras obras relevantes no incluidas en el mismo. Los autores no listados independientemente de forma alfabética, aparecen bajo el nombre del editor principal de la obra colectiva en la que publican un capítulo. Los nombres chinos, indios y africanos se dejan tal y como aparecen en los documentos, ya que hay diferentes formas de expresarlos y además, en el caso específico de los chinos, combinaciones con nombres occidentales y diferentes sistemas de transcripción (pinyin o sistema Wade-Gilles).

### "A"

ABASOLO QUESADA, ANA MARIA, "El sistema de distribución comercial en Japón", informe supervisado por la Oficina Comercial de España en Tokio, Instituto Español de Comercio Exterior, 2012, 43 páginas.

ACHARYA, AMITAV, *Singapore's Foreign Policy, The Search for Regional Order*, 1ª edición, Singapur, World Scientific Publishing Co Pte Ltd, 2008, 205 páginas.

AAVV, *Malaysia's Foreign Policy: The First Fifty Years: Alinement, Neutralism, Islamism*, 1ª edición al cuidado de Abdul Razak Baginda, Kuala Lumpur, Malasia, Malaysian Strategic Research Centre, 2010, 388 páginas.

ANHOLT, SIMON, "Place branding: Is it marketing, or isn't it?", en *Place Branding, and Public Diplomacy*, Houndmills, Basingstoke, Hants, Reino Unido, Routledge, nº 4 de 2008, páginas 1-6, disponible en la red en <URL: <http://www.palgrave-journals.com/pb/journal/v4/n1/full/6000088a.html>> (accedido el 15.05.2013).

ALLERS, CHARLES, *Anwar Ibrahim, Evolution of a Muslim Democrat*, 2ª edición (1ª edición *The Evolution of a Muslim Democrat: The Life of Malaysia's Anwar Ibrahim*, Nueva York, Peter Lang Publishing, 2013), Singapur, Monsoon Books Ltd., 2014, 335 págs.

RAMASAMY, P., "International Labour Migration and Conflict: Foreign Labour in Malaysia", en AAVV, *International Migration in South East Asia*, 1ª edición al cuidado de Aris Ananta y Evi Nurvidya Arifin, Singapur, Institute of South East Asian Studies, 2004, 373 páginas, pp. 273-296.

ATHUKORALA, PREMA CHANDRA, "Foreign Direct Investments development in Asia: Trends, patterns and prospects" y "Product Fragmentation and Trade Patterns in Asia", en Athukorala, Prema Chandra, *Multinational Enterprises in Asian Development*, 1ª edición, Cheltenham, Reino Unido, Edward Elgar Publishing Ltd, 2007, 282 páginas, en pp. 12-41 y 72-99, respectivamente.

### "B"

BA, ALICE D., "Who's socialising whom? Complex engagements in Sino-ASEAN relations" en AAVV, *Theorising South East Asian Relations: Emerging Debates*, 1ª edición al cuidado de Amitav Acharya, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, 2009, 134 páginas, pp. 31- 53.

BALIÑA, SARA y BERGES, ANGEL, "Flujos Financieros y Dinámica de la Deuda de España", en el número monográfico "La consolidación fiscal en el horizonte 2017", Madrid, Fundación de las Cajas de Ahorro (FUNCAS), Cuadernos de Información Económica, nº 240, mayo 2014, 127 páginas.

BAKER, JIM, *Crossroads, A Popular History of Malaysia and Singapore*, 3ª edición, Singapur, Marshall Cavendish International (Asia) Ltd., 2014, 453 páginas.

BARBER, ANDREW, *Malaya, The Making of a Nation*, Kuala Lumpur, AB&A, 2008, 140 páginas

BARR, MICHAEL D., *Lee Kwan Yew, The Beliefs Behind the Man*, 2ª edición, New Asian Library, Kuala Lumpur, Malasia, 2009 (1ª edición de CurzonRoutledge: Monografía número 52 del NIAS [Nordic Institute of Asian Studies], Abingdon, Richmond, Surrey, Reino Unido, Curzon Press, 2000, 273 páginas), 281 páginas.

BAILEY, JONATHAN, *Great Power Strategy in Asia, Empire Culture and Trade 1905-2005*, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, 2007, 312 páginas.

BAILY, CHRISTOPHER y HARPER, TIM, *Forgotten Wars: The End of Britain's Asian Empire*, Londres, Penguin Books Ltd., 2008, 720 páginas, (1ª edición de 2007, de la división Allen Lane del mismo grupo editorial Penguin).

BARLOW, COLIN y LOH KOK WAH, FRANCIS, *Malaysian Economics and Politics in the New Century*, 1ª edición, Cheltenham, Reino Unido, Edward Elgar Publishing Ltd, 2003 (basado en las actas de la Primera Conferencia [bienio] Australia - Malasia en Canberra, 2000; existe una nueva edición de bolsillo de 2005), 206 páginas.

BARNARD, TIMOTHY (editor)

REID, ANTONY, "Understanding Melayu (Malay) as a Source of Diverse Modern Identities", en AAVV, *Contesting Malayness*, 1ª edición al cuidado de Timothy P Barnard, Singapur, Singapore University Press (NUS Publishing), 2004, 318 páginas, pp. 1-55.

SHAMSUL A. B., "A History of an Identity, and Identity of a History: The Idea and Practice of "Malayness" en Malaysia Reconsidered", en AAVV, *Contesting Malayness*, 1ª edición al cuidado de Timothy P Barnard, Singapur, Singapore University Press (NUS Publishing), 2004, 318 páginas, pp. 135-148.

MATHESON HOOKER, VIRGINIA, "Reconfiguring Malay and Islam in Contemporary Malaysia", en AAVV, *Contesting Malayness*, 1ª edición al cuidado de Timothy P. Barnard, Singapur, Singapore University Press (NUS Publishing), 2004, 318 páginas, pp. 149-167.

BINGHUI LIAO y DEWEI WANG, *Taiwan under Japanese Colonial Rule, 1895-1945: History, Culture, Memory*, Nueva York, EEUU, Columbia University Press, 2006, 416 páginas.

BUNGE, MARIO, *Seudociencia e ideología*, Alianza Editorial, Madrid, 1985, 253 páginas.

BURUMA, IAN, *Bad Elements, Chinese rebels from Los Angeles to Beijing*, 1ª edición Nueva York, EEUU, Random House, 2001, 367 páginas.

BATEMAN, SAM; ZARA RAYMOND, CATHERINE y HO, JOSHUA, "Safety and Security in the Malacca and Singapore Straits", An Agenda for Action, Singapur, Informe del Institute of Defense and Strategic Studies, Mayo de 2002, 40 páginas.

BEESON, MARK, *Regionalism and Globalisation in East Asia, Politics, Security and Economic Development*, Basingstoke, Hampshire, Reino Unido, 1ª edición, 2007, 324 páginas.

BORAO MATEO, JOSÉ EUGENIO. "La imagen de España en la prensa de Taiwán. Su posible valor como motivación para el estudio del español", Actas del VII Congreso de didáctica del español en la República de China (Taiwán), Universidad de Tamkang, 21 mayo, 2004, pp. 109-126.

BRYMAN, ALLAN y BELL, EMMA, *Business Research Methods*, segunda edición, Oxford, Reino Unido, Oxford University Press (2003), 786 páginas

BUCKLEY, ROGER, *The United States in Asia Pacific since 1945*, primera edición, Cambridge, Reino Unido, Cambridge University Press, 2002 (vista previa disponible en Google Books), 258 páginas.

BURUMA, IAN y MARGALIT, AVISHAI, *The West in the Eyes of Its Enemies*, 1ª edición, Londres, Reino Unido, Penguin, edición de bolsillo de 2005 (existen otras ediciones posteriores del Grupo Penguin de 2004, pero el libro, extraordinario, es el mismo), 165 páginas.

CARPENTER, WILLIAM M. (editor)

CARPENTER, WILLIAM M., "Singapore, Stability and Prosperity", en AAVV, *Asian Security Handbook, Terrorism and the New Security Environment*, 3ª edición al cuidado de William M. Carpenter y David G. Viencek, Nueva Delhi, India, Pentagon Press 2007 (primera edición de 1996, Armonk, Nueva York, M. E. Sharpe Ltd., la edición india es una copia de la tercera edición de M. E. Sharpe de 2005), 365 páginas, pp. 259-264.

BABB, JOSEPH G. D. (Geoff), "China: The Rising Power of Asia and Its Relations with Pre Emptive America – Emerging Strategic Partnerships, Temporary Tactical Accommodation or Both", en AAVV, *Asian Security Handbook, Terrorism and the New Security Environment*, 3ª edición al cuidado de William M. Carpenter

## "C"

CRAWLEY, EILEEN; SWAILES, STEPHEN y WALSH, DAVID, *Introduction to International Human Resource Management*, 1ª edición, Oxford, Oxford University Press, 2013, 359 páginas.

CRESWELL, JOHN W. *Research Design, Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches*, 3ª edición, Thousand Oaks, California, EEUU, Sage Publications Inc de 2009 (existen ediciones anteriores del mismo de la misma editorial, la 2ª de 2003 y la 4ª que apareció en marzo de 2013), 260 páginas.

## "CH"

CHALONGPHOB SUSSANGKARN (editor)

Chia Siow Yue, "Inward and outward FDI and the restructuring of the Singapore Economy", en AAVV, *Foreign Direct Investment in Asia*, 1ª edición al cuidado de Chalongphop Sussangkarn, Yong Chul Park y Sin Jin Kang, de la colección Routledge Studies in the World Economy, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, 2011, 360 páginas, pp. 121-176.

THAM SIEW YEAN, LIEW CHEI SIANG y MOKHTAR, MARZIAG, "Foreign Direct Investment and spillovers in Malaysia", en AAVV, *Foreign Direct Investment in Asia*, 1ª edición al cuidado de Chalongphop Sussangkarn, Yong Chul Park y Sin Jin Kang, de la colección Routledge Studies in the World Economy, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, 2011, 360 páginas, pp. 51-83

CHIA WAI MUN (editor)

ADIREKSOMBAT, KAMPON, "Workfare, not Welfare: An Exploration of International Experiences and Policy Implications for Singapore", en AAVV, *Singapore and Asia, Impact of the Global Tsunami and other Economic Issues*, 1ª edición al cuidado de Sin Hui Jin y Chia Wai Mun, Singapur, World Scientific Publishing Co. Pte. Ltd., 2010 (basado en las actas de los Seminarios de la Nanyang Technological University – Ministry of Education de 2010), 203 páginas, pp. 159-173.

BICRAM RANA, PRADUMNA, "Asian Economic Integration: The Role of Singapore", en AAVV, *Singapore and Asia in a Globalised World: Contemporary Economic Issues and Policies*, 1ª edición al cargo de Chia Wai Mun y Sin Hui Jin, Singapore, World Scientific Publishing Co. Pte. Ltd., 2009, 222 páginas, pp. 121-140.

CHIA WAI-MUN, ZHANG YANG y YANG BO, "Asia's Role in the Global Economy and the International Financial System", en AAVV, *Singapore and Asia in a Globalised World: Contemporary Economic Issues and Policies*, 1ª edición al cargo de Chia Wai Mun y Sin Hui Jin, Singapore, World Scientific Publishing Co. Pte. Ltd., 2009, 222 páginas, pp. 141-154.

LAM CHUANG LEONG, "Innovation, Markets and Economic Growth: A Symbiosis", en AAVV, *Singapore and Asia in a Globalised World: Contemporary Economic Issues and Policies*, 1ª edición al cargo de Chia Wai Mun y Sin Hui Jin, Singapore, World Scientific Publishing Co Pte Ltd, 2009, 222 páginas, pp. 25-34.

LAM CHUANG LEONG, "The Role of Competition in Singapore: A Complexity Point of View", en AAVV, *Singapore and Asia, Impact of the Global Tsunami and other Economic Issues*, 1ª edición al cuidado de Sin Hui Jin y Chia Wai Mun, Singapur, World Scientific Publishing Co Pte Ltd, 2010 (basado en las actas de los seminarios de la Nanyang Technological University – Ministry of Education [NTU-MOE] de 2010), 203 páginas, pp. 133-144.

LIM CHONG YAH, "Transformation in the Singapore Economy: Course and Causes", en AAVV, *Singapore and Asia in a Globalised World: Contemporary Economic Issues and Policies*, 1ª edición al cargo de Chia Wai Mun y Sin Hui Jin, Singapore, World Scientific Publishing Co Pt. Ltd, 2009, 222 páginas, pp. 3-24.

LIM CHONG YAH, "The Asian Financial Crisis and the Sub-Prime Mortgage Crisis: A Dissenting View" en AAVV, *Singapore and Asia in a Globalised World: Contemporary Economic Issues and Policies*, 1ª edición al cargo de Chia Wai Mun y Sin Hui Jin, Singapore, World Scientific Publishing Co Pte Ltd, 2009, 222 páginas, pp. 105-120.

LIM CHONG YAH, "Singapore Growth Model: Its Strengths and Its Weaknesses", en AAVV, *Singapore and Asia, Impact of the Global Tsunami and other Economic Issues*, 1ª edición al cuidado de Sin Hui Jin y Chia Wai Mun, Singapur, World Scientific Publishing Co Pte Ltd, 2010 (basado en las actas de los seminarios Nanyang Technological University - MOE de 2009), 203 páginas, pp. 123-132.

SHUBHASREE, SESHANNA, "Globalization, Income Polarization and the Rise of the "New Challenger"", en AAVV, *Singapore and Asia in a Globalised World: Contemporary Economic Issues and Policies*, 1ª edición al cargo de Chia Wai Mun y Sin Hui Jin, Singapore, World Scientific Publishing Co Pte Ltd, 2009, 222 páginas, pp. 155-172.

SNG HUI YING, "Capital Accumulation, Capital-Output Ratio and Total Factor Productivity in Singapore", en AAVV, *Singapore and Asia in a Globalised World: Contemporary Economic Issues and Policies*, 1ª edición al cargo de Chia Wai Mun y Sin Hui Jin, Singapore, World Scientific Publishing Co Pte Ltd, 2009, 222 páginas, pp. 87-103.

CHIN, JAMES, "The Malaysian Chinese Dilemma: The Never Ending Policy (NEP)", *Chinese Southern Diaspora Studies*, volume 3º, 2009, pp. 167-182, en pp. 1-5.

CHINYONG LIOW, JOSEPH, *The Politics of Indonesia-Malaysia Relations: One Kin, Two Nations*, colección "Routledge Curzon Contemporary South East Asia", edición de bolsillo, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, 2008 (1ª edición de 2005), 236, páginas.

CHINGYONG LIOW, JOSEPH (editor)

CHONG, ALAN, "Michael Leifer and the security of South East Asia's maritime thoroughfares", en AAVV, *Order and Security in South East Asia: Essays in memory of Michael Leifer*, colección "Routledge Politics in Asia Series", 1ª edición al cargo de Joseph Chinyong Liow y Ralph Emmers, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, 2006, 244 páginas, pp. 127-141.

HUGHES, CHRISTOPHER, R, "Nationalism and Multilateralism in Chinese Foreign Policy: implications for South East Asia", en AAVV, *Order and Security in South East Asia: Essays in memory of Michael Leifer*, colección "Routledge Politics in Asia Series", 1ª edición al cargo de Joseph Chinyong Liow y Ralph Emmers, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, 2006, 244 páginas, pp. 110-127.

SHELDON, SIMON, "Realism and Regionalism in South East Asia" en AAVV, *Order and Security in South East Asia: Essays in memory of Michael Leifer*, colección "Routledge Politics in Asia Series", 1ª edición al cargo de Joseph Chinyong Liow y Ralph Emmers, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, 2006, 244 páginas, pp. 93-110.

CHINYONG LIOW, JOSEPH y HOSEN, NADIRSYAH (editores)

ACHARYA, AMITAV y DAUD, SITY, "The Myth of The Second Front", en AAVV, *Islam in Southeast Asia*, vol. IV, 1ª edición al cargo de Joseph Chinyong Liow y Nadirsyah Hosen, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, 2011, 438 páginas, pp. 368-382.

HEFNER, ROBERT W, "The Sword against the Crescent, Religion and Violence in Muslim South East Asia", en AAVV, *Islam in Southeast Asia*, vol. IV, 1ª edición al cargo de Joseph Chinyong Liow y Nadirsyah Hosen, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, 2011, 438 páginas, pp. 383-400.

CRESWELL, JOHN W. *Research Design, Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches*, 3ª edición, Thousand Oaks, California, EEUU, Sage Publications Inc, 2009 (existen ediciones anteriores del mismo de la misma editorial, la 2ª de 2003 y la 4ª que apareció en marzo de 2013), 260 páginas.

#### "D"

DENT, CHRISTOPHER M, "en Dent Christopher, *The Foreign Economic Policies of Singapore, South Korea and Taiwán*, 1ª edición, Cheltenham, Reino Unido, Edward Edgar Publishing Ltd, 2002, 352 páginas.

DELIOS, ANDREW and SINGH, KULWANT, capítulo 3 "Strategies for working with Governments in Asia", sección "Culture: Myths and alternate explanations", en *Strategy for Success in Asia: Mastering Business in Asia*, Hoboken, Nueva Jersey, EEUU, John Wiley & Sons Inc., 250 páginas.

DERESKY, HELEN, *International Management, Managing Across Borders and Cultures*, 5ª edición, Upper Saddle River, Nueva Jersey, EEUU, Pearson Education Inc, 2006 (1ª edición de 1994), 58 páginas, capítulos 3 y 4, pp. 79-144.

DRYSDALE, PETER (editor)

ARIFF, MOHAMAD, "Apec and ASEAN, complementing or competing?", en AAVV, *Asia Pacific Economic Cooperation, Critical Perspectives on the Global Economy*, volumen II, 1ª edición al cuidado de Peter Drysdale y Takashi Terada, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, 2007, 332 páginas, p.p. 191-207

#### "E"

ECO, UMBERTO, *Cómo se hace una tesis, Técnicas y procedimientos de estudio investigación y escritura*, 1ª edición española, Gedisa, Barcelona, 1994 (esta es la traducción al castellano de Lucía Baranda y Alberto Clavería Ibáñez de una de las múltiples ediciones italianas del libro de Eco: *Como si fa una tesi de Laurea*, primera edición, Bompiani, Milán, Italia, 1971. La edición más moderna en castellano, de Gedisa, es de 2004: es una re impresión de la de 1994), 267 páginas.

EMBONG, ABDUL RAHMAN

AAVV, *Malaysia at a Crossroads, Can We Make The Transition*, 1ª edición al cuidado de Abdul Rahman Embong, colección "Malaysia and International Studies", Bangi, Malasia, Penerbit University Kebangsaan Malaysia (editorial de la Universidad Nacional de Malasia), 2011, 215 páginas.

EVANS, GRANT, *Asia's Cultural Mosaic, an Anthropological Introduction*, 1ª edición, Singapur, Simon & Schuster, 1993, 436 páginas, pp. 75-247.

#### "F"

FERGUSON, NIAIL, *Colossus*, 1ª edición, Londres, Reino Unido, Penguin, 2004, 384 páginas.

FERGUSON, NIAIL, *Empire, How Britain Made the Modern World*, edición de bolsillo, Penguin, 2004, 422 páginas.

FINDLAY, CHRISTOPHER (editor)

MCINTYRE, ANDREW y SOEASTRO, HARRY, "Politico-Strategic dimensions of economic cooperation in the Asia Pacific", en AAVV, *Reshaping the Asia Pacific Economic Order*, colección "Pacific Trade and Development Conference Series", 1ª edición al cuidado de Christopher Findlay y Hadi Soesastro, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, 2006, 286 páginas, pp. 264-274.

FROST, ELLEN, *Asia's New Regionalism*, 1ª edición, Singapur, National University of Singapore (NUS) Press, 2008, páginas 107-230.

"G"

GANESAN, NARAYANAN, "Important regional bilateral relationships. Malaysia", en *Realism and Interdependence in Singapore Foreign Policy*, 1ª edición, colección Politics in Asia, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, 2005, 179 páginas, pp. 57-80.

GANESAN, NARAYANAN, "Economic and Defense Diplomacy", en *Realism and Interdependence in Singapore Foreign Policy*, 1ª edición, colección Politics in Asia, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, 2005, 179 páginas, pp. 101-120.

GANESAN, NARAYANAN, "Conclusion", en *Realism and Interdependence in Singapore Foreign Policy*, 1ª edición, colección Politics in Asia, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, 2005, 179 páginas, pp. 121-127.

GELBER, HARRY G., *The Dragon and the Foreign Devils, China and the World. 1100 BC to the Present*, edición de bolsillo de la 1ª edición de 2007, Londres, Reino Unido, Bloomsbury Publishing, 2008, 494 págs.

GARCÍA LLAMAS, JOSE LUIS, *Métodos de Investigación en Educación, Volumen II, Investigación Cualitativa y Evaluativa*, 1ª edición, Madrid, UNED, 2003, 365 páginas.

GARTHON ASH, TIMOTHY, *Free World*, 2ª edición, Londres, Reino Unido, Penguin Group, 2005, 317 páginas.

GARELLY, STÉPHANE (editor)

AAVV, *IMD, World Competitiveness Yearbook 2011*, edición al cargo de Stéphane Garelli en DVD, Lausana, Suiza, 2011, 554 páginas: pp. 254-258 (España); pp. 238-241 (Singapur), pp. 190-193 (Malasia).

GONZALEZ BLANCO, RAQUEL. "Diferentes teorías del comercio internacional", n° 858 monográfico sobre "Tendencias y nuevos desarrollos de la teoría económica", Madrid, Secretaría de Comercio, Ministerio de Industria y Competitividad, Información Comercial Española, 2011, pp. 21-40, página 112.

"H"

HACK, KARL; MARGOLIN, JEAN LOUIS y DELAYE, KARINE, *Singapore, from Temasek to the 21<sup>st</sup> Century: Reinventing the Global City*, 1ª edición, Hawaii, E.E.U.U., University of Hawaii Press, 2011, 458 páginas.

HADIZ, VERI R (editor)

KHOO BOO TEIK, "Islamic opposition in Malaysia: political idiom, moral economy", en AAVV, *Empire and Neoliberalism in Asia*, primera edición al cuidado de Veri R. Hadiz, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, pp. 139-156, 301 páginas.

RODAN, GARY, "Neoliberal globalization, conflict and security: new life for authoritarianism in Asia?", en AAVV, *Empire and Neoliberalism in Asia*, primera edición al cuidado de Veri R. Hadiz, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, 2006, 301 páginas, pp. 105-123.

ROBINSON, RICHARD, "The reordering of Pax Americana: How does South East Asia fit in?", en AAVV, *Empire and Neoliberalism in Asia*, primera edición al cuidado de Veri R. Hadiz, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, 2006, 301 páginas, pp. 52-68.

THERBORN, GORAN, "The pole of the triangle: US Power and the Triangle of the Americas, Asia and Europe", en AAVV, *Empire and Neoliberalism in Asia*, primera edición, al cuidado de Veri R. Hadiz, 2006, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, 301 páginas, pp. 23-38.

RODAN, GARY, "Neoliberal globalization, conflict and security: new life for authoritarianism in Asia?", en AAVV, *Empire and Neoliberalism in Asia*, primera edición al cuidado de Veri R. Hadiz, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, 2006, 301 páginas, pp. 105-123.

ROBINSON, RICHARD, "The reordering of Pax Americana: How does South East Asia fit in?", en AAVV, *Empire and Neoliberalism in Asia*, primera edición al cuidado de Veri R. Hadiz, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, 2006, 301 páginas, pp. 52-68.

HARPER, T.N., *The End of Empire and the Making of Malaya*, 1ª edición, Cambridge, Reino Unido, Cambridge University Press, 1999, 408 páginas.

HARUN, RUHANAS

SIDHU, JASWATAN S., "Malaysia Singapore Relations Since 1998: A Troubled Past-Whiter a brighter future?", en AAVV, *Malaysia's Foreign Relations*, al cuidado de Ruhanas Harun, Kuala Lumpur, University of Malaya.

HEW, DENNIS (editor)

KANAPATHY, VIJAKUMAR, "Entrepreneurship in Malaysia's Electronics Industry" en AAVV, *Entrepreneurship and SMEs in South East Asia*, Singapur, 1ª edición al cargo de Dennis Hew y Loi Wee Hee, Singapur, Instituto de Estudios del Sudeste Asiático, 2004, páginas, pp. 131-150.

HEW, DENNIS, "SME policies and SME Linkage Development in Singapore", en AAVV, *Entrepreneurship and SMEs in South East Asia*, Singapur, 1ª edición al cargo de Dennis Hew y Loi Wee Hee, Singapur, Instituto de Estudios del Sudeste Asiático, 2004, páginas, pp. 175-205.

HILL, HAL (editor)

AAVV, *Malaysia's Development Challenges: Graduating from the middle*, 1ª edición al cuidado de Hal Hill et al., Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, 2012, 348 páginas.

ARIFF, MOHAMED, "Preface, Development strategy under scrutiny", en AAVV, *Malaysia's Development Challenges: Graduating from the middle*, 1ª edición al cuidado de Hal Hill et al., Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, 2012, 348 páginas, pp xvii-xxiii.

HILL, HAL, "Malaysian economic development: looking backward and forward", en AAVV, *Malaysia's Development Challenges: Graduating from the middle*, 1ª edición al cuidado de Hal Hill et al., Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, 2012, 348 páginas, pp. 1-41.

NELSON, JOAN M., "Political Challenges in economic upgrading: Malaysia compared with South Korea and Taiwan", en AAVV, *Malaysia's Development Challenges: Graduating from the middle*, 1ª edición al cuidado de Hal Hill et al., Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, 2012, 348 páginas, pp. 43-61.

GOMEZ, EDMUND TERRENCE, "The politics and policies of corporate development: race, rents and redistribution in Malaysia", AAVV, *Malaysia's Development Challenges: Graduating from the middle*, 1ª edición al cuidado de Hal Hill et al., Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, 2012, 348 páginas, pp. 63-81

MEOW-CHUNG YAP, MICHAEL y KWEK KIAN TENG, "Monetary policy and financial sector development", en AAVV, *Malaysia's Development Challenges: Graduating from the middle*, 1ª edición al cuidado de Hal Hill et al., Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, 2012, 348 páginas, pp. 106-130

ATHUKORALA, PREMA-CHANDRA, "The Malaysian Economy during three crises", en AAVV, *Malaysia's Development Challenges: Graduating from the middle*, 1ª edición al cuidado de Hal Hill et al., Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, 2012, 348 páginas, pp. 83-105.

NARAYANAN, SURESH, "Public Sector Resource Management", en AAVV, *Malaysia's Development Challenges: Graduating from the middle*, 1ª edición al cuidado de Hal Hill et al., Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, 2012, 348 páginas, pp. 131-154.

LEE, CASSEY, "Microeconomic reform in Malaysia", en AAVV, *Malaysia's Development Challenges: Graduating from the middle*, 1ª edición al cuidado de Hal Hill et al., Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, 2012, 348 páginas, pp. 155-174.

THAM SIEW YEAN, "Services liberalisation: the need for complementary policies", en AAVV, *Malaysia's Development Challenges: Graduating from the middle*, 1ª edición al cuidado de Hal Hill et al., Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, 2012, 348 páginas, pp. 174-193.

RASIAH, RAJAH, "Is Malaysia's electronics industry moving up the value chain?", en AAVV, *Malaysia's Development Challenges: Graduating from the middle*, 1ª edición al cuidado de Hal Hill et al., Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, 2012, 348 páginas, pp. 194-212.

LEE KIONG HOCK y NAGARAJ, SHYAMALA, "The crisis in education", en AAVV, *Malaysia's Development Challenges: Graduating from the middle*, 1ª edición al cuidado de Hal Hill et al., Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, 2012, 348 páginas, pp. 213-232.

JONES, GAVIN, "Demographic and labour force dynamics", en AAVV, *Malaysia's Development Challenges: Graduating from the middle*, 1ª edición al cuidado de Hal Hill et al., Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, 2012, 348 páginas, pp. 255-275.

HAJI MAT ZIN, RAGAYAH, "Poverty eradication and income distribution", en AAVV, *Malaysia's Development Challenges: Graduating from the middle*, 1ª edición al cuidado de Hal Hill et al., Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, 2012, 348 páginas, pp. 213-232.

HEZRI, A.A., y DOVERS, S.R., en AAVV, "Shifting the policy goal from environment to sustainable development", *Malaysia's Development Challenges: Graduating from the middle*, 1ª edición al cuidado de Hal Hill et al., Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, 2012, 348 páginas, pp. 276-296.

HO KAI LEONG (editor)

HO KAI LEONG, "Malaysia, Distilling the Lessons of Fifty Years", en Ho Kai Leong, *Re-thinking Administrative Reforms in South East Asia*, 1ª edición Singapur, Marshall Cavendish Academic, 2006, 233 páginas, pp. 1-53.

HO KAI LEONG, "Singapore: A Transitional State in the Age of Globalisation", en Ho Kai Leong, *Re-thinking Administrative Reforms in South East Asia*, 1ª edición, Singapur, Marshall Cavendish Academic, 2006, 233 páginas, pp. 130-153.

HOFSTEDE, GEERT, *Cultures and Organizations: Software of the Mind*, McGraw Hill, Maidenhead, Berks, Reino Unido, 1991, 279 páginas.

HONG LIU (editor):

BOLT, PAUL J., "Looking to the Diaspora: The Overseas Chinese, and Chinese Economic Development 1978-1994" en AAVV, *The Chinese Overseas*, colección "Routledge Library of Modern China", volumen IV, 1ª edición al cuidado de Hong Liu, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, 2006, 466 páginas, pp. 76-105.

CHENG, LUCIE, "China and the Overseas Chinese: Perceptions and policies", en AAVV, *The Chinese Overseas*, colección "Routledge Library of Modern China", volumen IV, 1ª edición al cuidado de Hong Liu, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, 2006, 466 páginas, pp. 274-310.

FREEDMAN, MAURICE, "Immigrants and associations: Chinese in nineteenth-century Singapore" en AAVV, *The Chinese Overseas*, colección "Routledge Library of Modern China", volumen II, 1ª edición al cuidado de Hong Liu, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, 2006, 450 páginas, pp. 104-127.



HAMILTON, GARY. C, "Overseas Chinese Capitalism", en AAVV, *The Chinese Overseas*, colección "Routledge Library of Modern China", volumen II, 1ª edición al cuidado de Hong Liu, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, 2006, 450 páginas, pp. 235-252.

HONG LIU, "New Migrants and the Revival of Overseas Chinese Nationalism", en AAVV, *The Chinese Overseas*, colección "Routledge Library of Modern China", volumen IV, 1ª edición al cuidado de Hong Liu, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, 2006, 466 páginas, pp. 379-410.

JEN ANG, "Undoing Diaspora, questioning global Chineseness in the era of globalization", en AAVV, *The Chinese Overseas*, colección "Routledge Library of Modern China", volumen I, 1ª edición al cuidado de Hong Liu, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, 2006, 456 páginas, pp. 321-344.

POSTON JR., DUDLEY R.; XINXIAN MAO, MICHAEL y MEI-YU YU, "The global distribution of the Overseas Chinese around 1990" en AAVV, *The Chinese Overseas*, colección "Routledge Library of Modern China", volumen I, 1ª edición al cuidado de Hong Liu, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, 2006, 456 páginas, pp. 201-217.

REID, ANTHONY, "Entrepreneurial minorities, nationalism and the State", en AAVV, *The Chinese Overseas*, colección "Routledge Library of Modern China", volumen IV, 1ª edición al cuidado de Hong Liu, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, 2006, 466 páginas, pp. 177-210.

SALMON, CLAUDINE, "The Contribution of the Chinese to the Development of South East Asia: a new appraisal", en AAVV, *The Chinese Overseas*, colección "Routledge Library of Modern China", volumen III, 1ª edición al cuidado de Hong Liu, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, 2006, 422 páginas, pp. 69-87.

SIU-LUN WONG, "The Chinese family firm: a model", en AAVV, *The Chinese Overseas*, colección "Routledge Library of Modern China", volumen II, 1ª edición al cuidado de Hong Liu, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, 2006, 450 páginas, pp. 51-66.

SKINNER, G. WILLIAM, "Creolized Societies in South East Asia", en AAVV, *The Chinese Overseas*, colección "Routledge Library of Modern China", volumen III, 1ª edición al cuidado de Hong Liu, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, 2006, 422 páginas, pp. 3-44.

SURYADINATA, LEO, "Ethnic Chinese in South East Asia: Overseas Chinese, Chinese overseas or South East Asians?", en AAVV, *The Chinese Overseas*, colección "Routledge Library of Modern China", volumen III, 1ª edición al cuidado de Hong Liu, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, 2006, 422 páginas, pp. 88-106.

TAN CHEE-BENG, "The study of Religions in South East Asia", en AAVV, *The Chinese Overseas*, colección "Routledge Library of Modern China", volumen II, 1ª edición al cuidado de Hong Liu, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, 2006, 450 páginas, pp. 284-309.

TAN LIOK EE, "Chinese schools in Malaysia, a case of cultural resilience", en AAVV, *The Chinese Overseas*, colección "Routledge Library of Modern China", volumen II, 1ª edición al cuidado de Hong Liu, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, 2006, 450 páginas, pp. 310-338.

THE JU-KANG, "Clanship", en AAVV, *The Chinese Overseas*, colección "Routledge Library of Modern China", volumen II, 1ª edición al cuidado de Hong Liu, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, 2006, 450 páginas, pp. 31-50.

WANG GUNGWU, "The study of Chinese identities in South East Asia", en AAVV, *The Chinese Overseas*, colección "Routledge Library of Modern China", volumen I, 1ª edición al cuidado de Hong Liu, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, 2006, 456 páginas, pp. 258-279.

WANG GUNGXU, "Political Chinese: Their contribution to South East Asian history", en AAVV, *The Chinese Overseas*, colección "Routledge Library of Modern China", volumen IV, 1ª edición al cuidado de Hong Liu, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, 2006, 466 páginas, pp. 163-177

WICKBERG, EDGAR "Overseas Chinese Entrepreneurship", AAVV, *The Chinese Overseas*, colección "Routledge Library of Modern China", volumen II, 1ª edición al cuidado de Hong Liu, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, 2006, 450 páginas, pp. 185-218.

THUNØ, METTE, "Reaching out and incorporating Chinese overseas, the trans-territorial scope of the PRC by the end of the 20th century", en AAVV, *The Chinese Overseas*, colección "Routledge Library of Modern China", volumen IV, 1ª edición al cuidado de Hong Liu, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, 2006, 466 páginas, pp. 329-351.

YEN CHING-HUANG, "Overseas Chinese nationalism in Singapore and Malaysia" en AAVV, *The Chinese Overseas*, colección "Routledge Library of Modern China", volumen IV, 1ª edición al cuidado de Hong Liu, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, 2006, 466 páginas, pp. 137-173.

ZHU GUOHONG, "A historical demography of Chinese migration" en AAVV, *The Chinese Overseas*, colección "Routledge Library of Modern China", volumen I, 1ª edición al cuidado de Hong Liu, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, 2006, 456 páginas, pp. 139-167.

HONG, LYSA y HUANG JIANLI, *The Scripting of National History, Singapore and Its Pasts*, 1ª edición, Singapur, Hong Kong University Press (bajo licencia de la National University of Singapore (NUS) Press), 2008, 300 páginas.

HUXLEY, TIM, "Singapore's Strategic Outlook and Defence Policy", en AAVV, *Order and Security in South East Asia: Essays in memory of Michael Leifer*, colección "Routledge Politics in Asia Series", 1ª edición al cargo de Joseph Chinyong Liow y Ralph Emmers, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, 2006, páginas 244, pp. 141-161.

HUXLEY, TIM, "Defence policy, threat perceptions and strategy", en Huxley, Tim, *Defending the Lion City*, 1ª edición, Saint Bernard, Nueva Gales del Sur, Australia, Allen & Unwin, 2000 (existe una segunda impresión en 2003 de la 1ª edición en Singapur, Talismán Publishing, 335 páginas), pp. 24-72.

HUXLEY, TIM, "The Singapore Armed Forces' origins and Early Years" en Huxley, Tim, *Defending the Lion City*, 1ª edición, Saint Bernard, Nueva Gales del Sur, Australia, Allen & Unwin, 2000 (existe una segunda impresión en 2003 de la 1ª edición en Singapur, Talismán Publishing, 335 páginas), pp. 1-24.

HOOKER, VIRGINIA (editor)

HOOKER, VIRGINIA (también conocida como HOOKER, VIRGINIA MATHESON), "Still "Islam and Politics" But Now Enmeshed in the Global Web", en AAVV, *Malaysia, Islam, Society and Politics*, primera edición al cuidado de Virginia Hooker y Norani Othman, Singapur, Institute of South East Asian Studies (ISEAS), 2003, 284 páginas, pp. 16-34.

HAMAYOTSU, KIKUE, "The Making of the State Religio-Legal Apparatus", en AAVV, *Malaysia, Islam, Society and Politics*, primera edición al cuidado de Virginia Hooker y Norani Othman, Singapur, Institute of South East Asian Studies (ISEAS), 2003, 284 páginas, pp. 55-79.

STEVENS, MAILA, "(Re)framing Women's Rights Claims in Malaysia", en AAVV, *Malaysia, Islam, Society and Politics*, primera edición al cuidado de Virginia Hooker y Norani Othman, Singapur, Institute of South East Asian Studies (ISEAS), 2003, 284 páginas, pp. 135-146.

MILNER, ANTHONY, "How "Traditional" Is the Malaysian Monarchy", en AAVV, *Malaysia, Islam, Society and Politics*, primera edición al cuidado de Virginia Hooker y Norani Othman, Singapur, Institute of South East Asian Studies (ISEAS), 2003, 284 páginas, pp. 169-194.

MALHI, AMRITA, "The PAS-BN Conflict in the 90s", en AAVV, *Malaysia, Islam, Society and Politics*, primera edición al cuidado de Virginia Hooker y Norani Othman, Singapur, Institute of South East Asian Studies (ISEAS), 2003, 284 páginas, pp. 236-259.

MARÍN BARÓ, ALBERTO (editor)

ANÓNIMO, "Informe PISA 2006 Competencias científicas para el mundo del mañana", OCDE, edición española al cuidado de Alberto Marín Baró, Madrid, Santillana Educación, S. L. 2008, 397 páginas.

### "I"

RODRIGO ILLERA, CARLOS y RUFÍN MORENO, RAMÓN, *Curso Básico de Administración y Dirección de Empresas*, Madrid, UNED, 1997, 971 páginas.

INTERBRAND (consultora)

AAVV, "Best 100 Brands, 2012", Londres, Informe de la Consultora Interbrand sobre las marcas más importantes a escala global", 212 páginas.

ISEAS, *Australia-New Zealand & South East Asia Relations, An Agenda for Closer Cooperation*, 1ª edición, Singapur, Institute of South East Asian Studies (ISEAS), 2004, 105 páginas.

### "J"

JOMO, K.S. (Jomo Kwame Sundaran, editor)

AAVV, *Malaysian Industrial Policy*, 1ª edición al cuidado de K.S. Jomo, Singapur, National University of Singapore Press, 2007, 322 páginas.

JOMO, K.S., *M Way: Mahatir's Economy Legacy*, 1ª edición, Kuala Lumpur, Forum, 2003, 248 páginas.

MACHADO, KIT G., "Japanese transnational production networks and ethnic Chinese Business Networks in East Asia", en AAVV, *Ethnic Business: Chinese Capitalism in South East Asia*, colección "Routledge Curzon Studies in Growth Economies of Asia", 1ª edición al cuidado de Jomo K. S. y Brian Folk, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, 2003, 264 páginas, pp. 211-232.

YAO SOU CHOU, "The cultural limits of Confucian capitalism. Power and the invention of the family among Chinese traders in Sarawak", en AAVV, *Ethnic Business: Chinese Capitalism in South East Asia*, colección "Routledge Curzon Studies in Growth Economies of Asia", 1ª edición al cuidado de Jomo K. S. y Brian Folk, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, 2003, 264 páginas, pp. 53-72.

NONINI, DONALD M., "All are flexible, but some are more flexible than others: Small-scale Chinese business in Malaysia", en AAVV, *Ethnic Business: Chinese Capitalism in South East Asia*, colección "Routledge Curzon Studies in Growth Economies of Asia", 1ª edición al cuidado de Jomo K. S. y Brian Folk, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, 2003, 264 páginas, pp. 73-91.

JESHURUN, CHANDRAN, *Malaysia, Fifty Years of Diplomacy, 1957-2007*, Petaling Jaya, Malasia, The Other Press, 2007, 419 páginas.

### "K"

KA CHONG GUAN, *S Rajaratnam, Singapore, From Ideas to Reality*, 1ª edición, Singapur, Singapore Scientific Publishing, 2006, 281 páginas, pp. 124-266.

PAUL H. KRATOSKA (editor)

DICK, HOWARD, en AAVV, *Locating South East Asia, Geographies of Knowledge and Politics of Space*, 1ª edición al cuidado de Paul H. Kratoska y Remco Raben, Singapur, Singapore University Press, 2005, 326 páginas, pp. 250-273.

KEELING, STEPHEN y MINNIGH, BRUCE, "Taiwán, Rough Guide", 2ª edición, Londres, Reino Unido, Rough Guides Ltd, 2011, 447 páginas.

KEITH, PATRICK, *Ousted, an Insider Story of the Ties that Failed to Bind*, 1ª edición, Singapore, Media Masters, 2005, 198 páginas.

KERR, GEORGE, *Formosa Betrayed*, Upland, California, EEUU, Taiwán Publishing Co, 1992 (existe una primera edición en Boston, EEUU, de Houghton Mifflin, 1965). 514 páginas.

KHOK-KHENG YEOH, EMILE (editor)  
C.Y. KU, SAMUEL, "China's Changing Relations with Southeast Asia: A Political Analysis", en AAVV, *Towards Pax Sinica? China's Rise and Transformation: Impacts and Implications*, 1ª edición al cuidado de Emile Kok-Kheng Yeoh, Kuala Lumpur, Institute of China Studies, University of Malaya, 2009, 312 páginas.

KING, RODNEY, *The Singapore Miracle, Myth and Reality*, 2ª edición, Insight Press, Inglewood, Australia Occidental, 2008 (primera edición de 2006), 519 páginas, pp. 8-11.

KISSINGER, HENRY, *On China*, 2ª edición, Nueva York, Estados Unidos, Penguin Group, 2012, 64 páginas pp. 35-45.

KRUGMAN, PAUL y OBSTFELD, MAURICE, tercera edición en español, *Economía internacional, teoría y política*, Aravaca, Madrid, Pearson, 1995 (existe una variedad de ediciones de este manual de economía internacional, la última es de 2012, de Addison & Wesley), 962 páginas.

KUA KIA SOONG, *Suara rakyat malaysia, SUARAM, 20 years defending Human Rights*, 1ª edición, Petaling Jaya, Malasia, Suaram Komunikasi, 2009, 140 páginas.

#### "L"

LASO, GREGORIO y JUSTO, PIERRE, "La imagen de España en China", Madrid, Secretaría de Estado de Comercio, *Boletín Económico del ICE*, nº 2792, 2009 (1-15 septiembre), pp. 95-110.

LEIFER, MICHAEL, *Singapore's Foreign Policy, Coping with Vulnerability*, 1ª edición Londres, Routledge, 2001, 177 páginas.

LEE KHAM HING (editor)  
YEN CHING-HWANG, "Historical Background", en AAVV, *The Chinese in Malaysia*, colección Monográficos de Ciencias Sociales del Sudeste Asiático, 1ª edición en Malasia al cuidado de Lee Kham Hing y Tan Chee Beng, Shah Alam, Selangor, Malasia, Oxford University Press, 2000, 418 páginas, pp. 1-30.

LEFFMAN, DAVID, "Hong Kong, Pocket Rough Guide", Londres, Reino Unido, Rough Guides Ltd, 2012.

PHANG HOOI ENG "The Economic Role of the Chinese in Malaysia" en AAVV, *The Chinese in Malaysia*, colección Monográficos de Ciencias Sociales del Sudeste Asiático, 1ª edición en Malasia al cuidado de Lee Kham Hing y Tan Chee Beng, Shah Alam, Selangor, Malasia, Oxford University Press, 2000, 418 páginas, pp. 94-120.

HENG PEK KOON y SIEH LEE MEI LING, "The Chinese Business Community in Peninsular Malaysia 1957-1999", en AAVV, *The Chinese in Malaysia*, colección Monográficos de Ciencias Sociales del Sudeste Asiático, 1ª edición en Malasia al cuidado de Lee Kham Hing y Tan Chee Beng, Shah Alam, Selangor, Malasia, Oxford University Press, 2000, 418 páginas, pp. 123-163.

LEE KHAM HING y HENG PEK KOON, "The Chinese in the Malaysian Political System", en AAVV, *The Chinese in Malaysia*, colección Monográficos de Ciencias Sociales del Sudeste Asiático, 1ª edición en Malasia al cuidado de Lee Kham Hing y Tan Chee Beng, Shah Alam, Selangor, Malasia, Oxford University Press, 2000, 418 páginas, pp. 194-223.

LIM CHONG YAH, *South East Asia, The Long Road Ahead*, 3ª edición, Singapore, World Scientific Publishing, 2009 (primera edición de 2004 ), 434 páginas.

LOH KOK WAH, FRANCIS, *Old Versus New Politics in Malaysia, State and Society in Transition*, 1ª edición, Petaling Jaya, Malaysia, Strategic Information and Research Information Centre, 2008, 294 páginas.

#### "M"

MAHBUBANI, KISHORE, *The New Asian Hemisphere*, 1ª edición, Nueva York, Public Affairs, 2008, 314 páginas.

MAHBUBANI, KISHORE, *Can Asians Think?*, cuarta edición, Singapur, Marshall Cavendish, 2009, 283 páginas.

MACCARTHY, STEPHEN, *The Political Theory of Tyranny in Singapore and Burma: Aristotle and the rhetoric of benevolent despotism*, 1ª edición, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, 2006, 285 páginas, pp. 65-121 (capítulos 4, 5 y 6).

MAUZY, DIANE K. y MILNE R.S., *Singapore Politics under the PAP*, 1ª edición, 2002, Londres, Routledge, 288 páginas.

MAUZY, DIANE K. y MILNE R. S., *Malaysian Politics Under Mahatir*, 1ª edición al cargo de Michael Leifer, Routledge, Londres, 1999, 225 páginas.

MATHESON HOOKER, VIRGINIA, *A Short History of Malaysia: Linking East and West*, 1ª edición, Crows Nest, Nueva Gales del Sur, Australia, Allen & Unwin, 2003, 345 páginas.

MARÍN BARÓ, ANTONIO (editor)

ANÓNIMO, "Informe PISA 2006 Competencias científicas para el mundo del mañana", OCDE, edición española al cuidado de Alberto Marín Baró, Madrid, Santillana Educación, S. L., 2008, 397 páginas.

MILNER, ANTHONY, *The Malays*, 1ª edición, Chichester, West Sussex, Reino Unido, Blackwell Publishing Ltd., 2011 (edición de bolsillo de la misma obra de Blackwell de 2008), pp. 75-185.

MURIEL DE LOS REYES, JOSÉ, *El proceso de internacionalización del sistema bancario español: incidencia de las nuevas tecnologías de la información*. Tesis dirigida por Manuel Larrán Jorge, Departamento de Economía de la Empresa e Internacionalización de la Universidad de Cádiz, 2003, 359 páginas.

#### "N"

NG WONG HONG, *Singapore, the Energy Economy. From the first refinery to the end of cheap oil, 1960-2010*, 1ª edición, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, 2012, 288 páginas.

NOYA, JAVIER, "La Imagen de España en China", en AAVV, *Anuario Asia Pacífico 2010*, coordinado por Oriol Farrés, Barcelona, edición al cargo de Casa Asia, CIDOB e Instituto El Cano, 2011, 437 páginas.

NOYA, JAVIER (editor)

AAVV, "La Imagen de España en China", edición al cargo de Javier Noya, Madrid, Real Instituto Elcano de Estudios Internacionales y Estratégicos, 2007, 391 páginas, pp. 377-383 (conclusiones), p. 377.

LEIVA, RICARDO, "La imagen de España en la prensa económica de referencia mundial: Análisis de la presencia de España en The Wall Street Journal y Financial Times", Resumen de la tesis supervisada por Alfonso Vara, Madrid, Corporate Excellence, 11 páginas.

"O"

NORMAN G. OWEN (editor)

AAVV, *The Emergence of Modern South East Asia, A New History*, 1ª edición al cargo de Norman G. Owen, Singapur, Singapore University Press, 2005, 541 páginas, pp. 399- 454 (secciones sobre Singapur, Brunei, Indonesia y Tailandia y sobre consecuencias humanísticas del milagro económico).

OLLINS, WALLY, "Branding the nation, the historical context", en el *Journal of Brand Management*, volumen 9, nº 4/5, abril de 2002, páginas 241-248, páginas 246-248.

"P"

PALACIOS, JUAN J. (editor)

ERNST, DIETER, "Innovation offshoring: Root causes of Asia's rise and policy implications" en AAVV, *Multinational Corporations and the Emerging Network Economy in Asia and the Pacific*, colección "Pacific Trade and Development Conference Series". 1ª edición al cargo de Juan J. Palacios, Abingdon, Oxfordshire, Routledge, 2008, 318 páginas, pp. 58-89.

PREMACHANDRA, ATHUKORALA, "Multinational production networks and the geo-economics of labour in Pacific Rim countries", en AAVV, *Multinational Corporations and The Emerging Network Economy in Asia and The Pacific*, colección "Pacific Trade and Development Conference Series", 1º edición al cargo de Juan J. Palacios, Abingdon, Oxfordshire, Routledge, 2008, 318 páginas, pp. 208-232.

PRADO MIRANDA, FERNANDO y NOYA MIRANDA, JAVIER, "La reputación de España 2012. Evaluación de la reputación de España en América Latina y los países del G8", Madrid, documento elaborado por Corporate Excellence con la colaboración del Reputation Institute España y el Real Instituto Elcano, marzo de 2013, 78 páginas.

PRADO MIRANDA, FERNANDO, "La Reputación de España en el mundo", Madrid, elaborado con la colaboración del Reputation Institute y el Instituto de Análisis de Intangibles, 2010, 142 páginas.

PLUMMER, MICHAEL G. (editor)

ANGRESSANO, JAMES, "Asean +3: Is and economic community in their future?", en AAVV, *International Economic Integration and Asia*, volumen 3 de la colección "Advanced Research in Asian Economic Studies", 1ª edición al cuidado de Plummer, Michael G. y Jones, Eric, Singapur, World Scientific Publishing Pte Ltd, 2006, 364 páginas, pp. 97-130.

PRASANTHAM, SHAMEEN, "The internationalization of Small Firms, A strategic entrepreneurship perspective", colección "Routledge Studies in Small Business", 1ª edición, Abingdon. Oxfordshire, Routledge, 2008, 25, 163 páginas, pp. 1-48.

PURCELL, VICTOR, "The Chinese in Malaya and Singapur" en Purcell, Victor, *The Chinese in South East Asia*, colección "Asia Paperbacks", 2ª edición, Oxford, Reino Unido, Oxford University Press, 1981 (1ª edición, Londres, Royal Institute of International Affairs, 1951; la copia utilizada es una re impresión en edición de bolsillo de la 2ª edición del mismo Instituto, cuyo nuevo nombre es Chatham House), 623 páginas, pp. 223-340.

"Q"

QUEK, KIM, *Where to Malaysia? A Future with Anwar's Reformasi or Back to Mahathirism?*, 1ª edición, Kuala Lumpur, Malasia, Strategic Information Research and Development, 2005, 381 páginas

"R"

ABDUL RAZAK BAGINDA (editor)

S. SIDHU, JATSWAN, "Malaysia's Security and Defence Since 1957: An Overview," en AAVV, *Malaysia's Defence and Security since 1957*, 1ª edición al cuidado de Abdul Razak Baginda, Kuala Lumpur, Malasia, Malaysian Strategic Research Centre, 2009, 226 páginas, pp. 1-31.

NATHAN, K. S., "Malaysia's Foreign Policy, Evolution of Strategic Interests in a Changing Domestic, Regional and Global Context", en AAVV, *Malaysia's Defence and Security since 1957*, 1ª edición al cuidado de Abdul Razak Baginda, Kuala Lumpur, Malasia, Malaysian Strategic Research Centre, 2009, 226 páginas, pp. 59-93.

SINGH, RANJIT, "Malaysia and Regional Security", en AAVV, *Malaysia's Defence and Security since 1957*, 1ª edición al cuidado de Abdul Razak Baginda, Kuala Lumpur, Malasia, Malaysian Strategic Research Centre, 2009, 226 páginas, pp. 93-115.

RODAN, GARY, *Transparency and Authoritarian Rule in South East Asia*, 2ª edición, Abingdon, Oxbridge, Reino Unido, Routledge, 2005 (primera edición de 2004), 280 páginas.

RODAN, GARY, "Singapore: Globalisation, State and Politics", en AAVV, *The Political Economy of South East Asia*, 3ª edición al cuidado de Gary Rodan et al. , Oxford, Oxford University Press, 2006, 336 páginas, pp. 137-169.

RODAN, GARY, "Malaysia: Balancing Power and Development", en AAVV, *The Political Economy of South East Asia*, 3ª edición al cuidado de Gary Rodan et al. , Oxford, Oxford University Press, 2006, 336 páginas, pp. 170-196.

ROSELLE, LAURA y SPRAY, SHARON, *Research and Writing in International Relations*, 1ª edición, Harlow, Essex, Reino Unido, Pearson Education Inc., 2008 (existe una segunda edición internacional de 2011), 162 páginas.

#### "S"

SARDESAI, D.R., *South East Asia, Past and Present*, 6ª edición, Boulder, Colorado, Estados Unidos, Westview Press, 2010 (primera edición de 2003 de la misma editorial), 446 páginas.

SAUNDERS, M; LEWIS, P. y THORNHILL, A., *Research Methods for Business Students*, Cuarta Edición, Pearson Education Ltd, Harlow, Essex, Reino Unido, 2007 (1ª edición de 1997 en Pearson Professional Ltd, aunque existe otra edición de 1993, utilizada en el estudio), 624 páginas.

SAW, SWEE-HOCK, *The Population in Peninsular Malaysia*, Singapur, National University of Singapore University Press, 2007, 255 páginas, pp. 1-69.

SCHWAB, KLAUS y SALA-I-MARTÍN, XAVIER, *The Global Competitiveness Report 2014-2015*, Ginebra, Suiza, World Economic Forum (WEC), 2014, 548 páginas, pp. 260-261.

SCHELLEKENS, PHILIP (editor)

AAVV, "Malaysia Economic Monitor, Brain Drain, April 2011", al cuidado de Philip Schellekens, Bangkok, Tailandia, Banco Mundial (Boletín temático del Banco con carácter periódico sobre aspectos de la situación económica malasia), ref. 61483 (en portada), abril de 2011, 147 páginas.

SEOW, FRANCIS, *Beyond Suspicion? The Singapore Judiciary*, 1ª edición en Malasia, Strategic Information and Research Development Centre, 2008 (1ª edición de 2006, volumen 55 de la colección "Yale South East Asian Studies", del Council on South East Asia (Consejo del Sudeste Asiático) de la Universidad de Yale, New Haven, Connecticut, Estados Unidos, 405 páginas, todas las ediciones posteriores a esta son copias), 405 páginas.

SCHNEIDER, SUSAN C & BARSOUX, JEAN-LOUIS, *Managing across Cultures*, Harlow, Essex, Reino Unido, 2ª edición Financial Times Prentice Hall, 2002, 352 páginas

SECRETARIA DE ESTADO DE COMERCIO DE ESPAÑA (editor)

AAVV, "El comercio exterior español en 2013", Madrid, editado por la Secretaría General Técnica, Secretaría de Estado de Comercio de España, Boletín Económico de Información Comercial Española, nº 3053, julio de 2014. 270 páginas.

AAVV; "El sector exterior español en 2012", Madrid, editado por la Secretaría General Técnica, Secretaría de Estado de Comercio de España, Boletín Económico de Información Comercial Española, septiembre de 2012, nº 3030, 232 páginas.

SHARMA, KISHOR (editor)

PREMA CHANDRA, ATHUKORALA (2003), "Growth, Employment and Equity: The Malaysian Experience" en AAVV, *Trade Policy, Growth and Poverty in Asian Developing Countries*, colección "Routledge Series on Development Economics", 1ª edición al cuidado de Kishor Sharma, Londres, Routledge, 2003, 263 páginas, pp. 110-131.

SODHY, PAMELA, *Malaysia United States relations 2000-2011*, 1ª edición, Kuala Lumpur, Malasia, Institute of Strategic and International Studies (ISIS), 2012, 126 páginas.

SINGH DILLON, KARMINDER, *Malaysian Foreign Policy in the Mahatir Era 1981-2003: Dilemmas of Development*, 1ª edición, Singapur, National University of Singapur, 2009, páginas, pp. 265-279.

STUART-FOX, MARTIN, *A Short History of China and South East Asia, Tribute, Trade and Influence*, Crows Nest, Allen & Unwin, 2003, 278 páginas.

SIN-KWOK WONG (editor)

TERRENCE GOMEZ, EDMUND; "Enterprise development and interethnic relations in Malaysia: affirmative action, generational change and business partnerships", en AAVV, *Chinese Entrepreneurship in a Global Era*, colección "Chinese Worlds", 1ª edición al cuidado de Sin-Kwok Wong, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, 2009, 240 páginas, pp. 89-117.

TERRENCE GOMEZ, EDMUND; "Immigrant transnational entrepreneurship and linkages with the state network: Sino Singaporean experience in a comparative experience", en AAVV *Chinese Entrepreneurship in a Global Era*, colección "Chinese Worlds", 1ª edición al cuidado de Sin-Kwok Wong, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, 2009, 220 páginas, pp. 117-149.

TERRENCE GOMEZ, EDMUND y K.S., JOMO, *Malaysia's Political Economy, Politics, Patronage and Profits*, 1ª edición, Cambridge, Reino Unido, Cambridge University Press, 1997, 207 páginas.

SOUCHOU YAO, *Singapore, The State and the Culture of Excess*, 1ª edición, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, 2007, 209 páginas.

STOREY, IAN, EMMERS, RALF et al., *Five Power Agreements at Forty*, 1ª edición, Singapur, Institute of South East Asian Studies (ISEAS), 2001, 129 páginas.

STUTELY, RICHARD, *Guide to Economic Indicators: Making Sense of Economics*, 5ª edición, Londres, The Economist Ltd - Profile Books, 2003 (1ª edición de 1992), 244 páginas.

STUDWELL, JOE, "The context", en Studwell, Joe, en *Asian Godfathers: Money and Power in Hong Kong and South East Asia*, Nueva York, Grove Press, 2007, 328 páginas, pp. 1-48.

STUDWELL, JOE, "Godfathers today: Defending the precious", en *Asian Godfathers: Money and Power in Hong Kong and South East Asia*, Nueva York, Grove Press, 2007, 328 páginas, pp. 125-175.

STUDWELL, JOE, "Finale: The politics, stupid", en *Asian Godfathers: Money and Power in Hong Kong and South East Asia*, Nueva York, Grove Press, 2007, 328 páginas, pp. 175-198.

STUDWELL, JOE, "Cast of Characters", en Studwell, Joe, *Asian Godfathers: Money and Power in Hong Kong and South East Asia*, 1ª edición, Nueva York, Grove Press, 2007, 328 páginas, pp. 241-289



SUARAM KOMUNIKASI (editores)

KUA KIA SONG, *Suaram, 20 Years Defending Human Rights*, Petaling Jaya, Malasia, Suaram Komunikasi, 2009, 139 páginas.

SUARAM, *Malaysia Human Rights Report*, Petaling Jaya, Malasia, Suaram Komunikasi, 1998, 258 páginas

SUH, JJ; KATZENSTEN, PETER y CARLSON, ALLEN, *Rethinking Security in East Asia: Identity, Power and Efficiency*, 1ª edición, Singapur, National University of Singapore (NUS) Press, 2008, 273 páginas, pp. 172-234.

SUKMA, RIZAL y NATHAN, K.S., "Globalization's impact on threat perceptions and defence postures in South East Asia", en AAVV, *Globalisation and Defence in the Asia Pacific, Arms across Asia*, colección "Contemporary Security Studies", 1ª edición al cuidado de Geoffrey Till, Emrys Chew y Joshua Ho, Abingdon. Oxfordshire, Reino Unido, 2009, 270 páginas, pp. 90-121.

## "T"

SHIRAISHI TAKASHI

AAVV, *Across the Causeway: a Multidimensional Study of Malaysia-Singapore Relations*, 1ª edición al cargo de Shiraishi Takashi Institute of South East Asian Studies, 276 páginas.

TARLING, NICHOLAS, *South East Asia and the Great Powers*, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, 2010, 272 páginas.

TARLING, NICHOLAS, "Indonesia", en Tarling, Nicholas, *Nation States in South East Asia*, Cambridge, Reino Unido, Cambridge University Press, 1998, 136 páginas, pp. 3-11.

TARLING, NICHOLAS, "Siam-Thailand" en Tarling, Nicholas, *Nation States in South East Asia*, Cambridge, Reino Unido, Cambridge University Press, 1998, 136 páginas, pp. 38-44.

TARLING, NICHOLAS, "Malaysia, Singapore and Brunei" en Tarling, Nicholas, *Nation States in South East Asia*, Cambridge, Reino Unido, Cambridge University Press, 1998, 136 páginas, pp. 12-20.

TARLING, NICHOLAS (editor)

YONG MUN CHEONG, "Malaysia before 1969", parte 2: "Political Structures", en AAVV, *The Cambridge History of South East Asia, Volume 2, Part 2, From World War II to the Present*, 2ª edición al cuidado de Nicholas Tarling, Cambridge, Reino Unido, Cambridge University Press, 1999 (existe una primera edición de 1992, la copia utilizada es la versión de bolsillo de 2007 de la edición de 1999), 360 páginas, pp. 81-87.

YONG MUN CHEONG, "Malaysia after 1969", parte 2: "Political Structures", en AAVV, *The Cambridge History of South East Asia, Volume 2, Part 2, From World War II to the Present*, 2ª edición al cuidado de Nicholas Tarling, Cambridge, Reino Unido, Cambridge University Press, 1999, 360 páginas, pp. 96 y 101-104.

TURNBULL, C. M., "Malaysia Brunei and Confrontation", en la parte 5ª: "Regionalism and Nationalism" en AAVV, *The Cambridge History of South East Asia, Volume 2, Part 2, From World War II to the Present*, 2ª edición al cuidado de Nicholas Tarling, Cambridge, Reino Unido, Cambridge University Press, 1999, 360 páginas, pp. 283-285.

TURNBULL, C. M., "The Republic of Singapore", en la parte 5ª: "Regionalism and Nationalism" en AAVV, *The Cambridge History of South East Asia, Volume 2, Part 2, From World War II to the Present*, 2ª edición al cuidado de Nicholas Tarling, Cambridge, Reino Unido, Cambridge University Press, 1999, 360 páginas, pp. 285-287.

OWEN, NICHOLAS G., "Social Structures and Strategies", en la parte 3ª: "Economic and Social Change", en AAVV, *The Cambridge History of South East Asia, Volume 2, Part 2, From World War II to the Present*, 2ª edición al cuidado de Nicholas Tarling, Cambridge, Reino Unido, Cambridge University Press, 1999, 360 páginas, pp. 181-191.

TURNBULL, C. M., "The Development of Asean", en la parte 5ª: "Regionalism and Nationalism" en AAVV, *The Cambridge History of South East Asia, Volume 2, Part 2, From World War II to the Present*, 2ª edición al cuidado de Nicholas Tarling, Cambridge, Reino Unido, Cambridge University Press, 1999, 360 páginas, pp. 305-308.

TARULEVICZ, NICOLE "Hidden in plain view: Singapore race and ethnicity policies", en AAVV, *The State, Development and Identity in Multi-Ethnic Societies: Ethnicity, Equity and the Nation*, Volumen 7 de la Colección "Routledge Malaysian Studies", 1ª edición de 2008 al cuidado de Nicholas Tarling y Edmund Terrence Gomez, 380 páginas, pp. 134-154.

T. H. KOH, WINSTON (editor)

AAVV, *The Economic Prospects of Singapore*, 1ª edición al cuidado de Winston T.H. Koh y Roberto S. Mariano, Singapur, Addison-Wesley / Pearson South Asia, 2006, 346 páginas, p.p. 1-299.

THANT MYINT-U, *Where China Meets India. Burma and the New Crossroads of Asia*, 1ª edición, Londres, Reino Unido, Faber and Faber Ltd, 2011, 366 páginas.

TERRENCE GOMEZ, EDUARD, *Politics in Malaysia, The Malay Dimension*, 1ª edición, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, 2007, 170 páginas.

TOH MUN HENG (editor)

BJERKE, BJÖRN, "Entrepreneurship and SMEs in the Singaporean Context", en AAVV, *Competitiveness of the Singapore Economy, A Strategic Perspective*, 1ª edición al cargo de Toh Mun Heng y Tan Kong Yam, Singapur, Singapore University Press, 1998, 354 páginas, pp. 249-288

TONGZON, JOSÉ L., "Singapore's extra Asean free trade agreements and implications for ASEAN", en AAVV, *Re Thinking Administrative Reforms in South East Asia*, colección Negocios y Economía del Este Asiático, del European Institute of Japanese Studies de la Escuela de Economía de Estocolmo, 2ª edición al cuidado de José L. Tongzón y Frederik Sjöholm, Singapur, Abingdon, Oxfordshire, Routledge, Reino Unido, 2007 (1ª edición de 2005, vista previa disponible en Amazon), 206 páginas, pp. 150-168.

TOMÁS GAIUMUNDIZ, DAVID "El turismo chino en España. La adaptación de destinos turísticos españoles al mercado más grande del mundo", Sevilla, Universidad de Sevilla, Trabajo de Fin de Máster para el Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo 2010-2011, 2011, 108 páginas.

"V"

VOON PHIN KEONG (editor)

YEOH KOK-KENG, EMILE YEOH, "Identity and Economic Development in a Multi Ethnic Society" en AAVV, *Malaysian Chinese and Nation Building, Before Merdeka and Fifty Years After*, vol.1, 1ª edición al cuidado de Voon Phin Keong, Kuala Lumpur, Malasia, Centre for Malaysian Chinese Studies, 2007, 460 páginas, pp. 187-221.

BEH LOO SEE, "Malaysian Chinese Capitalism: Mapping the Bargain of a Developmental State", en AAVV, *Malaysian Chinese and Nation Building, Before Merdeka and Fifty Years After*, vol.1, 1ª edición al cuidado de Voon Phin Keong, Kuala Lumpur, Malasia, Centre for Malaysian Chinese Studies, 2007, 460 páginas, pp. 223-267.

CHIN YEE WAH, "Chinese Economic Activities in the Emerging Malaysian Nation-State: Changing with the times", en AAVV, *Malaysian Chinese and Nation Building, Before Merdeka and Fifty Years After*, vol.1, 1ª edición al cuidado de Voon Phin Keong, Kuala Lumpur, Malasia, Centre for Malaysian Chinese Studies, 2007, 460 páginas, pp. 269-301.

"W"

WADE GEOFF (editor)

ROY, DENNY, "The China "Threat" Issue", en AAVV, *The Chinese in South East Asia*, volumen VI, colección Routledge Library on South East Asia, 1ª edición al cuidado de Geoff Wade, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, 2009, 348 páginas, pp. 188-200.

TØNESSON, STEIN, "An International History of the dispute in the South China Sea", en AAVV, *The Chinese in South East Asia*, volumen VI, colección Routledge Library on South East Asia, 1ª edición al cuidado de Geoff Wade, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, 2009, 348 páginas, pp. 337-362.

WONG, JOHN, "China-ASEAN relations", en AAVV, *The Chinese in South East Asia*, volumen VI, colección Routledge Library on South East Asia, 1ª edición al cuidado de Geoff Wade, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, 2009, 348 páginas, pp. 321-336.

ACHARYA, AMITAV, "Seeking Security in the dragon's shadow, China and South East Asia in the emerging Asian order", en AAVV, *The Chinese in South East Asia*, volumen VI, colección Routledge Library on South East Asia, 1ª edición al cuidado de Geoff Wade, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, 2009, 348 páginas, pp. 271-292.

POOKONG, KEE, "China-Asean relations, the people movements dimension", en AAVV, *The Chinese in South East Asia*, volumen VI, colección Routledge Library on South East Asia, 1ª edición al cuidado de Geoff Wade, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, 2009, 348 páginas, pp. 228-242.

YU-SHEK CHENG, JOSEPH, "Sino ASEAN relations in the early Twenty-First Century", en AAVV, *The Chinese in South East Asia*, volumen VI, colección Routledge Library on South East Asia, 1ª edición al cuidado de Geoff Wade, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, 2009, 348 páginas, pp. 243-270.

YU-SHEK CHENG, JOSEPH, "Sino ASEAN relations in the early Twenty-First Century", en AAVV, *The Chinese in South East Asia*, volumen VI, colección Routledge Library on South East Asia, 1ª edición al cuidado de Geoff Wade, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, 2009, 348 páginas, pp. 243-270.

SURYADINATA, LEO, ""Overseas Chinese" in South East Asia and China's foreign policy: an interpretative essay" en AAVV, *The Chinese in South East Asia*, volumen VI, colección Routledge Library on South East Asia, 1ª edición al cuidado de Geoff Wade, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, 2009, 348 páginas, pp. 117-156.

WATSON ANDAYA, BARBARA y ANDAYA, LEONARD Y., *A History of Malaysia*, 2ª edición, Basingstoke, Hampshire, Reino Unido, 2001, 392 páginas, pp. 301-371.

WARNER, MALCOM (editor)

CHILD, JOHN y WARNER, MALCOM, "Culture and Management in Hong Kong SAR", en AAVV, *Culture and Management in Asia*, primera edición al cuidado de Malcom Warner, Londres, Routledge (2003), 263 páginas, pp. 48-65.

HAMPDEN-TURNER, CHARLES M., "Culture and Management in Singapore", en AAVV, *Culture and Management in Asia*, primera edición al cuidado de Malcom Warner, Londres, Routledge (2003), 263 páginas, pp. 171-186.

SELMER, JAN y DE LEON, CORINNA, "Culture and Management in Hong Kong SAR", en AAVV, *Culture and Management in Asia*, primera edición al cuidado de Malcom Warner, Londres, Routledge (2003), 263 páginas, pp. 48-65, y p.52.

SMITH, WENDY A., "Culture and Management in Malaysia", en AAVV, *Culture and Management in Asia*, primera edición al cuidado de Malcom Warner, Londres, Routledge (2003), 263 páginas, pp. 115-135.

"Y"

YAHUDA, MICHAEL, *The International Politics of the Asia Pacific*, 3ª edición Abingdon, Oxon, Reino Unido, 2011 (1ª edición de 2004, de la misma editorial, de su división Curzon), 366 páginas.

YIN WAH CHU (editor)

THOMPSON, MARK R., "Modernization theory's last redoubt. Democratization in East and Southeast Asia", en AAVV, *East Asia's New Democracies, Deepening, reversal, non liberal alternatives*, 1ª edición al cuidado de Yin Wah Chu y Siu-lun Wong, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, Colección "Politics in Asia", 2010, 310 páginas, pp. 85-101.

CHUA BENG HUAT, "Group rights and democracy in Southeast Asia", en AAVV, *East Asia's New Democracies, Deepening, reversal, non liberal alternatives*, 1ª edición al cuidado de Yin Wah Chu y Siu-lun Wong, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, Colección "Politics in Asia", 2010, 310 páginas, pp. 227-245.

LINDA YUEH (editor)

AZHAR, A. K. M.; ELLIOT, ROBERT J.R. y JUNTING LIU, "The evolution of product quality in trade between China and ASEAN", en AAVV, *The Future of Asian Trade and Growth, Economic Development with the Emergence of China*, 1ª edición al cuidado de Linda Yueh, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, Colección *Routledge Studies in the Growth Economies of Asia*, 2010, 442 páginas, pp. 379 - 405.

ATHUKORALA, PREMA CHANDRA, "China and Southeast Asia in the new regional division of labour", en AAVV, *The Future of Asian Trade and Growth, Economic Development with the Emergence of China*, 1ª edición al cuidado de Linda Yueh, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, Colección *Routledge Studies in the Growth Economies of Asia*, 2010, 442 páginas, pp. 406-431.

BROOKS, DOUGLAS H.; ROLAND-HOLST, DAVID; VERBIEST, JEAN PIERRE Y FAN ZHAI, "Asian Integration and the Region Long Term Economic Prospects", en AAVV, *The Future of Asian Trade and Growth, Economic Development with the Emergence of China*, 1ª edición al cuidado de Linda Yueh, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, Colección *Routledge Studies in the Growth Economies of Asia*, 2010, 442 páginas, pp. 321-350.

ERIXON, FREDRIK; MESSERLIN, PATRICK y RAZEEN, SALLY, "China's trade policy post-WTO accession", en AAVV, *The Future of Asian Trade and Growth, Economic Development with the Emergence of China*, 1ª edición al cuidado de Linda Yueh, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, Colección *Routledge Studies in the Growth Economies of Asia*, 2010, 442 páginas, pp 33-74.

GANGNES, BYRON y VAN ASSCHE, ARI, "China and the future of the Asian electronics trade", en AAVV, *The Future of Asian Trade and Growth, Economic Development with the Emergence of China*, 1ª edición al cuidado de Linda Yueh, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, Colección *Routledge Studies in the Growth Economies of Asia*, 2010, 442 páginas, pp. 351 - 373.

YUSSOF, ISHAK, *Malaysia's Economy, Past Present and Future*, Kuala Lumpur, Malaysian Strategic Research Centre, 2009, 278 páginas.

"Z"

ZUBAIDAH RAHIM, LILY, *The Singapore Dilemma: The Political And Educational Marginality Of The Malay Community*, 1ª edición, Shah Alam, Selangor Darul Ehsan, Malasia, 1998, 302 páginas.

ZUBAIDAH RAHIM, LILY, *Singapore in the Malay World. Building and breaching regional bridges*, 1ª edición, Abingdon, Oxfordshire, Reino Unido, Routledge, 2009, 230 páginas.

**Fin**