

INFORMACION COMERCIAL ESPAÑOLA
MINISTERIO DE ECONOMÍA Y COMPETITIVIDAD

Núm. 3042

Del 1 al 31 de agosto de 2013

ICE
BOLETÍN
ECONÓMICO



**Ampliación de los Planes Integrales
de Desarrollo de Mercado**

En preparación

- Estadísticas de las exportaciones españolas de material de defensa, de otro material y de doble uso, año 2012
- El grupo del Banco Africano de Desarrollo: funcionamiento y oportunidades para empresas españolas

Las opiniones expresadas en el BICE son de exclusiva responsabilidad de los autores y no reflejan, necesariamente, los puntos de vista de Información Comercial Española

MINISTERIO DE ECONOMÍA Y COMPETITIVIDAD

NÚMERO 3042

Director

Santiago Elorza Cavengt

Jefa de Redacción

Pilar Buzarra Villalobos

Redacción: Carmen Fernández de la Mora, **Consejo de Redacción:** Antonio M^a Ávila, Antonio Carrascosa, Rafael Coloma, Begoña Cristeto, José M^a Fernández, Luis Fuentes, Rafael Fuentes, José C. García de Quevedo, Rafael Gómez Pascual, Francesc Granell, Silvia Irazo, Nicolás López, Alicia Montalvo, Vicente Montes Gan, María Naranjo, Ödön Pálfa, Fco. Javier Parra, Eva Povedano, Remedios Romeo, Darío Sáez, Francisco Javier Sansa, Cristina Serrano, Juan Varela. **Logo y diseño general:** Manuel A. Junco. **Portada:** Eduardo Lorenzo. **Edición y Redacción:** Paseo de la Castellana, 162, planta 11. Teléfonos: 91 349 31 90; www.revistasICE.com

Permitida la reproducción de los artículos contenidos en este Boletín, previo permiso por escrito de la Redacción

Maquetación: DAYTON, SA
Impresión: Centro de Impresión Digital y Diseño de la Secretaría de Estado de Comercio
Papel exterior: ecológico estucado brillo
Papel interior: 80 g ecológico FSC/TCF
ECPMINECO: 1.ª ed./4500813
EUAEVF: 7€ + IVA

D.L.: M-30-1958
NIPO: 720-13-010-4
ISSN: 0214-8307
Catálogo general de publicaciones oficiales
<http://publicacionesoficiales.boe.es>



S U M A R I O

		Introducción
Antonio Fernández-Martos Montero	3	La ampliación de los Planes Integrales de Desarrollo de Mercado
		Colaboraciones
Cristina Teijelo Casanova	7	Australia y su Plan Integral de Desarrollo de Mercado
Jaime Alcaide Arranz	15	Indonesia: situación económica, oportunidades y Plan Integral de Desarrollo de Mercado
Juan María Portillo Puertas	27	La consideración de Singapur como país prioritario de la política comercial española
Emilio Calvo Roldán	37	Sudáfrica, el PIDM necesario



Antonio Fernández-Martos Montero

Director General de Comercio e Inversiones

LA AMPLIACIÓN DE LOS PLANES INTEGRALES DE DESARROLLO DE MERCADO

Los Planes Integrales de Desarrollo de Mercado (PIDM) recogen las prioridades geográficas dentro de la estrategia de política comercial de la Secretaría de Estado de Comercio. Ésta, en colaboración con las organizaciones empresariales, ha procedido, a lo largo de los últimos meses, a una revisión exhaustiva de los Planes Integrales de Desarrollo de Mercado existentes con el objetivo de dotarles de un nuevo impulso. Adicionalmente, ha llevado a cabo un proceso de análisis y evaluación de determinados mercados con el fin de buscar nuevos países-oportunidad para la exportación e inversión españolas, sobre los cuales desarrollar nuevos PIDM. Todo ello con el ánimo de consolidar los ya existentes y dotar de un contenido y estrategia claros a los nuevos PIDM, permitiendo en último término profundizar en la estrategia de internacionalización de la empresa española y de diversificación de los mercados de destino de las exportaciones e inversiones españolas.

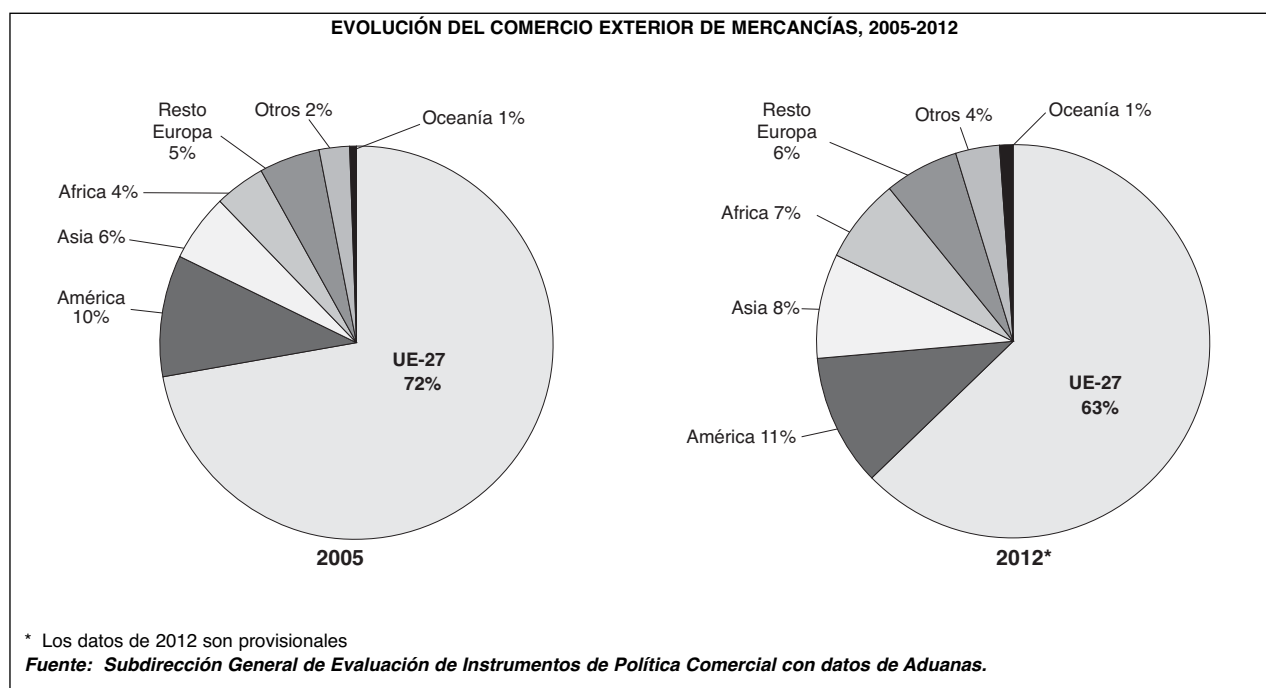
Los Planes Integrales de Desarrollo de Mercado nacen en 2005 con el objetivo de aprovechar nuevas oportunidades en la economía internacional y diversificar geográficamente el sector exterior español, muy concentrado en la UE.

En una primera aproximación se identificaron nueve mercados prioritarios para España: Argelia, Brasil, China, EEUU, India, Japón, Marruecos, México y Rusia. En años posteriores, este número se amplió al incluir a Turquía, Corea del Sur y los países del Consejo de Cooperación para los Estados Árabes del Golfo como países PIDM. Finalmente, en el presente año van a añadirse, como se verá, cuatro países PIDM más: Australia, Indonesia, Singapur y Sudáfrica.

Sobre estos mercados –excepto, lógicamente, sobre los cuatro últimos– se han elaborado y ejecutado a lo largo de los últimos ocho años estrategias y planes de actuación integrales, plasmados en los citados Planes Integrales, a partir de los cuales se ha procedido a actuar a través de diversos instrumentos sobre los diferentes ámbitos de la internacionalización. Concretamente, se pueden distinguir cuatro líneas estratégicas de actuación principales en los PIDM que se han desarrollado hasta la fecha: apoyo institucional, apoyo al comercio –que, a su vez, incluye aquellas medidas relativas al acceso a los mercados, de promoción e información y de apoyo financiero–, apoyo a la inversión e información y formación.

El balance de los primeros años de vida de los PIDM es muy positivo, en tanto que las exportaciones al conjunto de los PIDM crecieron a un ritmo muy superior a las exportaciones totales y a las exportaciones a la UE. En consecuencia, entre 2005 y 2012 el peso de las exportaciones con destino a países no UE sobre el total de exportaciones españolas ha aumentado en 9 puntos porcentuales, hasta suponer el 37 por 100 del total de las exportaciones.

Asimismo, el peso de los países PIDM en el patrón geográfico exportador español también ha experimentado un incremento notable, pasando de suponer el 15 por 100 del total de las exportaciones (22.539 M€ sobre un total de 155.005 M€) en 2005 a representar el 20 por 100 de las mismas en 2012 (43.420 M€ sobre un total de 222.644 M€).



Adicionalmente, se ha observado un notable incremento de la importancia de los países PIDM en el *stock* español de inversión y un aumento importante del número de empresas españolas en estos países, así como del número de empresas participadas.

A consecuencia de este resultado favorable, se planteó la posibilidad de profundizar y ampliar la estrategia PIDM llevada a cabo hasta la fecha, para lo cual, en el último trimestre de 2012, se procedió al análisis y valoración de países con potencial económico-comercial considerable en los que la presencia española no se corresponde con dicho potencial, para valorar la posibilidad de añadirlos a los países PIDM ya existentes. Se preseleccionaron un total de 16 países pertenecientes a las regiones de Asia Pacífico, América Latina, América del Norte, África y Oriente Medio.

Sobre estos países se establecieron siete grupos de indicadores, todos ellos de carácter estrictamente económico, tales como la dimensión de mercado (evolución reciente y potencial); la estabilidad macroeconómica y financiera del país; el grado de apertura y las posibles barreras de acceso al mercado; la exportación española y su potencial; la inversión española y su evolución reciente; el posible interés manifestado por las empresas españolas; y otro grupo de variables, como la financiación de infraestructuras o los acuerdos económicos actuales o potenciales con España de especial interés.

Estos grupos de indicadores se ponderaron teniendo en cuenta que se buscaba seleccionar países que se caracterizaran, principalmente, por contar con un potencial de mercado importante a corto, medio y largo plazo y que contasen con una mínima atención del sector exportador español pero en los que, aun a pesar de esa atención, la economía española se encontrara subrepresentada en términos de cuota de importaciones y negocios en lo económico y comercial.

Una vez finalizada la valoración, se discutió internamente entre los responsables de la política comercial y de promoción pública comercial y se solicitó opinión del sector privado para alcanzar la mejor selección final posible, complementando con un análisis cualitativo al análisis cuantitativo efectuado, ya que este último podía presentar cierto sesgo favorable a aquellos países con una importante dimensión de mercado.

A partir de los resultados del análisis y cruzando éstos con los datos sectoriales aportados por el ICEX España Exportación e Inversiones y el propio conocimiento de los mercados de la Secretaría de Estado de Comercio y de las organizaciones empresariales, finalmente se seleccionaron cuatro nuevos países PIDM: Australia, que figuraba entre los primeros en relación a diversas variables; Indonesia, país con gran potencial y con una dinámica de crecimiento estable, así como gran demandante de infraestructuras; Singapur, país-Estado abierto comercialmente, muy desarrollado y con un estratégico papel de prescriptor de opinión y de enclave financiero y de comunicaciones en Asia, especialmente en el Sudeste; y Sudáfrica, país también estratégico en África y que ya tiene su reconocimiento reciente a nivel mundial como país BRICS (club de emergentes destacados junto a China, Brasil, India, y Rusia).

Finalmente, la Secretaría de Estado de Comercio se encuentra actualmente elaborando los nuevos PIDM para los cuatro países de incorporación reciente y ajustando los Planes de los países PIDM ya existentes.

Por otra parte, es digno de mención que el borrador de anteproyecto de Ley de Apoyo a los Emprendedores y su Internacionalización prevé la elaboración de un Plan Estratégico de Internacionalización de la Economía Española. Este Plan incorporará, una vez aprobada la ley, las prioridades geográficas en materia de internacionalización e integrará, por tanto, los PIDM en un marco más amplio que buscará recoger toda la acción del Gobierno de España en materia de internacionalización de la economía.

En resumen, la Estrategia PIDM 2013 pasa por un refuerzo y ajuste de las estrategias ya existentes para los países que han contado hasta ahora con PIDM y por la inclusión de Australia, Indonesia, Singapur y Sudáfrica como nuevos países PIDM, con el consiguiente diseño e impulso de estrategias de internacionalización acordes a la idiosincrasia de cada uno de ellos y siempre teniendo en mente el objetivo de internacionalización de las empresas españolas.

*Cristina Teijelo Casanova**

AUSTRALIA Y SU PLAN INTEGRAL DE DESARROLLO DE MERCADO

Durante los siete años de recesión económica global, Australia ha seguido creciendo a tasas de país emergente. Esta favorable evolución económica en un país desarrollado, con seguridad jurídica, transparencia, apertura al comercio y a la inversión, y donde las empresas españolas están obteniendo buenos resultados en diferentes áreas de actividad, ha llevado a la Secretaría de Estado de Comercio a intensificar sus esfuerzos en este mercado, de cara a modificar la imagen de país lejano y facilitar la aproximación de las empresas españolas, al tiempo que se profundizan las relaciones institucionales siempre necesarias para la promoción de la Marca España. A lo largo del artículo se lleva a cabo una revisión de los principales objetivos a conseguir en aquellos sectores de oportunidad y en las diferentes áreas de actuación que van a servir de apoyo a la actividad de las empresas españolas en el ámbito del comercio, de la inversión, de la información y de la formación.

Palabras clave: Australia, estabilidad económica, Asia-Pacífico, infraestructuras.

Clasificación JEL: N17, N37, O56.

1. Introducción

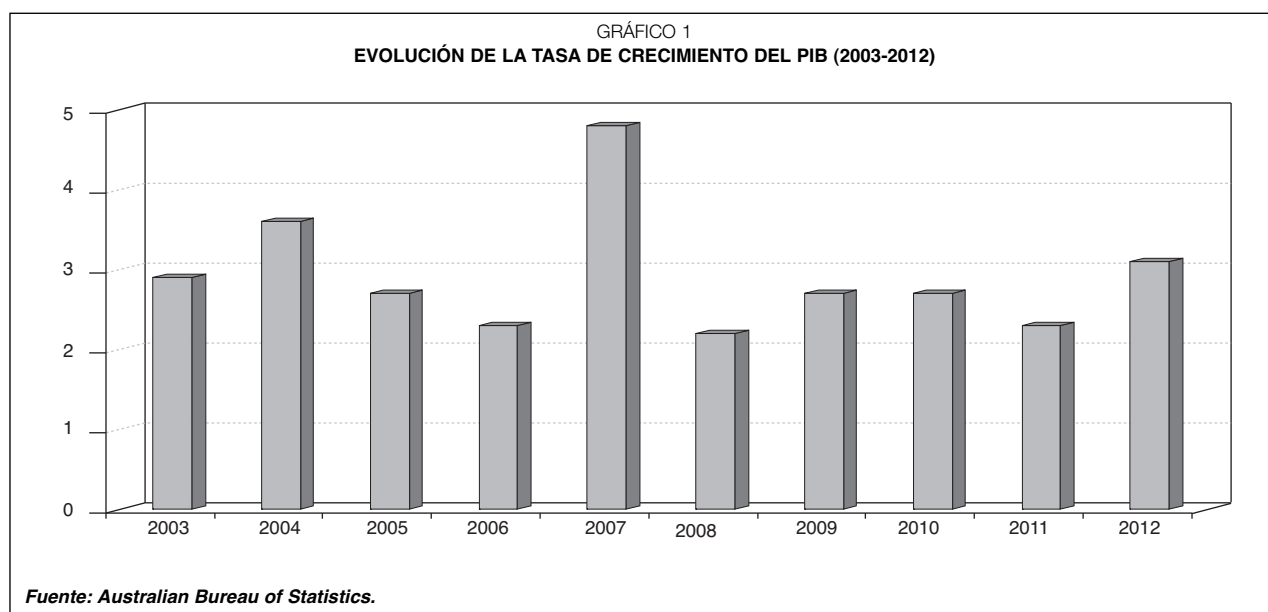
En el año 2004, cuando la Secretaría de Estado de Comercio puso en marcha los nueve primeros Planes Integrales de Desarrollo de Mercados (PIDM) de Estados Unidos, Brasil, México, Marruecos, Argelia, Rusia, China, India y Japón, a los que más tarde se unirían Corea del Sur, Turquía y los Países del Golfo, no se planteó la inclusión de Australia, al no ofrecer entonces el mercado australiano el nivel de interés y oportunidades que presentaban el resto de los países mencionados. Podemos decir que entonces las empresas españolas aún no esta-

ban maduras para abordar un mercado que se consideraba lejano, pequeño y desconocido.

Sin embargo, pocos años después, el panorama ha cambiado sustancialmente y a ello han contribuido diversos factores. Por el lado español, se ha consolidado el proceso de internacionalización de las grandes multinacionales españolas a nivel global, se ha producido un efecto arrastre de las empresas del segundo nivel y han salido al exterior gran número de pymes que presentaban factores diferenciales de competitividad, impulsadas por un mercado doméstico en recesión. Por el lado australiano, la estabilidad institucional, la favorable coyuntura económica en un contexto de recesión generalizada, apoyada en su dotación de recursos naturales (minerales y energéticos, sobre todo), ▷

* Consejera Económica y Comercial en Sydney.

Versión de julio de 2013.



el tirón de la demanda en China y otros mercados asiáticos de estos recursos naturales, la solidez de sus instituciones, la combinación de un dólar australiano fuerte con un euro débil, y el desarrollo de planes de infraestructuras ambiciosos, necesarios para impedir el estrangulamiento del modelo productivo, son los factores explicativos del crecimiento de la presencia empresarial española en Australia.

Un factor relevante en el análisis del mercado australiano es su localización estratégica en el área asiática, que se espera aporte un 45 por 100 del PIB mundial en el 2015, lo que es más que Estados Unidos y Europa juntos. También conviene destacar que Australia tiene firmado un Acuerdo de Libre Comercio con la ASEAN (Asociación de Naciones del Sudeste Asiático) y participa en los procesos de integración Asia-Pacífico: Trans-Pacific Strategic Economic Partnership (TPP) y Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP).

España comparte con Australia valores, estrategias e intereses globales, basados en unas fluidas relaciones políticas y económicas, que les han permitido trabajar conjuntamente para ampliar nuestra presencia tecnológica e industrial, no sólo en nuestros respectivos países, sino también en la región Asia-Pacífico.

2. La economía australiana en el contexto de la crisis global

La crisis económica y financiera global afectó a la economía australiana de forma limitada, habiendo experimentado tan solo un trimestre de crecimiento negativo, el último de 2008, durante el cual la economía australiana se contrajo un 0,5 por 100. A partir de ese año, el PIB real creció en torno al 2,5 por 100 anual hasta que, en 2012, registró una tasa de crecimiento del 3,1 por 100. Las previsiones para este año apuntan un crecimiento, a finales del 2013, en torno al 3 por 100.

La economía australiana se caracteriza por su carácter dual, con un sector primario (básicamente materias primas y energía) netamente exportador y motor del crecimiento y otro sector industrial que compite con las importaciones en condiciones desfavorables. Esto ha originado una situación de «enfermedad holandesa», característica de los países ricos en recursos naturales, cuya exportación provoca una apreciación de la divisa local, con efectos de pérdida de competitividad en los sectores tradicionales que compiten con las importaciones debido a la fortaleza del dólar australiano frente a las dos divisas de referencia: el dólar estadounidense y el euro. ▷

Mucho se ha hablado en tiempos recientes de la dependencia de Australia respecto a China. En efecto, gran parte del crecimiento anual del PIB australiano está directamente vinculado al tirón de la demanda del gigante asiático. Esta tendencia preocupa sobremanera en Australia, muy especialmente ahora que China parece haber entrado en una fase de ralentización de su actividad económica. Las autoridades monetarias australianas han aplicado recientemente reducciones de su tipo de interés de intervención, con efectos casi inmediatos en forma de depreciación del dólar australiano. Respecto a otras medidas de corte estructural, el país se encuentra en compás de espera a la vista de la celebración de elecciones generales en septiembre de este año.

¿Es sostenible el modelo de crecimiento australiano? A pesar de presentar indudables debilidades (dependencia del sector exportador de productos primarios, baja competitividad ligada a los elevados costes, especialmente los laborales, reducido tamaño en un área geográfica muy extensa, lejanía de los grandes centros de consumo y producción, carencias en el ámbito de las infraestructuras), no es menos cierto que Australia está pasando a través de la gran recesión global sin haber resultado afectada. Su capacidad de mantener los actuales niveles de crecimiento y bienestar depende crucialmente del mantenimiento de los planes de inversión públicos y privados, esfuerzo sobre cuya necesidad parece existir cierto consenso entre las dos principales fuerzas políticas y la clase empresarial.

3. España en Australia, ¿cuáles son las oportunidades?

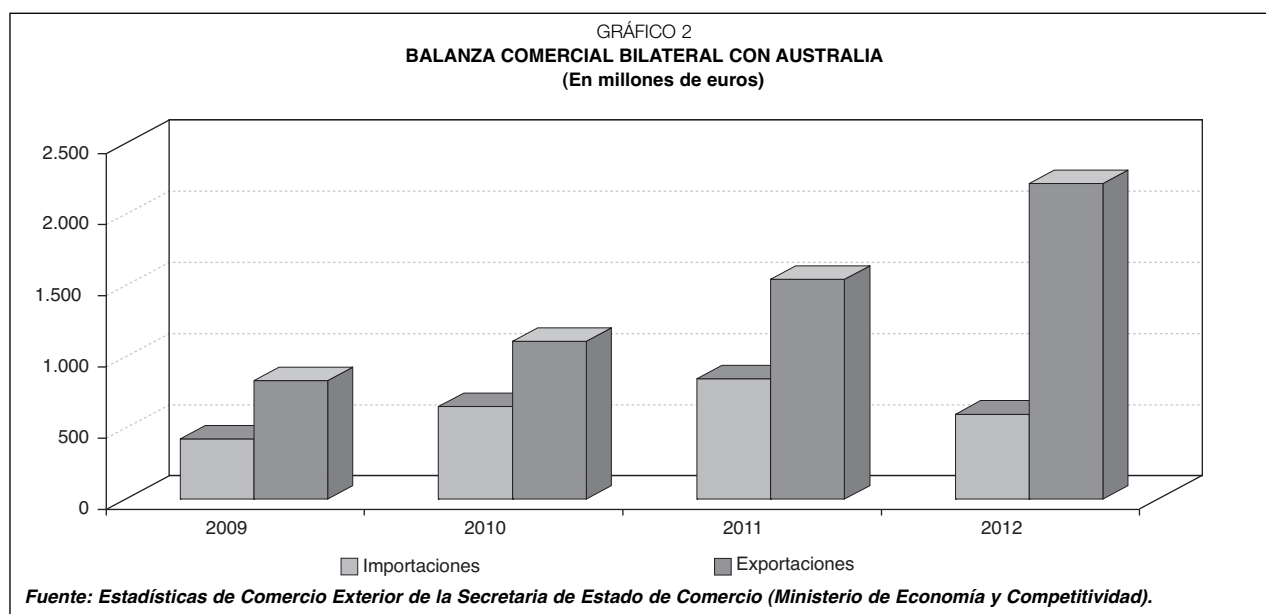
La economía australiana tiene un tamaño aproximado del 75 por 100 de la española en términos de sus respectivos PIB. Al ser la población de Australia la mitad que la de España, su PIB per cápita es sustancialmente superior al nuestro (42.000 frente a 32.000 USD).

Australia no es un mercado fácil. Su lejanía (a un mínimo de 24 horas de vuelo de España y con 8 ó 10 horas de diferencia en sus husos horarios dependiendo de la estación), su extensión geográfica –quince veces el tamaño de España– y su reducida población, la mitad de la española, no deberían suponer problemas insalvables en un mundo interconectado. Prueba de ello es el hecho de que nuestros principales competidores europeos están presentes en este mercado antes que nosotros y con mayor intensidad, si bien la progresión reciente de la cuota de mercado española, que se situó en 2012 en un 1,22 por 100, es probablemente la mejor entre los países de la UE.

El mercado australiano se caracteriza por su reducido tamaño en términos de demanda y de número de operadores (importadores, agentes y distribuidores). Es un mercado muy competitivo, selectivo y maduro. Los márgenes son estrechos y los volúmenes de pedido menores que en otros mercados. Hay que tener en cuenta que, además de su reducida población, la dispersión geográfica conduce a una organización de la actividad comercial a nivel de Estados, siendo los de Nueva Gales del Sur, Victoria y Queensland los más importantes.

Probablemente debido a su lejanía e insularidad, el australiano es nacionalista y aplica esta característica al consumo. Dará preferencia al producto local, salvo que el foráneo aporte ventajas evidentes en forma atributos diferenciales (de calidad, presentación, tecnología...). No tiene sentido intentar competir en la variable precio, dada la cercanía de Australia a Asia, origen de gran parte de sus importaciones y, por supuesto, de todas las del segmento bajo.

Las empresas españolas exportadoras han sabido encontrar nichos en el mercado australiano y existen numerosos casos de éxito en diferentes sectores y productos. Todos ellos presentan rasgos de competitividad que les hacen únicos en su ámbito, suelen asociarse a operadores de mercado cualificados mediante vínculos estables y duraderos, y tratan de mantener precios ajustados. Prueba de ello es la saludable progresión de nuestras exportaciones. ▷



Aunque parte de este efecto venga explicado por la evolución de los tipos de cambio del euro y del dólar australiano, sí existe un incremento de nuestra cuota de mercado en términos reales, manteniéndose así la tendencia histórica al superávit comercial que España mantiene con Australia.

La mitad de las empresas del IBEX 35 están ya presentes en este mercado. En total, más de ochenta empresas españolas mantienen en la actualidad un establecimiento permanente en Australia. A lo largo de 2012 se instaló, en promedio, una nueva empresa española al mes en este mercado, desarrollando su actividad en el ámbito de la importación-distribución, la prestación de servicios y la ejecución de contratos y proyectos, tanto públicos como privados.

La actividad de las empresas españolas en el ámbito de los proyectos y licitaciones se apoya en un encaje natural entre las áreas de especialización que nuestras empresas ofrecen, como las de ingeniería, construcción y gestión de infraestructuras, energía, incluidas las renovables, tratamiento de agua, tecnologías de la información y de la comunicación, defensa, etcétera, y las necesidades que tiene el país, consecuencia de su gran tamaño, y de la carencia de un nivel adecuado de infraestructuras que se trata de mejorar con ambiciosos planes de inversión público-privados.

Australia es un país abierto que trata de incentivar la competencia y la eficiencia en el gasto público (*value for money*). Para ello desarrolla esfuerzos de atracción de empresas que estén en condiciones de aportar una contribución diferencial, que se comprometan con el mercado, que se planteen su entrada con un carácter de estabilidad y de permanencia. Las empresas españolas están en condiciones de satisfacer estas necesidades, como lo revela el hecho de que la agencia federal Infrastructure Australia las identifique como sus principales objetivos. En palabras de su director ejecutivo, Rory Brennan:

«Infrastructure Australia promueve de forma intensa la participación de empresas extranjeras en el mercado local, tanto en su dimensión de constructores, como de socios tecnológicos como de inversores, y en este sentido España se sitúa en uno de los niveles más altos de prioridad».

Una de las primeras actuaciones que pone de manifiesto esta consideración prioritaria en el marco del PIDM tendrá lugar en el mes de noviembre, con la celebración de un Encuentro Empresarial en Sydney, organizada por el ICEX, donde se esperan unas 40 empresas españolas, que tratarán de iniciar su aproximación a potenciales socios australianos o de reforzar su presencia actual. ▷

4. Contenido del Plan Integral de Desarrollo del Mercado australiano

A la vista de los buenos resultados obtenidos con la puesta en marcha de los PIDM en los países en los que ya llevan años de desarrollo, el PIDM Australia seguirá los esquemas que se han ido manteniendo a lo largo del tiempo, con respecto a los objetivos que se pretenden alcanzar.

4.1. Objetivos

El PIDM Australia va a concentrar sus objetivos en:

- Estimular la participación de las empresas españolas en licitaciones públicas y privadas, en las que ya se están consiguiendo importantes resultados.
- Promover el establecimiento de *joint ventures* con vistas a operaciones bajo la modalidad PPP (proyectos de participación público privada),
 - Atraer inversión australiana hacia España, al ocupar Australia el puesto número 14 en el *ranking* mundial, como país inversor.
 - Consolidar los niveles de exportación española, que se ha cuadruplicado en la última década, e incrementarla aprovechando sectores-nicho que ofrezcan oportunidades; así como el efecto arrastre derivado de proyectos de inversión y de licitaciones conseguidas por empresas españolas.

4.1.1. Sectores de oportunidad para el comercio

Los sectores que se han priorizado en el PIDM Australia, en relación al fomento de las exportaciones españolas, son aquéllos en los que se considera que el producto español puede aportar un valor añadido en el mercado australiano con respecto a sus competidores directos:

- Agroalimentarios: productos orgánicos, *gourmet* y vinos (los vinos españoles representan tan solo el 2 por 100 del total de los vinos importados en Australia).
- De consumo: parafarmacia y cosmética, productos cerámicos, muebles de diseño.

- Industriales: maquinaria (agrícola y minera), bienes de equipo, equipos de transporte y tecnología de procesos productivos, aparatos médicos y sanitarios y todo lo relacionado con el medioambiente (productos, servicios, tecnología).

- Ventas *online*: es un sector que crece a tasas del 10 por 100 anual y en el último año alcanzó una facturación de 15.000 M€, destacan los sectores de textil-confección, calzado o libros.

4.1.2. Sectores de oportunidad para la inversión

En cuanto a los sectores con mayor potencial para inversión, se pueden señalar los siguientes:

- Energías renovables (solar, eólica): se han dotado importantes presupuestos públicos de apoyo al desarrollo comercial de las energías renovables y de la eficiencia energética, si bien el entorno político y regulatorio es incierto.

- Infraestructuras (viarias, ferroviarias, portuarias, y sanitarias): los proyectos se desarrollan en los ámbitos público y privado, en particular los asociados al sector minero.

- Medioambiente: con especial incidencia en la potabilización y en la desalinización de aguas y tratamiento de residuos y reciclaje.

- Sector de defensa naval (buques de apoyo logístico y submarinos): con proyectos previstos para los próximos diez años valorados en 30.000 millones de euros.

- Sector agrícola: proyectos *brownfield* en participaciones o adquisiciones de empresas productoras, en sectores de oportunidad como vino y aceite de oliva.

- Otros sectores: inmobiliario (residencial y comercial), tecnologías de la información, biotecnología, servicios financieros, nanotecnología y turismo.

En las Tablas 1 y 2 se recoge la cartera de proyectos públicos y privados que se desarrollarán previsiblemente en Australia en el horizonte de 2020. El estado de maduración de los mismos es variable, y se omiten los proyectos de cuantía inferior a los 20 millones de A\$ (14 millones de euros). ▷

TABLA 1
CARTERA DE PROYECTOS FUTUROS EN AUSTRALIA
(Por Estado y ente convocante)

	Proyectos en millones de euros				Total
	Públicos		Privados		
	PPP	Otros	Minería	Otros	
Nueva Gales del Sur.....	2.149	7.744	5.290	8.606	23.788
Australia Occidental.....	4.942	4.753	55.338	10.123	75.157
Queensland.....	4.448	6.254	61.966	9.959	82.628
Australia Meridional.....	183	1.950	9.878	2.284	14.295
Territorio del Norte.....	15	-	17.080	847	17.942
Victoria.....	4.421	11.081	1.204	11.667	28.374
Territorio de la Capital.....	-	-	-	558	558
Tasmania.....	80	724	354	1.836	2.994
Sin asignar.....	0	3.318	8.826	74.926	87.070
Total.....	16.238	35.825	159.935	120.807	332.806

Fuente: Deloitte Investment Monitor y elaboración propia.

TABLA 2
CARTERA DE PROYECTOS FUTUROS EN AUSTRALIA
(Por Estado y sector)

	Proyectos en millones de euros						Total
	Infraestructuras, construcción civil e ingeniería	Tratamiento de aguas	Servicios integrados de ingeniería eléctrica	Ferrocarriles	Edificación (comercial y residencial)	Otros	
Nueva Gales del Sur.....	12.287	0	4.892	5.860	368	388	23.795
Australia Occidental.....	66.282	0	1.960	1.306	3.470	4.257	77.275
Queensland.....	63.743	37	5.201	9.955	2.964	727	82.628
Australia Meridional.....	10.687	95	3.536	419	626	32	15.395
Territorio del Norte.....	17.716	0	0	0	227	0	17.942
Victoria.....	23.037	160	1.906	117	2.617	452	28.289
Territorio de la Capital.....	-	-	558	-	-	-	558
Tasmania.....	895	73	1.765	169	92	-	2.994
Sin asignar.....	8.826	-	-	78.160	85	-	87.070
Total.....	203.472	365	19.819	95.987	10.447	5.857	335.946

Fuente: Deloitte Investment Monitor y elaboración propia.

Es de destacar que las empresas españolas de infraestructuras y energía están orientando sus esfuerzos de manera creciente hacia las oportunidades que generan las empresas privadas que operan en el sector minero. Es una dinámica diferente a la de las licitaciones públicas, pero mueve grandes cantidades de recursos. Las empresas españolas ostentan posiciones de liderazgo a nivel mundial y de hecho ya empiezan a tener proyectos adjudicados en este mercado que les sirven de referencia.

4.2. Líneas de actuación

4.2.1. Apoyo institucional

Desde el año 2009, fecha en que se produjo la visita de SSMM los Reyes de España, no se han pro-

ducido visitas institucionales españolas de alto nivel. Por parte australiana, sin embargo, diversas autoridades tanto de rango federal como estatal viajan regularmente a España, a veces como parte de giras europeas más amplias y otras como único destino. Los dos países han sabido reconocerse mutuamente como actores destacados de la escena internacional y se ha detectado un gran potencial de cara a conseguir una asociación estratégica económica y empresarial.

Con la puesta en marcha del PIDM se pretenden reactivar las relaciones institucionales entre los dos países, con un decidido y firme apoyo de la Administración española a Australia como mercado prioritario y que, desde el primer momento, se va a reflejar, como ya se indicaba mas arriba, en la celebración del Encuentro Empresarial en Sydney, en el que las comunidades empresariales tendrán ▷

a su alcance muchas nuevas oportunidades de negocio, contando con el apoyo y colaboración de los organismos federales y estatales de promoción, como es el caso de Austrade.

Esta colaboración en el desarrollo de los contactos directos entre empresarios españoles y australianos, se manifiesta también en las variadas actividades que organiza periódicamente la nueva Cámara Oficial Española de Comercio en Australia, que ha dado un nuevo aire a estas relaciones, gracias a la especial dedicación de una nueva generación de jóvenes profesionales españoles.

4.2.2. Apoyo al comercio

Acceso al mercado y eliminación de obstáculos

La identificación de obstáculos a la actividad de nuestras empresas en el mercado australiano es un eje central del Plan. Las acciones en materia de acceso al mercado y eliminación de barreras al comercio cuenta se enmarcan en los llamados Market Access Teams (MATs), instrumento de trabajo conjunto con la Delegación de la Unión Europea y el resto de Estados miembros, cuyo fin es la eliminación de todo tipo de barreras al comercio y la inversión. En el caso de Australia, dado su carácter de continente-isla libre de la mayor parte de pestes y plagas que afectan al resto del mundo, destacan las barreras sanitarias y fitosanitarias, cuya aplicación en ciertos casos excesivamente restrictiva, dificulta el normal desarrollo de los intercambios.

Por otra parte, con carácter permanente, se llevan a cabo actuaciones bilaterales en defensa de la seguridad jurídica y de los intereses de las empresas españolas ante las autoridades australianas en los procesos de licitación, al no haber ratificado Australia el Acuerdo de Compras Públicas de la OMC.

Promoción e imagen

Buena parte de las actividades de promoción e imagen necesitan de la asignación de importantes recursos para la puesta en marcha de promociones

directas de un producto específico, participación en ferias, misiones comerciales, campañas de comunicación o jornadas técnicas.

Posiblemente, con este nuevo PIDM se consiga la reasignación de dotaciones que permitan incidir más en este tipo de actividades de gran repercusión en Australia y que habrá que procurar diversificar geográficamente entre los diferentes Estados ante la gran extensión territorial del país.

Y no sólo hay que centrarse en la promoción de productos alimenticios, muy apreciados en Australia, sino que se necesita apoyar la promoción de la imagen tecnológica de España, para reforzar la posición de las empresas que ya se encuentran instaladas en el país.

Apoyo financiero

El apoyo financiero se materializa en la exportación con cobertura a cargo de CESCE (Compañía Española de Seguro de Crédito a la Exportación) que mantiene abierta la cobertura sin restricciones a corto, medio y largo plazo. Australia se encuentra en grupo de riesgo nulo según la clasificación de la OCDE para créditos a la exportación.

Apoyo a la inversión

El apoyo a empresas españolas para sus proyectos de inversión en Australia se puede canalizar a través de COFIDES, el ICO y del Fondo para la Internacionalización de la Empresa (FIEM). Este último instrumento, de reciente creación, posibilita la financiación directa reembolsable, en términos comerciales, de contratos internacionales de suministro de bienes o proyectos llave en mano, suscritos por empresas españolas en Australia. También este tipo de financiación reembolsable está prevista para proyectos de inversión en el extranjero tanto corporativa como de tipo *project finance*.

También se incluye en el PIDM de Australia un reforzamiento de los contactos sistemáticos que se vienen haciendo con posibles inversores australianos, con el respaldo de Invest in Spain, en dis- ▷

tintos sectores, como minero, naval, biotecnología, tecnología sanitaria e inversores institucionales. Durante el Encuentro Empresarial de Sidney, Invest in Spain presentará sus posibilidades de colaboración para facilitar la llegada de nuevos inversores australianos a España.

Información y formación

Las labores de información se cuidan especialmente dentro de la variedad de líneas de actuación del PIDM, aunque tratándose de un país desarrollado y abierto como Australia, las posibilidades de información accesibles desde la red son infinitas. Aún así, las empresas españolas tienen como primera herramienta de información la que se transmite a través de la página web de Oficinas Comerciales de Australia, que se actualiza permanentemente, con las últimas novedades e informes sobre el mercado australiano; y el desarrollo del sistema de servicios personalizados, que permite ofrecer a las empresas españolas una información de alto valor añadido, orientada a cubrir las necesidades específicas de la empresa española que desea abrir mercado en Australia.

En cuanto al capítulo de formación, habría que hacer especial mención al Programa de Becas ICEX para formar a jóvenes profesionales en comercio exterior e inversión, que están teniendo la oportunidad de especializarse en el mercado australiano durante un periodo de un año, para luego aprovechar su experiencia y conocimientos en una empresa, que

esté instalada en Australia o en España. Esta oportunidad también se ofrece para jóvenes profesionales que dependen de otros organismos españoles.

5. Conclusión

La puesta en marcha del PIDM de Australia determina que las instituciones españolas realicen esfuerzos adicionales destinados a poner a Australia en mayor medida en el radar de las empresas españolas con el fin de que entren en contacto con un mercado de gran potencial. Es un reconocimiento expreso del alto nivel de prioridad que el Gobierno de España concede al mercado australiano. Las relaciones económicas y comerciales bilaterales entre España y Australia están todavía por debajo de su verdadero potencial y queda un amplio margen para que las empresas australianas sigan beneficiándose del buen hacer, de la profesionalidad y de la experiencia de las empresas españolas y viceversa, de ahí que esta nueva iniciativa de enmarcar a Australia dentro de los Planes Integrales de Desarrollo de Mercados llegue en el momento más oportuno de cara a reforzar y potenciar las relaciones bilaterales entre los dos países.

Australia se presenta como un mercado de oportunidad una vez superada la primera sensación de mercado lejano y desconocido. La favorable progresión de nuestra presencia a lo largo de la última década y los casos de éxito de empresas líderes constituyen referencias imprescindibles para los nuevos entrantes.



*Jaime Alcaide Arranz**

INDONESIA: SITUACIÓN ECONÓMICA, OPORTUNIDADES Y PLAN INTEGRAL DE DESARROLLO DE MERCADO

Indonesia es la mayor economía del sudeste asiático y el cuarto país más poblado del mundo. Disfruta de una posición estratégica y de riqueza en recursos naturales y ha mostrado un significativo crecimiento y estabilidad macroeconómica en los últimos años. Todo ello convierte al país en un destino atractivo para la economía y empresas españolas. El Plan Integral de Desarrollo de Mercado (PIDM) para Indonesia, destinatario natural del grupo de países PIDM, pretende potenciar y optimizar nuestras relaciones económicas y comerciales en los diferentes ámbitos para un mejor aprovechamiento de las oportunidades existentes en el mercado.

Palabras clave: promoción del comercio exterior, exportaciones, inversiones en el extranjero, España, Indonesia.

Clasificación JEL: O53, F13.

1. Introducción

Indonesia es la economía de mayor tamaño del sudeste asiático¹ y la cuarta de Asia (por detrás de China, India y Corea del Sur). Es el cuarto país más poblado con 247,23² millones de habitantes, de los cuales cerca del 90 por 100 es de confesión islámica, lo que lo convierte en el país de mayor población musulmana del mundo. Es el mayor archipiélago del planeta, formado por más de 17.000 islas, a lo largo de sus más de 5.000 km de longitud con tres husos horarios a lo largo del país.

El país se divide en 33 provincias: seis en la isla de Java (con ciudades como Yakarta, Surabaya,

Bandung o Semarang), diez en Sumatra (con ciudades como Medan, Palembang, Padang o Bandar Lampung), cuatro en Kalimantan (Borneo), cinco en Sulawesi (Célebes), dos en Molucas, además de las provincias de Bali, Nusa Tenggara Occidental (islas Lombok y Sumbawa), Nusa Tenggara Oriental (con islas como Flores, Sumba, Timor Occidental o Komodo), Papúa Occidental y Papúa. A su vez, las provincias tienen su propia división administrativa interna y algunas como Papúa o la conservadora Aceh, en Sumatra, tienen estatus especiales con un nivel superior de autonomía.

La mayor parte de la población se concentra en la isla de Java, seguida de Sumatra y Kalimantan. Se trata de un país extenso y heterogéneo con una gran diversidad étnica, religiosa y cultural, y cientos de lenguas y dialectos además del idioma indonesio usado en todo el territorio. La etnia predominante es la javanesa, pero la minoría chino-indonesia ▷

* Agregado Comercial de la Embajada de España en Yakarta.

Versión de julio de 2013.

¹ PIB nominal de 878.200 millones de dólares. Fuente Banco Mundial.

² Fuente BPS, 2013.

tiene un papel muy influyente a pesar de suponer un pequeño porcentaje de la población. Conviven diferentes confesiones dentro del marco de libertad religiosa existente (sólo seis permitidas oficialmente) pero el Islam juega un papel predominante en la vida pública, aunque con rasgos diferenciales y un perfil menos conservador que en otros países. Aún es palpable la influencia pasada budista e hindú³.

El archipiélago dispone de una importante riqueza en recursos naturales y una extensa selva tropical. Además de contar con reservas de petróleo y gas, posee yacimientos mineros de carbón, mineral de cobre, estaño, plomo y bauxita y es un importante productor de aceite de palma, cacao, café, té, arroz, soja, caucho, etcétera. Estos productos suponen un importante recurso económico y un segmento significativo de las exportaciones.

Indonesia es miembro fundador de la Asociación de Naciones del Sudeste Asiático (ASEAN), de la Organización Mundial del Comercio, y del G20, además de ser miembro del Fondo Monetario Internacional (FMI), del que ha recibido apoyo financiero en el marco de programas de estabilización en el pasado, y del Banco Mundial⁴. Además, Indonesia es miembro del Grupo Cairns de países productores y exportadores de productos agrícolas y de otras asociaciones internacionales de materias primas. También fue miembro de la Organización de Países Productores y Exportadores de Petróleo (OPEP) hasta el año 2008⁵.

En la actualidad, la República de Indonesia cuenta con un sistema democrático constitucional, elección presidencial directa desde el año 2004, una asamblea bicameral⁶, elevado grado de descentralización y ha experimentado un crecimiento sustantivo en los últimos años en un contexto de

estabilidad macroeconómica (después del proceso de recuperación y reformas posterior a la crisis asiática). El crecimiento económico, de la mano de la exportación de *commodities* y el dinamismo del consumo y la inversión, ha permitido una sensible mejora en términos de renta per cápita⁷, un crecimiento de la emergente clase media⁸ y reducción de la pobreza pasando de la categoría de países de renta baja a ser un país de renta media-baja⁹, aunque con una relativa disparidad¹⁰.

El país debe hacer frente a retos importantes como solventar la falta infraestructuras, mejoras en competitividad, reducción de la burocracia y costes logísticos, mayor transparencia, sostenibilidad ambiental (protección de bosques tropicales, reducción de emisiones¹¹ y contaminación) o mayor ortodoxia en la política económica entre otros. En cualquier caso, su estabilidad y el crecimiento económico de los últimos años y el previsto para el futuro próximo, su demanda y necesidades de inversión, su mayor protagonismo en la región y en la escena internacional, su elevada y creciente población, y su ascendente clase media, hacen de Indonesia un país emergente de elevado atractivo.

Por todo ello, la Secretaría de Estado de Comercio ha incluido en 2013 a Indonesia dentro del grupo de países prioritarios que cuentan con un Plan Integral de Desarrollo del Mercado (PIDM) con el objetivo de potenciar las relaciones económicas y comerciales de España con el país, impulsando la presencia y participación de las empresas españolas en el país. ▷

⁷ PIB per cápita de 3.557 dólares en 2012 frente a un PIB per cápita de 910 en el año 2002. Fuente: Banco Mundial.

⁸ 131 millones de personas de clase media en 2010 (poder de compra entre 2 y 20 dólares al día) y de 50 millones en 2010 con poder de compra entre 6 y 20 dólares al día. Fuente: Banco Mundial (Ind.Quarterly Report, mar. 2011, pp 6-7). Clase consumidora de 74 millones de personas con poder de compra superior a 2 mill. de rupias mensuales (30 por 100 de la población) en 2012. Fuente: BCG (Asia's next big opportunity. Indonesian rising middle class, mar. 2013, pp 38-39).

⁹ Indonesia es un país de renta media-baja según la categoría del Banco Mundial (1.036-4.085 dólares RNB per cápita) contando con una RNB per cápita de 3.420 dólares.

¹⁰ Índice de Gini ha pasado del 0,30 en el año 2000 al 0,41 en el año 2012. Fuente: Banco Mundial.

¹¹ Indonesia pertenece al Programa ONU-REDD+ de reducción de emisiones debidas a la deforestación.

³ Ésta última confesión presente hoy principalmente en Bali y Borneo.

⁴ Aunque saliendo de la Asociación Internacional de Fomento de países beneficiarios de financiación concesional en el año 2008, tras haber abandonado la categoría de país de renta baja.

⁵ Abandonó la organización en el año 2009, tras haberse convertido en importador neto.

⁶ Asamblea Consultiva del Pueblo o MPR.

2. Evolución de la economía indonesia

La República de Indonesia declaró su independencia en 1945, reconocida formalmente por los Países Bajos en 1949. Sukarno se convirtió en el primer Presidente de la República proclamando el *Pancasila*¹². Era necesario un desarrollo económico y social, tras una herencia colonial con infraestructuras comerciales orientadas hacia la metrópoli. Sukarno mantuvo un régimen autoritario, la llamada «democracia dirigida», con periodos convulsos de enfrentamiento social, tensiones en las relaciones internacionales y deterioro económico. En 1967 tiene lugar la llegada del «Nuevo Orden» con el nombramiento del General Suharto como presidente, tras dos años de agitación con enfrentamientos, incluyendo la prohibición del ascendente partido comunista. Suharto tuvo que hacer frente a una situación de crisis económica, elevada inflación y falta de acceso a los mercados financieros internacionales.

El nuevo presidente apostó por un acercamiento a Occidente para lograr un mayor impulso económico y el país reingresó en el FMI en 1967¹³, se alcanzaron acuerdos con los acreedores internacionales y se impulsaron medidas liberalizadoras reduciendo las barreras al comercio y la inversión, incluyendo la liberalización de la cuenta financiera y la apertura del sector bancario en la década de 1980, aunque con un inadecuado marco de supervisión prudencial. También se apostó por políticas de transmigración con grandes movimientos de población y aumento de la explotación de los recursos mineros. El Gobierno era teóricamente democrático, pero ya antes de la década de 1990 se había convertido en un régimen centralizado y autoritario con medidas de política económica poco ortodoxas, falta de reparto equitativo del crecimiento económico¹⁴ y decisiones que favorecían al entorno del presidente.

¹² Ideología nacional que recoge los principios básicos fundacionales en defensa de la unidad.

¹³ Tras un abandono temporal de dos años fuera de la institución.

¹⁴ Tasa de crecimiento anual compuesto del 6,35 por 100 en la década de 1990 y del 8,69 por 100 entre 1990 y 1997. Fuente: Banco Mundial y elaboración propia.

Indonesia sufrió duramente los efectos de la crisis asiática de 1997, que generó graves pérdidas en el sector bancario, una importante depreciación de la rupia, crisis económica e inestabilidad social que desencadenaron la caída del régimen en 1998, dejando al vicepresidente Habibie al frente del Gobierno. Ya en 1997 Indonesia había solicitado el apoyo del FMI y a lo largo de los años siguientes tuvieron lugar tres programas de apoyo financiero, una significativa reestructuración del sector bancario y refuerzo de la estructura institucional y del marco de supervisión, que sentaron las bases del saneamiento del sector y la vuelta al crecimiento. En el plano político se produjo un proceso de descentralización y transición democrática, aunque también críticas que acabaron con las aspiraciones políticas de Habibie¹⁵, y la fragmentación marcó el proceso de transición democrática con los Gobiernos de Wahid y Sukanoputri.

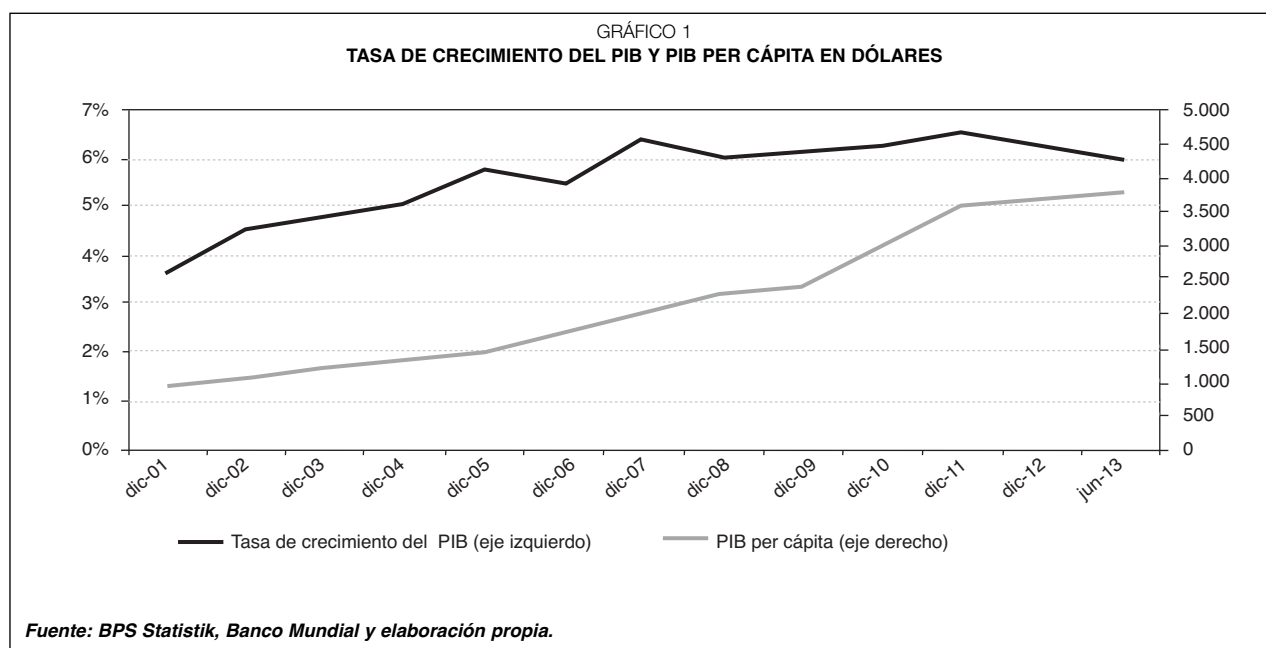
En el año 2004, Susilo Bambang Yudhoyono se convirtió en el primer presidente elegido de forma directa. Ya en la primera legislatura contó con una cómoda mayoría, aportando estabilidad al ejecutivo y mostrando mayor capacidad de acción frente a los Gobiernos anteriores, con un perfil aperturista, coincidiendo con un contexto de crecimiento y estabilidad macroeconómica fruto, entre otras razones, de las reformas posteriores a la crisis asiática con el saneamiento del sector financiero y una política económica ortodoxa. Yudhoyono fue reelegido presidente en el año 2009, y la coalición formada por el Partido Democrático junto a otros cuatro partidos¹⁶, obtuvo un 60 por 100 de los votos. La segunda y última legislatura del presidente actual durará hasta 2014. En este contexto, el país presenta un cuadro macroeconómico estable e importantes crecimientos en la última década.

El crecimiento medio anual de la economía indonesia fue del 5,9 por 100 entre los años 2005 y 2012¹⁷ con una inflación moderándose progresivamente ▷

¹⁵ Escándalo de corrupción del Banco de Bali en 1999, enfrentamientos previos a la independencia de Timor Oriental en 1999, que había sido ocupada por Indonesia en 1975.

¹⁶ Incluyendo a los partidos islamistas moderados del PPP y PKB.

¹⁷ Tasa de crecimiento anual compuesto. Fuente Banco Mundial y elaboración propia.



hasta el año 2012. Además, los efectos de los desastres naturales (tsunami de 2004 o terremoto de Java de 2006) activaron líneas de cooperación internacional y mejoraron los sistemas de prevención. Por otro lado, la crisis financiera internacional del año 2009 afectó a Indonesia de forma moderada dado el dinamismo de la demanda interna. Las cuentas públicas se han mantenido relativamente equilibradas en los últimos años con un déficit público moderado inferior al 2 por 100, y el control de precios permitió una progresiva reducción del tipo de intervención por parte del Banco de Indonesia (BI)¹⁸ y del coste de financiación.

En un escenario de crecimiento económico sostenido, aumento de la confianza de los inversores y una situación de estabilidad monetaria y fiscal, la deuda externa se ha reducido progresivamente, manteniéndose por debajo del 30 por 100 del PIB en los últimos años, y el nivel de deuda pública se sitúa por debajo del 25 por 100 del PIB. La entrada neta de capitales en los últimos años unida al superávit de la cuenta corriente hasta 2011 se ha traducido en un significativo aumento de las reservas internacionales. Este conjunto de factores ha

propiciado una mejora de la calificación crediticia de la deuda del país en los últimos años¹⁹.

En cuanto a la estructura productiva²⁰ el sector primario representó en 2012 un 26,2 por 100 (14,4 por 100 en agricultura y 11,8 por 100 en minería y extracción de petróleo y gas), el sector secundario un 23,9 por cien (3,1 por 100 en industria transformadora del petróleo y gas y 20,9 por 100 en la industria manufacturera) y un 49,9 por 100 el sector servicios (destacando el comercio y hostelería con un 13,9 por 100 y la construcción con un 10,4 por 100). Así, la extracción y transformación del petróleo²¹ y gas supone un 7,7 por 100 del total de la economía.

Los principales socios comerciales son los países ASEAN, China, Japón, UE, EEUU, India, Corea del Sur y Australia. En cuanto a la inversión directa recibida, ésta procede principalmente de socios asiáticos destacando Singapur, Japón y Corea del Sur. Existe una creciente relación con los socios de la ASEAN, con el telón de fondo de la creación de una Comunidad Económica con un mercado único para el año 2015. Así mismo, la ASEAN ha firmado en los ▷

¹⁹ Fitch y Moody's concedieron el grado de inversión en 2011 y 2012. El rating de S&P es BB+, perspectiva estable.

²⁰ En porcentaje del producto interior bruto a precios corrientes.

²¹ Producción de petróleo en 2012 de 861.000 boe/d.

¹⁸ Del 12,75 por 100 (diciembre de 2005) hasta el 5,75 por 100 (en que se situó entre febrero de 2012 a mayo de 2013). Fuente: BI.

TABLA 1
EVOLUCIÓN DE LAS PRINCIPALES VARIABLES MACROECONÓMICAS

Principales indicadores	2009	2010	2011	2012	ene-mar 2013
PIB (en millones de dólares a precios corrientes).....	540.000	720.000	845.000	878.200	920.000
Tasa de variación del PIB (en %).....	4,5	6,1	6,5	6,23	5,9 (est '13)
Inflación, tasa interanual a 30 de junio (en %).....	3,7	5,0	5,5	4,5	5,9 (mar)
Inflación fin de periodo (en %).....	2,8	7,0	3,8	5,3	7,2 (est '13)
Población (miles de personas).....	234.000	238.000	241.000	244.215	247.425
Población activa (miles de personas).....	113.833	116.528	117.371	117.053	121.192
Tasa de matriculación en estudios primarios.....	92	92	92	93	93
Tasa de matriculación en estudios secundarios.....	52	61	60	60	60
Tasa de matriculación en estudios universitarios.....	9	16	14	15	15
Déficit público (en %).....	-1,7	-1,2	-1,1	-1,8	-2,4 (est '13)
Deuda Pública (en %).....	28,4	26,1	24,4	24,2	24,0
Deuda Pública (en millones de dólares).....	153.500	188.000	206.200	211.000	212.000
Exportaciones de bienes (FOB) en mill. de dólares.....	116.510	157.779	203.497	190.045	45.395
Exportaciones de bienes (FOB), variación (en %).....	-16,5	35,4	29,0	-6,6	-6,4
Importaciones de bienes (CIF) en mill. de dólares.....	96.829	135.663	177.436	191.671	45.462
Importaciones de bienes (CIF), variación (en %).....	-17,0	40,1	30,8	8,0	-0,2
Saldo comercial (en mill. de dólares) (import. CIF).....	19.681	22.116	26.061	-1.626	-67
Saldo comercial (en % del PIB).....	3,6	3,1	3,1	-0,2	0,0
Saldo de la Cuenta Corriente (en mill. de dólares).....	10.626	5.143	1.713	-24.183	-5.269
Saldo de la Cuenta Corriente (en % del PIB).....	1,9	0,7	0,2	-2,8	-2,7
Inversión directa recibida (en mill. de dólares).....	10.815	16.215	19.475	24.565	7.048
Deuda externa (en mill. de dólares).....	172.800	202.400	225.400	251.200	253.182
Deuda externa (en % del PIB).....	32,0	28,1	26,7	28,6	27,5
Reservas internacionales (en mill. de dólares).....	66.105	96.207	110.123	112.781	91.572 (jun.)
Tipo de intervención del Banco de Indonesia.....	6,5	6,5	5,75	5,75	6,5 (jul '13)
Tipo de cambio USD-IDR.....	9.400	8.991	9.068	9.670	9.929 (jun '13)
Tipo de cambio EUR-IDR.....	13.510	11.956	11.739	12.810	12.977 (jun '13)

2013: datos de primer trimestre salvo en los casos indicados.

Fuente: BPS, BI, Dpto. Aduanas, Banco Mundial y elaboración propia.

últimos años acuerdos de libre comercio con diferentes socios comerciales²².

Las previsiones para 2013 apuntan a una continuación del crecimiento aunque con una ligera desaceleración, pudiendo situarse por debajo del 5,9 por 100 en 2013. Asimismo, se espera un repunte de la inflación por los efectos de la subida del precio de las gasolin²³ con efectos sobre el consumo privado²⁴. Es probable un relativo empeoramiento del sector exterior, que ha supuesto una cierta depreciación de la rupia, por la moderación de la demanda externa procedente de mercados como Europa y Estados Unidos y la evolución del precio de las materias primas, manteniéndose el déficit por cuenta corriente

en porcentaje sobre PIB en que incurrió Indonesia en 2012, con reducción en la inversión en cartera²⁵ y una desaceleración de la inversión exterior directa tras haber alcanzado cifras record en el último año²⁶.

En la actualidad surgen voces demandando medidas que refuercen la estabilidad y aporten mayor visibilidad para hacer frente a los riesgos y desafíos, reforzando la atracción de inversores y dando un mayor impulso a planes de infraestructuras que reduzcan los cuellos de botella existentes y que permitan alcanzar el crecimiento potencial. El Gobierno lanzó el *Master Plan para la Aceleración y Expansión del Desarrollo Económico de Indonesia (2011-2025)* dividido en seis grandes corredores, contemplando inversiones públicas y privadas por valor de 180.000 millones de dólares. El Gobierno también ha tomado medidas para una mejora del gasto público, como la reciente reducción las subvenciones al precio ▷

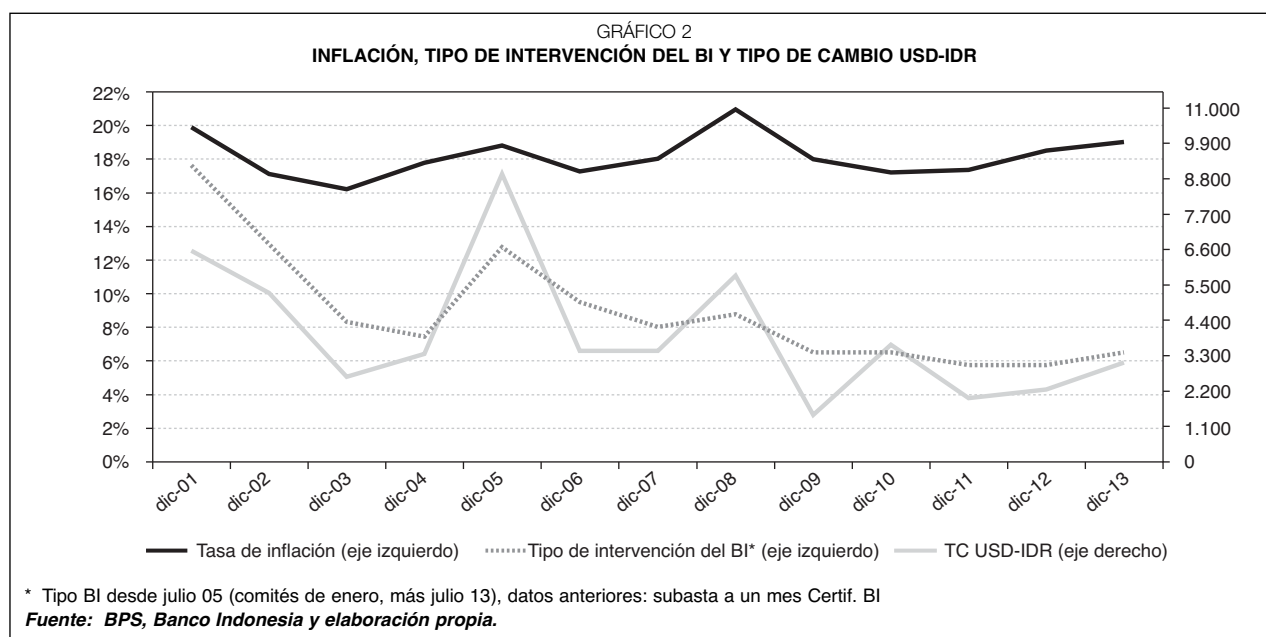
²² China, India, Australia y Nueva Zelanda, Corea del Sur, Japón.

²³ Tras la reducción de las subvenciones acordada en junio de 2013 después de varios trimestres de negociaciones para reducir el creciente gasto público que suponía y su impacto en el presupuesto de Estado.

²⁴ El BI ha subido el tipo de intervención en 25 pb y 50 pb en los comités de junio y julio de 2013 para hacer frente a las presiones inflacionistas y podrá existir una cierta moderación del crédito, aún con importantes crecimientos.

²⁵ Aumentando el coste de endeudamiento.

²⁶ 23.000 millones de IDE recibida en 2012. Fuente BPS.



de las gasolinas con el objetivo de liberar recursos que permitan un mayor gasto productivo eficiente y un gasto social integrador, existiendo, asimismo, margen de mejora en áreas como la ejecución presupuestaria. El objetivo es avanzar en políticas que permitan aumentar la competitividad y eficiencia. En la actualidad se comienza a percibir la entrada en periodo preelectoral. En 2014 tendrán lugar las elecciones generales y las elecciones presidenciales de las que saldrá el séptimo presidente de la República de Indonesia.

3. Relaciones con España

Conviene señalar que la primera presencia española en Indonesia se remonta al siglo XVI, con la llegada a las Islas Molucas, disputando la influencia portuguesa durante más de 140 años. Posteriormente nuestra presencia y relaciones comerciales fueron minoritarias, coincidiendo con el dominio de los Países Bajos desde el siglo XVII.

Ya en la segunda mitad del siglo XX tuvo lugar un progresivo aumento de las relaciones económicas y de cooperación entre ambos países. En octubre de 1982 se firmó el Convenio de Cooperación Científica y Técnica. En octubre de 1993 se firmó

un Acuerdo de Transporte Aéreo relativo a los servicios aéreos regulares. En mayo de 1995 se firmó el Acuerdo de Promoción y Protección Recíproca de Inversiones para generar un clima favorable a la inversión. En septiembre de 1999 se ratifica el Convenio para evitar la doble imposición que había sido firmado en 1995.

Por otro lado, el *Programa de Cooperación Financiera* con Indonesia firmado en 2004, ampliado en 2005 y que continúa vigente tras la extensión de su vigencia, es un marco de referencia para la financiación de proyectos de inversión prioritarios identificados por ambas partes, con participación de empresas españolas. Se trata de un marco mixto de financiación concesional²⁷ y comercial al 50 por 100. Los principales responsables de la interlocución son el Ministerio de Economía y Competitividad (Dirección General de Comercio e Inversiones) y el ICO por parte de España, y la Agencia Nacional de Planificación del Desarrollo (Bappenas) y el Ministerio de Finanzas por la parte Indonesia.

También han existido encuentros y visitas institucionales de alto nivel. Entre las visitas recientes ▷

²⁷ Con cargo al FIEM (Fondo para la Internacionalización de la empresa española, creado por la Ley 11/2010 de 28 de junio) que sustituye a los anteriores créditos FAD.

TABLA 2
EVOLUCIÓN DEL COMERCIO BILATERAL ESPAÑA-INDONESIA

Intercambios comerciales	2009	2010	2011	2012	ene-mar 2013
Exportaciones españolas (en miles de euros).....	198.374	247.868	293.927	388.556	71.352
Exportaciones españolas, variación (en %)	-0,3	25,0	18,6	32,2	-1,1
Importaciones españolas (en miles de euros).....	1.750.031	1.917.980	2.282.536	1.925.655	410.028
Importaciones españolas, variación (en %).....	0,7	9,6	19,0	-15,6	-10,9
Saldo comercial bilateral (en miles de euros)	1.551.657	1.670.112	1.988.609	1.537.099	338.677
Tasa de cobertura (en % de export. sobre import.).....	11,3	12,9	12,9	20,2	17,4

Fuente: Dpto. de Aduanas e IIEE. Agencia Tributaria.

por parte de autoridades indonesias a España cabe destacar la del viceministro de Infraestructuras de la Agencia de Planificación del Desarrollo (Bappenas), el Sr. Dedy Priatna, en 2011 o la del ministro/presidente de la Agencia de Coordinación de Inversiones (BKPM), el Sr. Chatib Basri, en marzo de 2013, quien ha sido recientemente nombrado Ministro de Finanzas. Por parte de las autoridades españolas cabe señalar la visita de SM la Reina Sofía en 2007 a los proyectos de reconstrucción de la FAO en las áreas afectadas por el tsunami, la del Secretario de Estado de Comercio Exterior en marzo de 2011 y la del Ministro de Defensa en febrero de 2013, firmando un memorandum de entendimiento en materia de defensa con su homólogo indonesio, con el objetivo de reforzar la cooperación militar, sector donde existen asimismo intereses españoles.

Otro medio a través del que se articulan las relaciones económicas y comerciales con Indonesia es el marco comunitario, mediante la relación con ASEAN²⁸ o directamente con Indonesia. La UE e Indonesia se encuentran en la fase preliminar de negociación del alcance de cara a un posible Acuerdo Global de Partenariado Económico o CEPA (Comprehensive Economic Partnership Agreement) que incluiría un acuerdo de libre comercio.

En términos generales, las relaciones económicas y comerciales entre España e Indonesia son buenas, pero se encuentran por debajo de su potencial, especialmente en el plano de las exportaciones españolas. Tradicionalmente ha existido un

importante desequilibrio en la balanza comercial bilateral a favor de Indonesia, explicado en parte por las importaciones españolas de materias primas como mineral de cobre, caucho, derivados del petróleo, aceite de palma o cacao. Además, nuestro déficit se ha agudizado hasta 2011 por el comportamiento de la demanda interna en España. La tasa de cobertura²⁹ llegó a situarse en el 9,3 y el 10,3 por 100 en los años 2006 y 2007 respectivamente. En los años posteriores el desequilibrio se ha mantenido pero la tasa de cobertura ha ido aumentando progresivamente con una clara mejora en el último año hasta situarse en el 20,2 por 100 a finales de 2012.

Las importaciones españolas han mostrado varios años de crecimiento, pero en 2012 se contrajeron un 15,6 por 100. Las exportaciones, por su parte, han mostrado un fuerte dinamismo los últimos tres años, con cifras cercanas o superiores al 20 por 100, lo que ha permitido que el déficit nominal vuelva a niveles del 2006, con un desequilibrio de 1.537,1 millones de euros y la mejora comentada en la tasa de cobertura (Tabla 2).

Las principales exportaciones españolas según las partidas arancelarias son: aeronaves, maquinas y aparatos mecánicos, papel, cartón y sus manufacturas, automóviles y tractores, prendas de vestir, colorantes y materiales para la industria azulejera y productos de química orgánica. Las principales importaciones españolas son: minerales (mineral de cobre), productos químicos, aceites vegetales, caucho, combustibles, calzado y otras prendas, aparatos y material eléctrico, y cacao y derivados. ▷

²⁸ Acuerdo de Cooperación de la CEE con ASEAN de 1980, y Acuerdo de Asociación y Cooperación con ASEAN firmado en 2009.

²⁹ Porcentaje de exportaciones sobre importaciones.

En cuanto a la inversión directa, la presencia empresarial española es aún limitada pero creciente, y se centra en una serie de sectores concretos (aviación, hostelería, comercio, cerámica, y tecnologías de la información, entre otros). Conviene señalar el papel destacado de algunos nombres como es el caso de AIRBUS Military (siendo Construcciones Aero-náuticas, SA una de las empresas españolas pioneras con acuerdos con Indonesia desde los años setenta para la venta y desarrollo conjunto de algunos modelos; además, en la actualidad cuenta con un refuerzo de su actividad³⁰), el consorcio de Técnicas Reunidas y Centunión en la década de los años 1980³¹, Valenciana de Cementos en los años 1990³², Repsol³³, Sol Meliá (con 4 hoteles en el país), Torrecid o Esmalglass en el sector de la cerámica, Indra³⁴, y Duro Felguera en servicios de minería, Inditex y Mango en la distribución mediante acuerdos de franquicia o, más recientemente, Abeima-Abengoa en infraestructuras. En los últimos dos años se aprecia un renovado interés de algunas empresas españolas por su implantación en el mercado indonesio ante el potencial del país y el limitado crecimiento de otros mercados.

En consecuencia, se percibe un aumento de la presencia española de la mano de las empresas españolas con actividad en el país, empleados de multinacionales y organismos internacionales, trabajadores del sector hotelero en destinos turísticos e incluso profesionales en compañías locales de áreas de actividad donde se ha producido una fuerte demanda de empleo en Indonesia, como es el caso del sector de la aviación comercial, con un aumento considerable de su flota y vuelos.

La imagen comercial española es positiva pero está unida a sectores de actividad concretos como el

sector de la cerámica, el de las tecnologías de la información o el aeronáutico, siendo deseable una mayor proyección general. No obstante, el conocimiento e interés por España está creciendo en la actualidad, reforzado incluso por acontecimientos como los triunfos deportivos españoles en los últimos años³⁵.

Desde un enfoque comercial, el ICEX (ICEX España Exportación e Inversiones³⁶) presta su apoyo a través del desarrollo de planes de promoción de exportación e internacionalización de empresas y en los últimos años ha existido un refuerzo del apoyo institucional promoviéndose foros y encuentros empresariales. El ICEX y la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Indonesia organizaron en marzo de 2009 un encuentro empresarial en Yakarta con la participación de 26 empresas españolas y más de 100 indonesias. En noviembre de 2011 tuvo lugar el Partenariado Multilateral España-Indonesia orientado a los sectores de medio ambiente, energía e infraestructuras, en el que participaron 23 empresas españolas y más de 100 indonesias, con el desarrollo de seminarios especializados y la presencia de especialistas sectoriales y representantes de las instituciones financieras multilaterales y las administraciones indonesias.

En este contexto, Indonesia es un destinatario natural para su inclusión en el grupo de países PIDM como mercado prioritario para nuestro país, suponiendo el Plan Integral de Desarrollo de Mercado para Indonesia la continuación y el refuerzo del apoyo existente en materia de comercio e inversiones.

4. El Plan Integral de Desarrollo de Mercado para Indonesia

4.1. Presentación del Plan

La Secretaría de Estado de Comercio ha aprobado en 2013 la puesta en marcha del Plan Integral ▷

³⁵ Existe notable afición por el fútbol. Tanto Real Madrid CF y FC Barcelona disponen de página web oficial en indonesio.

³⁶ La entidad pública empresarial adscrita a la Secretaría de Estado de Comercio cambió su nombre mediante el Real Decreto-Ley 20/2012 de 12 de julio, sustituyendo a la anterior denominación de Instituto de Comercio Exterior.

³⁰ En 2012 anunció un acuerdo con PT Dirgantara para lanzar conjuntamente una nueva versión mejorada de su modelo C-212 destinado tanto a fines civiles como militares.

³¹ Adjudicación de contrato de construcción de una refinería en 1981 para la Pertamina, la compañía petrolera nacional

³² Actualmente CEMEX España.

³³ Cinco bloques en exploración el archipiélago.

³⁴ Suministro de sistemas de diez estaciones de vigilancia para diferentes aeropuertos que suponen la cobertura del 70 por 100 del espacio aéreo indonesio. Acuerdo para dotar a tres submarinos de la armada con su tecnología de detección de señales.

de Desarrollo de Mercado para Indonesia, como mercado prioritario para la economía y empresas españolas, dadas, como se ha comentado, las características, contexto y perspectivas de crecimiento del país, las oportunidades en materia de comercio e inversión (especialmente en el área de infraestructuras) y el objetivo de mejorar de nuestro posicionamiento.

4.2. *Objetivos del Plan*

Entre los objetivos del plan se encuentra elevar sensiblemente nuestra cuota de mercado (actualmente en torno al 0,25 por 100) para aproximarla a la de otros países de nuestro entorno³⁷ y alcanzar un mayor equilibrio en nuestros intercambios comerciales; impulsar la presencia empresarial de compañías españolas de diferente tamaño, con atención tanto a pequeñas y medianas empresas como a grandes constructoras y concesionarias; difundir la tecnología española en infraestructuras de agua y saneamiento, medio ambiente, energía, transporte y desarrollos industriales; mantener la disponibilidad de financiación concesional española con una identificación de operaciones prioritarias; incrementar la participación de empresas españolas en licitaciones, en algunos casos financiadas por organismos multilaterales³⁸.

4.3. *Sectores de oportunidad*

Entre los sectores de oportunidad para el comercio que se recogen destacan los ligados al dinámico consumo privado y a la creciente clase media emergente, y a la industria manufacturera de bienes de consumo. Así, la maquinaria en sentido amplio ha sido un sector con un sensible crecimiento de importaciones en el país (maquinaria eléctrica, mecánica, de envase y embalaje, máquina herramienta). La industria de automoción y

auxiliar es otro sector destacado con crecimientos de doble dígito en los últimos años en la venta de automóviles y motocicletas. El sector de la química, productos farmacéuticos y cosmética ha experimentado, asimismo, un fuerte crecimiento en el comercio e inversión directa. Los sectores de alimentación y bebidas también están mostrando de igual manera notables avances, y existe amplio margen de recorrido para la entrada productos españoles.

Por otro lado, cabe señalar el sector de materiales de construcción que ofrece oportunidades, dado el gran dinamismo del sector inmobiliario y de construcción³⁹. De igual manera existen oportunidades en algunos sectores de bienes de equipo y bienes intermedios, como los destinados a la industria agraria en proceso de modernización, a la industria auxiliar de minería y sectores extractivos, tecnologías de información y comunicaciones, y los ligados a energías renovables y a las industrias como infraestructuras de agua (bombas, medidores, tratamientos).

En cuanto a los servicios, son de interés las posibilidades de consultoría ligadas a los proyectos de inversión existentes y a la asistencia técnica en la articulación de los proyectos.

En relación con las oportunidades de inversión, ya se han señalado los ambiciosos planes de inversión en infraestructuras planteados a través del *Master Plan para la Aceleración y Expansión del Desarrollo Económico de Indonesia (2011-2025)*. Entre los desafíos a que se enfrenta el país se encuentra el tráfico y congestión en las redes de transporte, puertos y aeropuertos, la necesidad de aumentar la producción energética y la tasa de electrificación, la necesidad de desarrollar sistemas de tratamiento de aguas y saneamiento y sistemas de gestión de residuos, etcétera. Algunos proyectos se financian con cargo al presupuesto del Estado pero en los grandes proyectos se apuesta por concesiones y partenariados público-privados (proyectos PPP). ▷

³⁷ La cuota de mercado de Italia es del 0,5 por 100 y la de Francia del 0,67 por 100 de las importaciones indonesias.

³⁸ El Banco Mundial y el Banco Asiático de Desarrollo mantienen programas de operaciones para Indonesia.

³⁹ PwC ha identificado en 2012 a Yakarta como el mercado inmobiliario más atractivo de la región del Asia Pacífico.

Actualmente existe un nuevo marco de proyectos PPP⁴⁰ que pretende mejorar el procedimiento de selección de proyectos, simplificar el proceso de licitación y cubrir parte del coste de financiación. El Gobierno también está tomando medidas en la actualidad para evitar retrasos relacionados con la falta de coordinación entre los diferentes niveles de la administración o ligados a la adquisición de terrenos⁴¹. De hecho, la reducción del déficit de infraestructuras existente en el país es uno de los objetivos prioritarios del Ejecutivo y existen buenas perspectivas y oportunidades a corto y medio plazo para las empresas contratistas en sectores de infraestructuras de energía (ciclo combinado, fotovoltaica en ciertas islas), transporte (carreteras, ferrocarriles, puertos y aeropuertos) o agua, saneamiento y gestión de residuos, siendo éste último un grupo de especial dinamismo en la actualidad.

Por otra parte, también existen oportunidades en sectores como la minería y servicios asociados, dadas las reservas existentes de diferentes minerales y la actividad de la industria; el sector de componentes de automoción, por el dinamismo de la demanda; y, finalmente, en el desarrollo de franquicias⁴² de moda y complementos, hostelería y ocio, por los nuevos patrones de compra de la clase consumidora.

4.4. Apoyo institucional

Uno de los aspectos significativos recogidos en el PIDM es el fortalecimiento del apoyo institucional que contempla el aumento de las visitas de alto nivel, el seguimiento cercano de la cartera de proyectos existentes objeto de cooperación financiera, el apoyo de viajes de delegaciones en sectores de infraestructuras, el refuerzo de contactos entre las

entidades empresariales de ambos países⁴³ y la presencia en los foros bilaterales a nivel comunitario⁴⁴.

Dentro del apoyo institucional se programarán iniciativas institucionales y acciones integradas con el sector privado para reforzar la visibilidad e imagen de España y facilitar el acceso a las oportunidades. Por otro lado, en diciembre de 2013 tendrá lugar la 9ª Conferencia Ministerial de la OMC en Bali, siendo también un interesante punto de encuentro al más alto nivel. Asimismo, España respalda un posible Acuerdo de Libre Comercio con Indonesia, en el marco del Acuerdo Global de Partenariado Económico o CEPA, cuya negociación se encuentra en fase preliminar con limitados avances hasta la fecha, que pueda ser preludio de un acuerdo futuro UE-ASEAN.

4.5. Apoyo al comercio

Dentro de las medidas de apoyo al comercio existen diferentes tipos de actuaciones, destacando en primer lugar las medidas de acceso al mercado y eliminación de obstáculos. Se trata de la identificación y seguimiento de barreras arancelarias y no arancelarias, como licencias y procedimientos. En el contexto actual, se han llevado a cabo algunas medidas regulatorias por parte de Indonesia tendentes a una mayor protección del mercado interno⁴⁵, con restricciones en un escenario de entrada en déficit comercial. El objetivo es lograr un adecuado conocimiento del entorno y avanzar de forma bilateral, comunitaria o multilateral hacia un mejor acceso al mercado.

En este sentido cabe destacar los trabajos de análisis en el marco del Mecanismo de Examen de Política Comercial de Indonesia, de la OMC, que han tenido lugar en abril de 2013⁴⁶. También en ▷

⁴⁰ Regulaciones Presidenciales 56/2011 y 13/2010 que modifican la Reg. Presidencial 67/2005 sobre proyectos PPP.

⁴¹ Nueva Ley 2/2012 sobre Adquisición de Suelo y Ley 71/2012 sobre Regulación de procedimientos para adquisición de terrenos para el desarrollo y el interés público.

⁴² Existe una presencia consolidada de numerosas marcas de lujo, moda y complementos.

⁴³ CEOE, Consejo Superior de Cámaras y KADIN (la Cámara de Comercio e Industria de Indonesia).

⁴⁴ EU-Indonesia Business Dialogue, que celebra encuentros anuales de alto nivel con la participación del sector privado.

⁴⁵ Licencias de importación, certificaciones y procesos de registro, inspecciones, trámites aduaneros, etcétera.

⁴⁶ Mecanismo de Examen de Política Comercial llevado a cabo cada 6 años. Anterior en junio de 2007.

el seno de la OMC, la Conferencia Ministerial de Bali de diciembre de 2013 ofrecerá la posibilidad de buscar avances en la agenda bilateral.

En relación con el acceso al mercado y dado el elevado tamaño de la población musulmana, cabe destacar que la *certificación halal* otorgada por la Junta Islámica Española está homologada por el Consejo Islámico Indonesio⁴⁷.

Por otra parte, las medidas contempladas de promoción e imagen van encaminadas a lograr un mejor posicionamiento de la oferta exportable española. Existen más de 50 actuaciones previstas para 2013, incluyendo misiones comerciales directas (cuatro sectoriales y dos multisectoriales), dos misiones inversas, varias jornadas técnicas y seminarios, además de seminarios virtuales con la Oficina Comercial en Yakarta. También ha aumentado la asistencia a ferias por parte de la Oficina Comercial apoyando a empresas españolas. Para el año 2014 están previstas diferentes actividades de promoción como la organización de un foro de inversión en infraestructuras o la participación en ferias con pabellón oficial, además del desarrollo de nuevas misiones comerciales directas e inversas.

En cuanto a las medidas de *apoyo financiero*, el Programa de Cooperación Financiera España-Indonesia tiene la posibilidad de financiar nuevos proyectos y existe la disponibilidad de ofrecer un nuevo programa una vez concluido el actual. El Fondo para la Internacionalización de la Empresa Española (FIEM) contempla la posibilidad de ofrecer financiación concesional en sectores de interés para las exportaciones españolas. Finalmente, *CESCE*⁴⁸ dispone de amplio margen para el seguro de crédito a la exportación.

4.6. Apoyo a la inversión

Existen medidas destinadas a apoyar y facilitar el proceso inversor, que permiten acceder a los fac-

tores de oferta y a la demanda del mercado, pudiendo aprovechar también el acceso desde el país a los acuerdos de libre comercio de ASEAN con otros socios comerciales. En cuanto al proceso legal de apertura, se pretende reforzar el apoyo ofrecido y el acceso a las autoridades responsables de las licencias, constitución de sociedades, licitaciones, etcétera. Bappenas (Agencia Nacional de Planificación del Desarrollo) es la agencia responsable del desarrollo de algunos proyectos de inversión en sectores de infraestructuras, y BKPM (la Agencia de Coordinación de Inversiones) es la responsable del proceso de constitución de sociedades. Existen restricciones en algunos sectores a la inversión, pero en los últimos trimestres se han adoptado medidas tendentes a lograr una mayor transparencia y a reducir los trámites necesarios⁴⁹ que continúan siendo complejos.

Desde un punto de vista financiero, además de la *Línea ICO* de internacionalización con préstamos bonificados a empresas que realicen inversiones en el exterior, COFIDES⁵⁰ gestiona los fondos FONPYME (Fondo para Operaciones de Inversión en el Exterior de la Pequeña y Mediana Empresa) y FIEX (Fondo para Inversiones en el Exterior) destinados a favorecer la implantación exterior de las empresas españolas a través de participaciones en capital o préstamos de coinversión subordinados o participativos. Finalmente, los proyectos de inversión de interés para la economía española pueden ser susceptibles de respaldo crediticio con cargo al FIEM.

4.7. Medidas de información y formación

Las acciones de formación del Plan buscan reforzar el conocimiento y habilidades comerciales en los mercados exteriores, especialmente en Indonesia. Además de los seminarios y encuentros, el programa de becas ICEX y becas de otros organismos ▷

⁴⁷ Majelis Ulama Indonesia (MUI).

⁴⁸ Compañía Española de Seguro de Crédito a la Exportación.

⁴⁹ Decreto de BKPM 5/2013 sobre orientaciones y procedimientos para licencias y otras cuestiones sobre inversiones.

⁵⁰ Compañía Española de Financiación del Desarrollo.

españoles es la base para la creación, progresivamente, de un grupo de expertos en el mercado indonesio con el conocimiento y capacidades adecuadas para apoyar la expansión exterior.

En cuanto a las acciones de información, además de la actualización de informes como la Guía Negocios de Indonesia o la Ficha País, se pretende reforzar la elaboración de un abanico de informes sectoriales, tratando de aumentar el grado de especialización alcanzado. La Oficina Económica y Comercial juega un papel clave a través de la oferta de servicios personalizados⁵¹ destinada a cubrir la creciente demanda de apoyo existente por parte de empresas. También existe una continúa actualización de la página web con el objetivo de recoger la actualidad y noticias destacadas y finalmente se contempla el desarrollo sesiones informativas en España sobre sectores seleccionados.

5. Conclusión

Más allá de su protagonismo en el sudeste asiático, Indonesia es un mercado de referencia en el panorama internacional. El país es considerado por muchos como un nuevo integrante de las listas de los principales países emergentes por su tamaño, población, recursos, dinamismo, etc. Indonesia ha mostrado un destacado crecimiento y un entorno macroeconómico estable durante la última década que ha reforzado su atractivo actual.

⁵¹ Servicios de apoyo a la exportación orientados a las necesidades de la empresa (identificación de socios potenciales, agendas de reuniones, apoyo logístico, estudios de mercado).

A pesar de los retos existentes, tales como la necesidad de reducir el déficit de infraestructuras y los problemas de congestión para evitar los cuellos de botella e impulsar la productividad y competitividad, Indonesia ofrece claras oportunidades de comercio e inversión para la economía y empresas españolas. A pesar de la lejanía, existe un interés creciente por parte de nuestras empresas. El proceso de internacionalización en Indonesia no está exento de desafíos, requiriendo tiempo y medios, especialmente al tratarse de un mercado lejano y con menor visibilidad frente a otros destinos más desarrollados, siendo deseable una apuesta consistente y un planteamiento estratégico.

En este contexto, el Plan Integral de Desarrollo de Mercado pretende actuar como el marco básico que potencie nuestras relaciones económicas y comerciales con Indonesia. El objetivo es reforzar el apoyo y los medios en la toma de contacto, en el proceso exportador e inicio de internacionalización y en el desarrollo de la actividad comercial de las compañías, apostando por un efecto arrastre que permita avanzar en el posicionamiento de nuestras empresas y productos y que reduzca el desequilibrio existente en nuestros intercambios comerciales.

En resumen, Indonesia es un mercado atractivo y un destinatario natural del grupo de países prioritarios en base a los diferentes factores vistos, que hacen del país un actor de referencia en la escena internacional en los próximos años. Con el PIDM para Indonesia se adopta una herramienta de refuerzo, estructuración y coordinación de las diferentes medidas de apoyo al comercio y la inversión, que permitirá a su vez mejorar la programación, seguimiento y evaluación de las acciones desarrolladas.

*Juan María Portillo Puertas**

LA CONSIDERACIÓN DE SINGAPUR COMO PAÍS PRIORITARIO DE LA POLÍTICA COMERCIAL ESPAÑOLA

La inclusión de Singapur como país PIDM se debe a la confluencia de factores singapurenses y españoles que provocan sinergias y complementariedad entre ambas economías. España necesita incrementar su presencia en el Sudeste Asiático, zona que está teniendo un desarrollo económico importante y que se estima se colocará como conjunto al mismo nivel de la India en 2030. Dentro del conjunto de países que conforman el área, Singapur se configura como el mejor ubicado para que nuestras empresas enfoquen su andadura comercial e inversora por la zona por su condición de centro distribuidor y financiero de primer orden. Además, a pesar de su pequeño tamaño, Singapur presenta unas perspectivas comerciales interesantes: importante programa de infraestructuras relacionadas con la extensión del metro de Singapur y un mercado maduro para nuestros productos *gourmet* y de moda joven.

Palabras clave: centro distribuidor comercial, centro financiero, ASEAN, infraestructuras, moda joven, productos *gourmet*.

Clasificación JEL: N15, N35, O53.

1. Introducción

En un principio, puede llamar la atención que un país que apenas cuenta con 5,5 millones de habitantes pueda entrar en la categoría de países PIDM (Plan Integral de Desarrollo de Mercado). A lo largo de este artículo iremos desgranando los datos que se han tenido en cuenta para incluir Singapur dentro de esta categoría.

Empezaremos por destacar aquellos aspectos políticos, institucionales y de relaciones exteriores que ayudan a comprender el éxito económico de Singapur y constituyen un referente positivo para la

implantación de las empresas españolas. No se trata de dar una imagen idílica de este país, que también se enfrenta a problemas graves, especialmente el de su demografía. Ello no ha sido óbice para plantear a la opinión pública el problema y aceptar un debate intenso que ha recorrido toda la escala social. Lo interesante es que las medidas que el Gobierno ya está poniendo en práctica abren oportunidades importantes a las empresas españolas, como es el caso de las relativas a las obras de extensión del metro (MRT).

Otros datos relevantes que justifican la elegibilidad de Singapur como país PIDM tienen que ver con la realidad de una economía pujante dentro del contexto ASEAN y de su papel como distribuidor del comercio regional y centro financiero. En estos momentos, Singapur está llevando a cabo una política ▷

* Consejero Económico y Comercial de la Embajada de España en Singapur.

Versión de julio de 2013.

comercial muy agresiva en Sudamérica donde España juega un papel comercial e inversor importante. Aquí se abre un campo de posibles alianzas en las que pueden entrelazarse los nuevos intereses de las empresas españolas en el Sudeste Asiático con los de las empresas singapurenses en un ámbito inversor y comercial desconocido para ellas.

El comportamiento del consumidor singapurense en los sectores agroalimentario y moda joven también serán objeto de nuestra consideración porque de ello se derivan unas importantes implicaciones comerciales e inversoras para los exportadores españoles de estos productos. Por un lado, estos perfiles se ajustan a la producción y creatividad española actual y, por otro, debido al éxito comercial en Singapur, se abre un amplio campo para encontrar capitales que pueden estar interesados en expandir los negocios en la zona.

La inclusión de Singapur como país prioritario para la política comercial española viene a constituir el corolario lógico del análisis anterior. Son varios los aspectos que se han tenido en cuenta para incluir a Singapur como país PIDM y que se procede a analizar.

2. Estabilidad política, social e institucional

Si hay un aspecto que el mundo de los negocios aprecia por encima de otros factores es la estabilidad política e institucional. Desde su independencia y bajo el liderazgo de Lee Kwan Yew, Singapur se ha ido consolidando como un país políticamente predecible y estable. En las últimas elecciones generales celebradas en 2011, el partido del Gobierno, People's Action Party (PAP), obtuvo una mayoría absoluta que le permite seguir gobernando el país durante cinco años sin estar encadenado a la política cortoplacista de vincular sus decisiones económicas y políticas al mantenimiento en el poder. Así, el Gobierno singapurense, pese a la fortísima crítica del sector empresarial representado por la Singapore Business Federation, está llevando a cabo una política de restricción de importación de mano de obra

barata en aras a forzar a las empresas singapurenses a sustituirla por nuevas tecnologías. No es una tarea fácil puesto que no sólo es una cuestión de comprar nuevos equipos o introducir nuevos métodos de gestión; hay que cambiar la mentalidad y la forma de abordar los negocios. Mientras tanto, han quebrado negocios o bien se han deslocalizado hacia países con mano de obra más barata con el consiguiente coste económico y social inmediato para los singapurenses. A pesar de las consecuencias negativas a corto plazo que está acarreado esta política, el Gobierno no ha dado marcha atrás.

Singapur cuenta con unas instituciones políticas que funcionan con gran eficacia y solidez. Su Administración es pequeña, pero muy selecta y eficiente. No crea más burocracia que la necesaria. Es un país volcado hacia el exterior, cuya creciente presencia en la esfera internacional se manifiesta gracias a su presencia empresarial e inversora en el mundo, en el que el continente sudamericano cada vez cobra mayor importancia.

A nivel interior, el Gobierno logra la paz social y la convivencia de distintas razas y religiones a través de la educación y de una estrecha vigilancia de las distintas comunidades que cohabitan para que no se produzcan roces religiosos o de costumbres; además de poner en práctica una política salarial, en connivencia con los sindicatos, que intenta forzar hacia el alza los salarios de la población singapurense.

Se puede afirmar que Singapur es un país seguro a pesar de la comprobada existencia de núcleos extremistas musulmanes en los países vecinos. Los ciudadanos y residentes disfrutan de un entorno seguro que facilita la acomodación en Singapur de las familias de los expatriados con preferencia a los países vecinos.

El Gobierno singapurense decidió, desde su independencia, la imposición del inglés como primera lengua del país en todos los ámbitos de la vida social, administrativa y empresarial, al que se sumaba el estudio y práctica de las lenguas de las etnias a las que se pertenece (chino, malasio, indio), a pesar de haber una mayoría china. Esta decisión crítica ▷

ha dado a Singapur una ventaja comparativa extraordinaria respecto a los países vecinos al facilitar la instalación de empresas extranjeras en Singapur como centro regional en el Sudeste Asiático. La educación que se imparte en inglés es de carácter cosmopolita y sigue los estándares anglosajones. Ello facilita la comprensión del mundo exterior occidental para los singapurenses y la de los extranjeros respecto a los singapurenses. Los negocios se hacen en inglés y sin necesidad de intérpretes.

La adopción del inglés como lengua común en Singapur ha ido de la mano de la adopción del sistema de derecho anglosajón. No sólo se trabaja en inglés, sino que los negocios se rigen por las normas básicas que gobiernan las empresas y bancos en los centros de negocios más importantes del mundo, Estados Unidos y el Reino Unido. El mantenimiento del principio del «imperio de la ley» ha permitido la incorporación de importantes laboratorios de investigación en el país lo que ha impulsado hacia el alza la cotización de las universidades y centros de investigación locales.

El Gobierno de Singapur prioriza la calidad de la educación de la población de una forma que se podría calificar de obsesiva y es coherente con este planteamiento al respaldar el criterio de la meritocracia en la provisión de los puestos en la Administración, la política y las empresas públicas. Ello ha calado en la población hasta el punto de que la instrucción y preparación académica de los niños y jóvenes es una de las grandes preocupaciones de los padres a las que dedican recursos extras en forma de clases particulares y otras actividades complementarias. La consecuencia es evidente: Singapur cuenta con un núcleo de población altamente cualificado y que, en la mayoría de los casos, ha completado su formación en universidades y escuelas técnicas extranjeras, principalmente del área anglosajona.

Otra de las decisiones trascendentales que han marcado la historia y evolución de Singapur ha sido la apuesta decidida por la libertad de comercio y de capitales. Singapur ha firmado Acuerdos de Libre Comercio (ALC) con Estados Unidos (2003),

India (2005) y China, con la que en 2011 firmó el ALC mejorado en virtud del cual se ha previsto la concesión de dos licencias de bancos chinos en Singapur, uno de los cuales ya está actuando como banco de compensación de las transacciones en yuanes efectuadas por los bancos locales. En diciembre de 2009 se lanzaron las negociaciones para un ALC con la UE que finalizaron a finales de 2012, si bien todavía no está en vigor. En la actualidad todavía quedan algunos flecos y se sigue negociando el capítulo de protección de inversiones. Se espera que, una vez finalizada la revisión jurídica de los textos y superados los trámites previstos en la normativa europea, este acuerdo se pueda aplicar provisionalmente desde finales de 2014.

El Acuerdo de Libre Comercio entre la UE y Singapur ofrece enormes posibilidades para ambas partes y en particular para las empresas europeas puesto que les abre la puerta a un mercado muy dinámico que constituye un núcleo clave para las transacciones comerciales en el Sudeste asiático.

En un principio, el número de sectores que se beneficiarían de este acuerdo es muy amplio, y entre ellos estarían los servicios, los productos agrícolas e industriales, los productos farmacéuticos y electrónicos y también aquellos relacionados con las tecnologías medioambientales. Las empresas europeas y españolas también tendrán un mejor acceso a las compras públicas en Singapur como consecuencia de este acuerdo.

Singapur ha sido uno de los grandes impulsores de la iniciativa Asociación Económica Estratégica Trans-Pacífico (TPP, por sus siglas en inglés) que es el primer intento de un acuerdo de libre comercio entre países de ambos lados del Pacífico.

En estos momentos hay 11 países comprometidos en el TPP: Australia, Brunei, Canadá, Chile, Malasia, México, Nueva Zelanda, Perú, Singapur, Estados Unidos y Vietnam. La incorporación formal de Japón a esta iniciativa está prevista para julio de 2013.

Dentro de ASEAN, Singapur está comprometido en la creación de la Comunidad Económica de ASEAN, organización regional que también ha ▷

firmado ALC con Australia, China, India, Japón, Corea del Sur y Nueva Zelanda.

Singapur es miembro fundador de la OMC desde el 1 de enero de 1995. Singapur apoyó el lanzamiento de la Agenda de Desarrollo de Doha (DDA) en noviembre de 2001 y sigue comprometido con el sistema de comercio multilateral. Es un miembro activo y constructivo dentro de la OMC haciendo todo lo posible para reactivar el DDA. Todos estos elementos que conforman su entramado político-institucional han sido altamente valorados a la hora de incluir Singapur en el Programa PIDM.

3. Una economía sólida dentro de un entorno con fuerte crecimiento económico

Si hay un dato objetivo que define la economía de Singapur ha sido su capacidad de salir airoso de las crisis económicas que ha sufrido como consecuencia de su amplia exposición al exterior. La que se desencadenó a partir del segundo semestre de 2008, como consecuencia de su extraordinaria dependencia de los mercados americano y europeo, se considera que ha sido la peor y más profunda de su historia. La debacle económica tuvo su epicentro entre el segundo trimestre de 2008 (PIB -12,5 por 100 interanual) y el primer trimestre de 2009 (PIB -11 por 100 interanual), debido a la crisis financiera internacional que derivó en recesión. En 2009 la demanda global cayó un 8 por 100 como consecuencia de la disminución de la demanda interna (-4,9 por 100) y de la demanda externa (-9 por 100). En esos momentos críticos el Gobierno de Singapur optó por invertir en los llamados *Integrated Resorts* (Casinos de Marina Sand y Sentosa) para atraer turistas con alto poder adquisitivo y por una política fiscal agresiva. A finales de enero del 2009 puso en marcha el programa *Resilience Package* dedicado en estimular el crédito bancario, preservar el empleo, impulsar las infraestructuras, aumentar la liquidez de las empresas y apoyar la economía de las familias.

En 2010 el PIB experimentó un crecimiento del 14,8 por 100, comparado con la contracción del 0,8 por 100 de 2009. En 2011 y 2012 la tasa de crecimiento del PIB se ha reducido al 5,2 y 1,3 por 100, respectivamente, debido a las incertidumbres en la evolución de la eurozona y Estados Unidos.

Por lo que se refiere a 2013, el Gobierno de Singapur (mayo 2013) mantiene unas perspectivas de crecimiento del PIB entre el 1 y el 3 por 100. Espera que la situación económica mejore en Singapur debido a la recuperación de los sectores orientados al exterior y al mantenimiento de una alta actividad en los sectores de la construcción y de los servicios a las empresas.

Respecto a las perspectivas para 2014, El Fondo Monetario Internacional (Singapore and IMF, April 2013) prevé un crecimiento del 5,1 por 100, mientras que el Banco Asiático de Desarrollo (Asian Development Outlook 2013) pronostica un crecimiento del PIB del 5,9 por 100.

Este dinamismo económico no se entiende si no se pone en el contexto del Sudeste Asiático y las economías de la RP China e India. Así, según datos de Naciones Unidas, el PIB correspondiente al Sudeste Asiático en 2011 (precios constantes 2005) fue del orden de los 3,5 billones (españoles) frente al 1,3 billones (españoles) de la India. En ese mismo año, las economías de los principales países que forman parte de su zona de influencia crecieron al 6,5 por 100 (Indonesia); 5,1 por 100 (Malasia); 5,9 por 100 (Vietnam); 3,7 por 100 (Filipinas); 9,2 por 100 (RP China) y 6,9 por 100 (India).

Además, hay un consenso sobre el futuro brillante que parece está reservado a esta zona de mundo. Magnus Bocker, Chief Executive de la Bolsa de Singapur ha declarado en *The Business Times* (8-07-2013) que «Asia, con una población de 500 millones pertenecientes a la clase media, está previsto que alcance más de 1.700 millones de personas para el 2020. Ello representa una gran oportunidad al mundo empresarial e inversor». La incorporación de Singapur al Programa PIDM también está justificada desde esta perspectiva. ▷

4. Demografía preocupante

El *Libro Blanco sobre la Población*, publicado el pasado mes de enero de 2013 por el Gobierno de Singapur, destacaba los siguientes datos referidos a las tendencias demográficas del país:

- Tasa de natalidad en descenso, matrimonios tardíos, menos hijos por matrimonio y aumento de la esperanza de vida (de los 66 años en 1970 a los 82 años en 2010).

- La combinación de estos factores está provocando un envejecimiento de la población y la reducción de la misma en edad trabajar. La edad media de la población pasará de los 40 a los 45 años para el año 2025.

- La pirámide poblacional variará: ahora hay pocos habitantes de 65 años o mayores, en relación con el número de menores de 65 años. Sin embargo, para el 2030 habrá mucha más población vieja que joven. El número de personas mayores de 65 se va a triplicar hasta los 900.000 para el año 2030. Actualmente hay 5,9 personas en edad laboral por cada mayor de 65 años. En 2030 esta proporción cambiará a 2,1.

- En cuanto a la estructura de las familias, mientras ahora la familia consta de pocos miembros mayores y muchos jóvenes, para 2030 esta tendencia se va a invertir.

- En términos económicos, el envejecimiento de la población provocaría un aumento de los impuestos y una mayor carga para las personas en edad de trabajar. La población activa sería cada vez menor y menos enérgica, por lo que la economía sería menos dinámica e innovadora. Las empresas tendrían mayores dificultades para encontrar trabajadores, con lo que la actividad comercial se desaceleraría así como las oportunidades de trabajo y empleo. En estas condiciones sería difícil satisfacer las aspiraciones de los jóvenes, los cuales emigrarían a otros países o ciudades con más posibilidades, lo cual contribuiría a que envejeciera aún más la población.

Ante estos desafíos, el Gobierno singapurense ha optado por un modelo económico en el que la industria manufacturera y de servicios está basada

en el conocimiento, donde la mano de obra que se necesita tiene una cualificación profesional para la que se exige una remuneración adecuada, dando prioridad al empleo local. Para ello, el Gobierno ha decidido poner freno a la importación de mano de obra extranjera. Esta decisión ha provocado un gran malestar en las empresas extranjeras, que hasta el momento podían disponer libremente de mano de obra importada, y en las locales, especialmente en los sectores de la construcción y hostelería. La importación de trabajadores extranjeros se ha restringido en número y, además, conlleva tasas más elevadas en el momento de su contratación. Según el Ministro de Trabajo Tan Chuan-Jin, esta política continuará hasta que se consigan tres objetivos: reducción de la presencia de trabajadores extranjeros a un tercio; incremento de la productividad del 2-3 por 100 anual y mejora de los salarios de los trabajadores singapurenses.

5. Fuerte impulso de las infraestructuras

Además de las medidas que el Gobierno está tomando en los ámbitos familiar, de juventud y de productividad, también ha planificado una fuerte inversión, de 40.000 millones de euros hasta 2030, en infraestructuras de extensión de las líneas de metro, anticipándose a la futura demanda. Se van a crear espacios urbanos de alta calidad asegurándose que la infraestructura pueda soportar el aumento poblacional que experimentará el país, pasando de los 5,31 millones de personas actualmente, a los aproximadamente 6 millones en 2020 y 6,8 millones en el 2030.

Entre las mejoras previstas se contemplan las siguientes:

- La red ferroviaria se ampliará de los 100 kilómetros actuales a los 280 para el año 2021. Ocho de cada diez hogares tendrán una estación a menos de diez minutos a pie para el año 2030.

- Se terminarán 90.000 unidades de vivienda privada y 110.000 de vivienda pública para el año 2016. ▷

– Se están estudiando nuevas tecnologías y soluciones innovadoras para expandir y optimizar el uso del suelo de una forma más eficiente.

Las magníficas oportunidades que se ofrecen a la industria española como consecuencia de estas medidas bien merecen un esfuerzo adicional de promoción de los correspondientes sectores que acompañará a esta etapa PIDM.

6. Singapur centro distribuidor del comercio regional e inversor preferente en el Sudeste Asiático

Según la Monetary Authority of Singapore (MAS), en los últimos años, Singapur se ha convertido en un destacado centro de gestión de activos, cuyo valor alcanzó 1,4 billones (españoles) de dólares singapurenses en 2010 (frente a los 891.000 millones de dólares singapurenses correspondientes al fin de 2006), el 80 por 100 de los cuales procedió de fuentes internacionales.

En abril de 2010, el movimiento de divisas alcanzó un valor de 266.000 millones USD (frente a 242.000 millones USD en abril de 2007), lo que convierte a Singapur en el segundo centro cambiario de Asia y el Pacífico, por detrás de Japón, y en el cuarto del mundo en términos de volumen (frente al quinto puesto que ocupó en 2007). El mercado de las Sociedades de Inversión en Bienes Raíces de Singapur (REIT, por sus siglas en inglés) también es el mayor de la región de Asia y el Pacífico por detrás de Japón; 22 REIT cotizan en la Bolsa de Singapur (SGX) y su capitalización bursátil conjunta asciende a 36.000 millones de dólares singapurenses.

En febrero de 2013, dentro del marco del ALC entre Singapur y China, el People's Bank of China (PBC) nombró a la sucursal del ICBC en Singapur como banco para la compensación en RMB, lo que refuerza la capacidad del sistema financiero de Singapur asumiendo un papel más importante como intermediador del comercio y la inversión entre China y el resto del mundo. Esta ampliación de la capacidad del sistema financiero singapurenses se ha visto incrementada con la decisión de la Monetary

Authority of Singapore de reforzar la actividad financiera islámica. Singapur cuenta con dos fondos soberanos, Temasek y Government Investment Corporation (GIC), que gestionan conjuntamente más de 200.000 millones USD.

En 2012 Singapur exportó por valor de 317.546 millones € (167 por 100 del PIB); importó por valor de 295.286 millones € (155 por 100 PIB) y reexportó por valor de 140.117 millones €, el 47 por 100 de las importaciones. Esto nos da una idea del papel de Singapur como centro de distribuidor del comercio regional.

Singapur tiene una potente actividad inversora en Asia y en ASEAN, en particular:

– Entre 2008 y 2011, ambos incluidos, Singapur invirtió en el exterior 824.347 millones €.

– De esta inversión, 461.470 millones € (56 por 100) tuvieron como destino Asia, que experimentó un incremento del 64 por 100 en dicho período como destino de la inversión singapurenses.

– ASEAN recibió para el período considerado 193.416 millones €, lo que supone el 42 por 100 del total de la inversión destinada a Asia, con un incremento del 58 por 100 entre los años considerados.

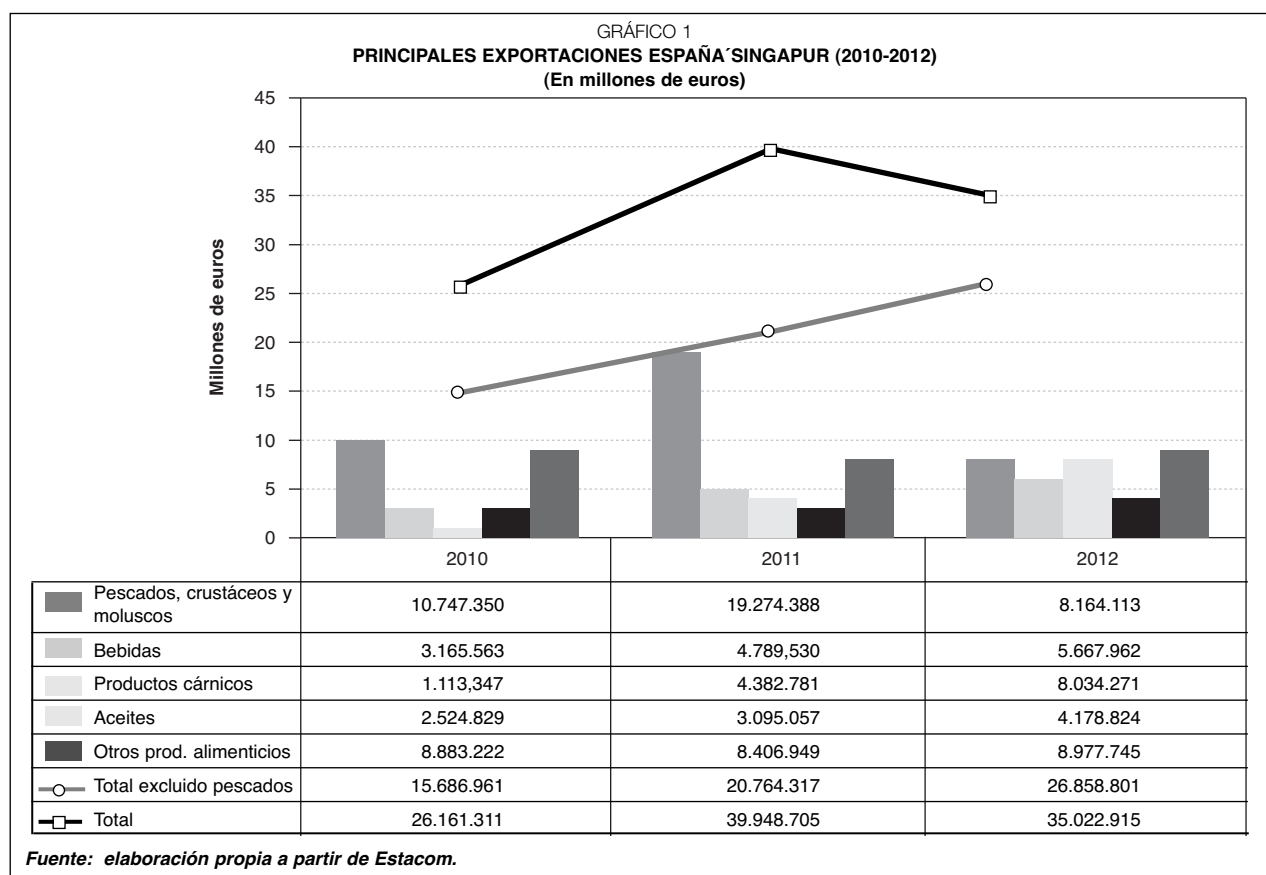
– Malasia recibió 64.401 millones € en el período, lo que supone un 33 por 100 de la inversión con destino a ASEAN. Entre 2008 y 2011 Malasia registró un incremento del 64 por 100.

– Indonesia recibió 59.558 millones € en el período, lo que supone el 31 por 100 de la inversión singapurenses con destino a ASEAN. Entre 2008 y 2011 Indonesia registró un incremento del 74 por 100.

Estas importantes fortalezas que presenta la economía singapurenses han sido motivos determinantes, no obstante su tamaño, para su incorporación al programa PIDM.

7. Consumidor de productos agroalimentarios

En general, la población singapurenses es joven, con una media de 38 años de edad y con alto poder ▷



adquisitivo (el PIB per cápita en 2012 ascendió a 32.400 €), con un estilo de vida bastante ajetreado, deseosa de gastar más en productos alimenticios de primera calidad.

A la hora de la compra, se valora mucho la calidad del producto, además de la marca y la procedencia. El consumidor singapurense está abierto a nuevos sabores y platos, disfrutan con la comida y están dispuestos a pagar precios altos por productos de buena calidad que le aporten un valor añadido. En los últimos años ha crecido la preocupación por la salud y el bienestar, lo que está creando una tendencia hacia hábitos alimenticios más saludables. Los consumidores buscan productos selectos que ofrezcan beneficios para la salud, bajos en grasa, calorías o en azúcar.

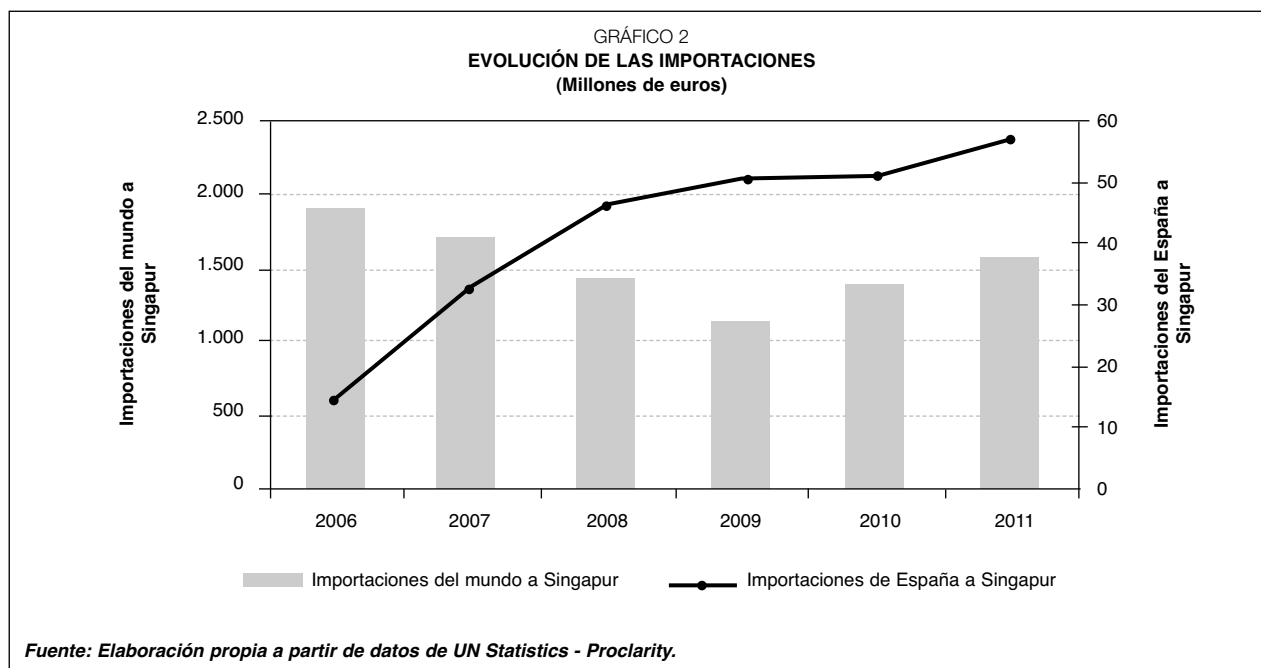
La comida forma parte importante de la cultura y modo de vivir de los singapurenses. Según un estudio de Master Card, los singapurenses son los asiáticos que más gastan en comer fuera de casa, con 262 USD per cápita en 2012. Además, existe

una tendencia hacia la compra de comidas preparadas y alimentos procesados.

El mercado agroalimentario se basa casi exclusivamente en las importaciones que representan el 90 por 100 de las necesidades agroalimentarias del país.

En el Gráfico 1 se desglosa la evolución de las exportaciones de productos agroalimentarios españoles a Singapur entre 2010 y 2012.

En este gráfico se constata el crecimiento ininterrumpido de las exportaciones de bebidas, productos cárnicos y aceites en el periodo 2010-2012, que sumaron en su conjunto un total de 17,8 millones de euros en 2012. La partida agrupada «otros productos alimenticios» se ha comportado de forma más estable ya que tan sólo registró un crecimiento del 1,1 por 100 en el periodo de estudio. Sin embargo, la partida «pescado, crustáceos y moluscos» tuvo una gran volatilidad, con un fuerte incremento en 2011 para volver en 2012 a niveles de 2010. ▷



En conjunto, los productos agroalimentarios han registrado un crecimiento del 33,9 por 100 en el período 2010-2012, que se convierte en un 71 por 100 si se excluye el capítulo de pescado, crustáceos y moluscos.

Según *Euromonitor International*, se espera que el crecimiento del sector de la distribución en los próximos 5 años supere el 26 por 100 gracias a su todavía alta rentabilidad y a las posibilidades de evolución, especialmente en el formato de hipermercados. También se estima un crecimiento del consumo del 67,4 por 100 para el año 2020, donde el sector agroalimentario representa un 7 por 100.

Es un mercado con oportunidades porque Singapur tiene una industria de turismo en alza. En 2012 tuvo 14 millones de visitantes, principalmente de ASEAN y Europa, deseosos de comprar productos importados. También hay oportunidades para productos *halal* que consume la creciente población musulmana singapurense. Lo mismo puede decirse de los productos congelados de primera calidad y alimentos preparados; verdura preparada, fruta fresca, sopas, frutos secos, productos lácteos, postres refrigerados, *snacks*, galletas, alimentos para mascotas. También están de moda los productos bajos en grasas, azúcar y grasas.

Se puede concluir que España tiene una industria alimentaria que encaja con estas necesidades y con el tipo de consumidor singapurense, lo cual ha motivado que este sector continúe entre los principales sectores de promoción al que está previsto se añada un esfuerzo adicional de promoción que acompañará a esta etapa PIDM.

8. Mercado para el sector de moda joven

Hay que señalar que el conocimiento de marcas internacionales por parte de los consumidores en Singapur está creciendo de manera muy acentuada en los últimos años, y así está aumentando igualmente la demanda de moda internacional.

Es un hecho constatado que, a pesar de que las marcas locales siguen teniendo su hueco en el mercado, el consumidor está cada vez más inclinado a la adquisición de marcas internacionales de renombre. Por otro lado, debemos destacar que la demanda en el sector de la moda no solo está formada por compradores locales. Son los turistas los que, desde hace décadas, llegan a Singapur en busca de un lugar donde poder realizar compras de múltiples marcas y procedencias. ▷

Para los próximos años, está previsto que la demanda siga aumentando en Singapur, y que los consumidores estén dispuestos a gastar más dinero en moda siendo cada vez más conscientes de las diferentes marcas. Estas previsiones están haciendo que marcas internacionales se estén interesando en Singapur, pero se espera igualmente que la competencia sea muy alta por lo que los productos a ofrecer deberán ser novedosos, y los precios competitivos.

En este sentido, se ha podido constatar un claro interés por parte de empresas singapurenses por incorporar nuevas marcas españolas de moda joven en el mercado de Singapur. La reciente entrada de las marcas *Carolina Herrera* y *Adolfo Domínguez* es un claro exponente. Si nos centramos en las importaciones desde España a Singapur de prendas de vestir desde 2006, el crecimiento ha sido ininterrumpido. En los tres últimos años (2010-2012) las importaciones han pasado de 32 millones € a casi 36 millones €, lo que representa un 12 por 100 de incremento.

Dadas las perspectivas de incremento del número de personas que van a engrosar la franja de la clase media, se considera que este sector merece un esfuerzo adicional de promoción dentro del programa PDIM no sólo para afianzar la presencia española en este sector, sino también la imagen de España en la zona.

9. Líneas de actuación bajo el programa PIDM

En este marco, con el objetivo de estrechar las relaciones bilaterales entre España y Singapur y aprovechar las oportunidades que se derivan de este mercado, la Secretaría de Estado de Comercio ha decidido redoblar sus esfuerzos trabajando en distintos frentes.

Apoyo institucional

Fomentando las relaciones institucionales mediante viajes y visitas de alto nivel. Ya en 2012 viajaron a Singapur los ministros españoles de Eco-

nomía y Competitividad y de Asuntos Exteriores y Cooperación. En 2013, se han recibido las visitas de la Ministra en la Oficina del Primer Ministro y Segunda Ministra de Asuntos Exteriores y de Medio Ambiente, y de la Permanent Secretary del Ministerio de Comercio e Industria.

Apoyo al comercio

Tanto en lo que se refiere a facilitar el acceso al mercado mediante la eliminación de barreras al comercio como en lo tocante al desarrollo de acciones de promoción, para favorecer el conocimiento mutuo de nuestras empresas y de sus capacidades.

Como elemento clave en la mejora del acceso al mercado son relevantes las nuevas oportunidades derivadas de las aperturas que proporcionará próximamente el Acuerdo de Libre Comercio UE-Singapur, relevantes en algunos sectores donde las empresas españolas tienen especial fortaleza competitiva. En particular, destacan las previstas en ámbitos como:

- Servicios (banca al por mayor, seguros, postales, arquitectura y medioambiental, telecomunicaciones, servicios marítimos, comercio electrónico y servicios informáticos); productos agrícolas e industriales; productos farmacéuticos y electrónicos; compras públicas.
- Indicaciones geográficas, con establecimiento de un registro.

Las negociaciones del ALC fueron lanzadas en 2009, alcanzándose en diciembre de 2012 un acuerdo global, con la salvedad de la protección de inversiones, campo donde se sigue negociando. En las materias ya negociadas y consensuadas cabe esperar que una vez finalizada la revisión jurídica de los textos y completados los procedimientos de ratificación previstos en la normativa europea, el acuerdo pudiera comenzar a aplicarse provisionalmente antes de concluir 2014.

En lo que toca a actividades de promoción e imagen son numerosas las iniciativas desarrolladas desde la Administración española para dar a conocer nuestras empresas y productos en el país. Algunas están ya en marcha: promociones directas de diversos ▷

productos específicos, participación en ferias, misiones comerciales, campañas de comunicación, o jornadas técnicas sectoriales. Por su parte, y con este mismo objetivo, el Consejo Empresarial para la Competitividad (CEC) español llevó recientemente a cabo un *Road Show* donde presentó en Singapur su informe sobre «España, país de oportunidades», contribuyendo a generar confianza y atraer inversión de este próspero país del sudeste de Asia a España.

Por otro lado, y consciente de la importancia que tiene ir de la mano de empresas locales para la participación en los programas de inversión previsto, la Secretaría de Estado de Comercio a través de su Medio Propio, España Expansión Exterior, ha organizado el pasado 23 de mayo con la Land Transport Authority (LTA) de Singapur un Seminario que reunió a unas 24 empresas singapurenses y a 30 españolas del sector de infraestructuras, con el fin de facilitar un conocimiento mutuo que derivase en la formación de coaliciones para participar en el importante programa de infraestructuras del país.

Apoyo a la inversión

Además de las acciones anteriormente citadas, y dada la condición de Singapur como uno de los centros financieros más importantes del mundo, han tenido lugar numerosos contactos oficiales, tanto con fondos soberanos como Temasek, como con inversores privados, para exponer el atractivo de España. Así mismo, se ha llevado a cabo el seminario *Singapore Business Federation – Invest in Spain*, donde responsables de la Singapore Business Federation (SBF) mostraron interés en las posibilidades de inversión en los sectores de confección y marcas españolas de renombre en bienes de consumo.

Información y formación

Están siendo muchas las acciones realizadas en esta área, yendo desde la provisión por parte del ICEX a través de la Oficina Comercial de España en Singapur de numerosos servicios personalizados a empresas españolas demandantes, hasta la firma de acuerdos de colaboración entre universidades de ambos países, pasando por sesiones informativas tanto de carácter general como sobre sectores espe-

cíficos. En este sentido, cabe destacar la labor de apoyo efectuada en la búsqueda de ingenieros españoles para integrarse en la ya citada Land Transport Authority de Singapur. Dentro de las iniciativas de formación, están incluidos los programas de becas ICEX y de otros organismos.

10. Conclusiones

De todo lo anteriormente expuesto se desprenden oportunidades de negocio muy relevantes en el mercado de Singapur, desde su doble perspectiva de mercado individual, y de gran distribuidor comercial para el Sudeste Asiático:

- Material rodante, señalización en instalaciones para ampliación del metro.
- Cooperación en ingeniería naval y astilleros.
- Materiales de construcción.
- Infraestructuras (en particular, tunelación) para el metro, edificación de viviendas y hospitales para preparar un Singapur de 6,8 millones de habitantes en 2030.
- Moda joven.
- Productos agroalimentarios: productos *gourmet*, vinos, productos derivados del cerdo, aceite de oliva; productos congelados de primera calidad y alimentos preparados; verdura preparada, fruta fresca, frutos secos, productos lácteos, postres refrigerados, *snacks*, galletas y productos bajos en grasas y azúcar.
- Idioma español.

Por otro lado, al tratarse de uno de los centros financieros más importantes del mundo, Singapur también puede jugar un papel como:

- Inversor en España, tanto en activos públicos como privados.
- Financiado de la expansión de marcas consolidadas de productos de consumo en general.
- Financiado de comercio con China en yuanes *offshore*.

La incorporación de Singapur al programa PIDM debe constituir un revulsivo para un mayor aprovechamiento empresarial del dinamismo económico de este país, y del conjunto de oportunidades que ofrece la región ASEAN.

*Emilio Calvo Roldán**

SUDÁFRICA, EL PIDM NECESARIO

El presente artículo trata de hacer una síntesis de los aspectos fundamentales de la economía sudafricana con el objeto de mostrar el acierto de la reciente designación del país como nuevo PIDM. También se pretende destacar en el artículo la importancia estratégica que representa para la inversión española el mercado sudafricano, sobre todo en el sector de las energías renovables, así como mostrar el incremento de los intercambios comerciales bilaterales y las grandes oportunidades que se abren en otros sectores como el de las infraestructuras o el transporte, donde el Gobierno sudafricano tiene planteados importantes planes de inversiones.

Palabras clave: BRICS, energías renovables, emergentes, Marca España.

Clasificación JEL: N0, N1, N17, N37, N77, O55.

1. Sudáfrica, el PIDM necesario

Sudáfrica es la mayor economía del África Subsahariana, con un PIB superior al 50 por 100 del conjunto del PIB del África negra y cuyo consumo energético representa alrededor del 85 por 100 del consumo de toda la subregión. Este peso económico convierte a la República de Sudáfrica en el gran líder regional, con una influencia casi total en las pequeñas naciones Lesoto y Suazilandia y una presencia dominante de sus empresas en países como Botswana, Namibia, Zimbabue y Mozambique. Este peso regional, marcado por la fuerte presencia de empresas sudafricanas en los principales sectores de actividad de estos países y, en menor medida, en el resto de países africanos, es un claro ejemplo del tipo de potencia regional que representa Sudáfrica y de la importancia del país como puerta de acceso al resto de países del África Subsahariana.

Este peso le otorga un papel clave, no solo en la escena regional, sino en el ámbito internacional, al ser Sudáfrica el único país africano miembro del G20 y, desde 2011, miembro de los países BRICS, que engloba a los 5 países emergentes con mayor peso y proyección internacional.

Estos argumentos justifican por sí solos la inclusión de la República de Sudáfrica dentro del Plan Integral de Desarrollo de Mercado (PIDM). Sin embargo, a lo largo del presente artículo veremos otros muchos argumentos que justifican la necesidad de otorgar a Sudáfrica el nivel de importancia que se merece conforme a su peso internacional y a su creciente relevancia como mercado estratégico para nuestras empresas.

2. Del apartheid a la democracia

Sudáfrica es uno de los países más complejos del mundo, donde su tumultuoso pasado de segregación y exclusión sigue estando muy presente en muchos aspectos de la vida diaria de muchos sudafricanos. ▷

* Agregado Comercial en la Oficina Económica en Johannesburgo.
Versión de julio de 2013.

Para entender Sudáfrica y su historia reciente tenemos que comenzar hablando de su composición racial y demográfica. Según el último censo de población de 2011, en Sudáfrica existirían en la actualidad alrededor de 52 millones de habitantes de los que cerca del 9 por 100 serían blancos (4.586.000 personas), prácticamente el mismo porcentaje serían mestizos (4.615.000 personas) y un 2 por 100 aproximadamente serían indios y asiáticos. El restante 80 por 100 serían personas de raza negra, más de 40 millones. Cabe señalar que, comparando con el censo anterior, se aprecia una disminución en la población de raza blanca mientras que la única raza que sube en número de habitantes es la población de raza negra.

La población urbana representa, según el Banco Mundial, el 62 por 100 del total. Con la desaparición del apartheid y la supresión de las limitaciones al movimiento de las personas de raza no blanca se produce, entre los años 1996 y 2001 fundamentalmente, un intenso proceso de migración desde los bantustanes a las zonas urbanas, sobre todo a las de las provincias de Gauteng (Johannesburgo y Pretoria) y Western Cape (Ciudad del Cabo).

Sudáfrica cuenta con tres capitales: Pretoria, capital ejecutiva; Bloemfontein, capital judicial; y Ciudad del Cabo, capital legislativa. A pesar de no tener el estatus de capital, Johannesburgo es el principal centro de negocios del país y en ella se encuentran las sedes de la mayoría de las empresas. Le siguen en importancia Durban y Ciudad del Cabo. Situada en la costa este, en la provincia de Kwazulu-Natal, Durban cuenta con el puerto comercial más importante del sur de África y el segundo de todo el continente, tras Port Said, en Egipto. Además de contar también con un puerto importante, Ciudad del Cabo constituye el principal destino turístico del país.

El inglés es la lengua materna de apenas el 9,6 por 100 de la población, pero es utilizado como medio de comunicación en general y, en especial, en el mundo de los negocios, ya que es la segunda lengua de la mayoría de los habitantes en las zonas

urbanas. Otras lenguas son el afrikáans, hablado por el 13,5 por 100 de la población, el isiZulu, 22,7 por 100, isiXhosa, 16,0 por 100, sepedi, 9,1 por 100, setswana, 8,0 por 100, sesotho, 7,6 por 100, xitsonga, 4,5 por 100, siSwati, 2,5 por 100, tshivenda, 2,4 por 100 e idiNdebele, 2,1 por 100.

Este complejo reparto demográfico y social hace, si cabe, más difícil de entender cómo Sudáfrica pudo instaurar en 1948 la separación racial de su población bajo el conocido apartheid, que significa separación en lengua afrikáans. El discurso de Daniel François Malan tras la victoria en las elecciones de 1947 del Partido Afrikáans: «*Hoy día Sudáfrica vuelve a ser nuestra, Dios permita que sea nuestra siempre*», demuestra como los inspiradores del régimen del apartheid otorgaban a sus políticas un significado pseudo religioso, considerando a Sudáfrica una especie de tierra prometida a la que solo ellos tenían derecho. La realidad muestra cómo el muro de contención racial levantado respondía más a una cuestión puramente económica. La población afrikáans se veía fuertemente amenazada por la población de raza negra, con la que, en muchos casos, disputaban la realización de los trabajos más básicos de la sociedad. Al excluir a casi un 80 por 100 de la población, conseguían garantizarse su *status quo* en una sociedad cada vez más competitiva.

Casi 50 años después y tras la salida de Nelson Mandela de la cárcel después de recorrer su largo camino hacia la libertad, el régimen del Apartheid se desmoronó y en 1994 se celebrarían las primeras elecciones libres para todos los ciudadanos sudafricanos independientemente de su color de piel.

Desde la celebración de estas elecciones el ANC (African National Congress) ha obtenido mayorías aplastantes en las cuatro elecciones celebradas desde entonces, gobernando sin apenas oposición y con el apoyo de sus aliados tradicionales en la lucha contra el régimen segregacionista: la federación de sindicatos Congress of South African Trade Unions, COSATU, y el Partido Comunista, South African Communist Party, SACP. ▷

En las últimas elecciones, celebradas en abril de 2009 ya con Jacob Zuma como candidato a presidente, el ANC obtuvo el 65,90 por 100 de los votos, un 3,79 por 100 menos que en 2004. La segunda fuerza política más votada fue la Alianza Democrática (DA), partido de corte liberal, con el 16,66 por 100 de los votos, un 4,29 por 100 más que en los anteriores comicios; la DA encuentra su apoyo mayoritario entre la población blanca y *coloured* (mestizos), que suponen la mayoría de la población en la provincia del Western Cape, en la que se hizo con el Gobierno provincial.

Si todo sigue según lo previsto, el presidente Zuma optará a una segura reelección en las elecciones de abril de 2014, donde es muy probable que incorpore en su próximo Gobierno al recién nominado como vicepresidente del ANC, Cyril Ramaphosa, miembro de la ejecutiva del ANC desde tiempos del apartheid y segunda fortuna de raza negra del país. Cyril Ramaphosa se caracteriza por sus posturas liberales, lo que sin duda contribuirá a nivelar las presiones intervencionistas que existen en el seno de la ANC.

3. Una economía dual y abierta al mundo

La economía sudafricana presenta una estructura muy dual, donde conviven estructuras de primer mundo con estructuras propias de un país en vías de desarrollo, siendo su alta desigualdad y la tasa de desempleo los principales problemas a los que se enfrenta.

Los efectos de la crisis financiera global se dejaron sentir ya en 2008, cuando la tasa de crecimiento del PIB apenas consiguió superar el 3 por 100, y se acentuaron en 2009, año en que cayó un 1,8 por 100. La recuperación se inició a finales de 2009 y continuó durante 2010. En 2011, el crecimiento del PIB se aceleró ligeramente, hasta el 3,1 por 100, mientras que en el año 2012, la tasa de crecimiento del PIB cayó hasta el 2,5 por 100.

Los últimos datos disponibles corresponden al primer trimestre de 2013, donde la economía creció un decepcionante 0,9 por 100, en tasa trimestral

anualizada, frente al 2,1 por 100 registrado en el cuarto trimestre de 2012.

Con estos datos, las perspectivas para 2013 no son muy optimistas y no se espera que la recuperación se produzca hasta la segunda mitad del año, sin que haya signos de que ésta vaya a ser muy robusta. La debilidad del rand no parece ser suficiente para compensar la renqueante demanda internacional de bienes y servicios, el descenso en el precio de las materias primas, la moderación de la demanda interna, el incremento de los costes laborales unitarios y las distorsiones en forma de huelgas y protestas en sectores claves de la economía sudafricana.

Las estimaciones oficiales recogidas en el Presupuesto 2013 esperan que la economía crezca un 2,7 por 100 en 2013, un 3,5 por 100 en 2014 y un 3,8 por 100 en 2015. Por otra parte el Fondo Monetario Internacional acaba de rebajar sus previsiones de crecimiento para el año 2013 desde el 2,8 por 100, que predijo en el mes de abril, hasta el 2 por 100. Para el próximo año, el FMI espera que la economía crezca un 2,9 por 100, rebajando sus previsiones desde el 3,3 por 100 anterior. El organismo señala la inestabilidad interna y las huelgas en los sectores clave, la debilidad de la demanda externa y los bajos precios de las materias primas como principales detonantes de su revisión a la baja en sus previsiones.

Desde que la inflación alcanzase su pico en enero de 2012 (6,3 por 100), comenzó una senda descendente, que se frenó en la última parte de 2012, cerrando el año con una tasa del 5,7 por 100, con una tasa media anual del 5,66 por 100.

El mejor comportamiento de la inflación permitió al Banco Central de Sudáfrica reducir los tipos de interés en agosto de 2012 en 50 pb hasta dejarlos en el 5 por 100, situando así el tipo de referencia en su valor mínimo de los últimos 3 años.

3.1. Política fiscal y cuentas públicas

Desde mediados de los años noventa Sudáfrica ha practicado una política fiscal conservadora que ▷

le ha permitido mantener su deuda pública en niveles muy moderados, actualmente en el entorno del 36 por 100 del PIB, pero con previsiones de incrementarse al 38 por 100 en 2014 y al 40 por 100 en 2016. Sin embargo, la adopción desde 2009 de una política fiscal anticíclica destinada a compensar los efectos de la crisis financiera global supuso un incremento en el déficit público, que en 2009 llegó al 5 por 100 del PIB, manteniéndose prácticamente sin variación (4,8 por 100) en 2010. En la presentación de los presupuestos 2013, el Ministro de Finanzas, Pravin Gordhan, señaló que el déficit de 2012 finalmente se situó en el 5,2 por 100 del PIB, frente a la proyección inicial de 4,8 por 100. Para el periodo 2013-2014 el Ministro estima que el déficit disminuirá hasta el 4,6 por 100 y para el 2014-2015 se situaría en el 3,1 por 100. La deuda pública aumentaría en los próximos 3 años hasta el 40,3 por 100, desde el 36 por 100 actual.

3.2. Sector exterior. Tipo de cambio

Los últimos datos disponibles muestran un fuerte deterioro del déficit por cuenta corriente, que cerró el año 2012 en el 6,3 por 100.

La moneda sudafricana, que tradicionalmente ha venido mostrando una considerable volatilidad por ser objeto del *carry trade* y por la condición de país exportador de materias primas, además de importador de petróleo, no se ha visto libre de las perturbaciones causadas por la crisis de la zona euro. Las incertidumbres político económicas unidas a los episodios de huelgas en el sector minero, los cambios regulatorios que no ayudan a la inversión extranjera y los debates en torno a la posible nacionalización de algunos sectores estratégicos, han afectado al rand (R), que se ha depreciado fuertemente en los últimos meses hasta situarse en los 10 R/\$ y los 13 R/€, con caídas que han llegado a representar más de un 30 por 100 en el último año.

4. Una economía abierta al mundo

En los últimos años, las exportaciones sudafricanas han evolucionado en función de la situación

económica en sus principales mercados. Los productos industriales se dirigen hacia los países desarrollados, siendo la UE el principal mercado para los mismos, y son los que han registrado mayores altibajos, afectados por la crisis de la zona euro. Las materias primas, minerales sobre todo, tienen como destino mayoritario los países emergentes, con China a la cabeza, y han venido experimentando un crecimiento sostenido.

Los datos de los últimos años muestran, como elemento más destacable, el continuado crecimiento de los intercambios con China y, en menor medida, India. Aunque en cifras absolutas aún son de menor importancia, cabe señalar también el continuado crecimiento de los intercambios con el resto del continente africano, especialmente en lo que se refiere a las exportaciones.

Por bloques comerciales, la UE es el principal socio comercial, absorbiendo más de la cuarta parte de sus exportaciones y suministrando en torno a un tercio de sus importaciones. Los países vecinos del cono sur de África, con los que se agrupa en la Southern Africa Development Community (SADC), reciben el 11,8 por 100 de las exportaciones sudafricanas, pero su participación en las importaciones es mucho menor, del 4,2 por 100.

Por países es China, quien desde 2009, ocupa el primer lugar como cliente, con el 12,3 por 100 del total de exportaciones, y suministrador, con el 14,2 por 100 de las importaciones en 2011.

Tras China, Alemania ocupa el segundo lugar como proveedor, 10,7 por 100 del total, seguida de EEUU, 8,1 por 100, y Japón, 4,8 por 100.

Con respecto a la inversión, por países, el Reino Unido destaca con gran diferencia sobre el resto, como principal origen de la inversión extranjera. Sin embargo, teniendo en cuenta que los únicos datos disponibles provienen de la balanza de pagos, y tienen por tanto en cuenta el origen de los fondos más que la nacionalidad de la compañía inversora, el porcentaje atribuido al Reino Unido está muy posiblemente sobrevalorado, dado el papel de Londres como centro financiero internacional y las tradicionalmente estrechas relaciones con Sudáfrica. ▷

Por sectores es de destacar, aunque no existen datos oficiales precisos, la presencia extranjera en el sector de la minería, en el que están presentes las principales multinacionales, como Rio Tinto y BHP. Asimismo, en el sector bancario, en el que dos de los cuatro principales bancos, son de propiedad extranjera: Barclays y Standard Bank, este último con una importante participación del ICBC chino.

En el terreno industrial es notable la presencia extranjera en el sector de automoción, estando instaladas en el país un buen número de las principales multinacionales: Volkswagen, BMW, Mercedes, Nissan, Peugeot, Toyota, Fiat, Ford, GM, Honda, Chrysler y Daewoo.

5. España cada vez más presente

Los últimos años han visto un continuo crecimiento en los intercambios comerciales bilaterales y se espera que siga esta tendencia en los próximos años, especialmente si continúa el desarrollo de sectores en los que las compañías españolas están bien posicionadas, como el de automoción, en el que somos importantes suministradores de componentes, o el de energías renovables, en el que las compañías españolas han conseguido un excelente posicionamiento en la primera y segunda ronda de licitaciones contemplada en el plan energético sudafricano, que más tarde desarrollaremos. Cabe señalar que el fuerte incremento de las inversiones españolas concentradas en el sector de las energías renovables supondrá duplicar el valor de los activos españoles en Sudáfrica de aquí a 2014.

Sudáfrica es nuestro principal mercado en África Subsahariana. En el año 2011 nuestras ventas al país supusieron el 29 por 100 del total de las ventas españolas al área. Le siguen, a gran distancia, Nigeria (8 por 100); Guinea Ecuatorial (8 por 100); Angola (8 por 100) y Ghana (5 por 100).

La balanza comercial bilateral ha sido tradicionalmente deficitaria para España excepto en el año 2012 en el que, por primera vez se produce un

superávit comercial a favor de España. El año 2013 sigue la misma tendencia y el superávit comercial a favor de España no para de incrementarse hasta situarse en abril en los 271 millones de euros, frente al déficit de 6 millones registrado en el mismo periodo del año anterior. La tasa de cobertura se ha situado en este periodo en el 209,8 por 100.

Durante el conjunto del ejercicio 2012 nuestras exportaciones se comportaron mejor que en 2011, hasta llegar a los 1.054 M€, frente a los 887 M€ de 2011.

Los últimos datos disponibles correspondientes a los 4 primeros meses de 2013 muestran un fortísimo incremento de nuestras exportaciones que aumentaron un 84,6 por 100 en el periodo hasta alcanzar los 519 millones de euros.

Nuestras exportaciones se centran en productos industriales que, incluyendo material de transporte, representan más del 72 por 100 del total, cayendo desde el 77 por 100 que representaban en 2011 y el 84 por 100 de 2010. Los relativos al sector de automoción han venido oscilando en torno al 30 por 100 del total y los de maquinaria y equipos alrededor del 15 por 100. Productos industriales intermedios (químicos, metalúrgicos, plásticos, etcétera) suponen la mayor parte del resto.

5.1. Fuerte incremento de la inversión española

Hasta la puesta en marcha del I Programa de Energías Renovables, Integrated Resource Program (IRP), las cifras de 2009 muestran el último volumen de flujo de inversión neta significativo, 42 M€ en el sector minero, mientras que los dos años posteriores la inversión bruta es muy reducida y arrojan un claro saldo desinversor. El flujo de inversión en 2010 fue de 2,3 M€ mientras que en 2011 fue de 3,8 M€. Hasta septiembre de 2012 la inversión española en Sudáfrica arroja la cifra de 2,7 M€. Con respecto al *stock* de inversión española en Sudáfrica, éste superó los 1.000 millones de euros en 2011 colocando a España como el decimoprimer país inversor. Cabe señalar que las fuertes ▷

CUADRO 1
PROYECTOS ESPAÑOLES: 1ª Y 2ª VENTANILLA (IPP + EPC)

Tecnología	Nº Proyectos	Capacidad concedida a empresas españolas (Mw)	Total capacidad adjudicada (Mw)	% Español / total
Fotovoltaica.....	10	432,98	1.059,63	40,86
Eólica	4	368,00	1.197,60	30,73
CSP.....	3	200,00	200,00	100,00
Total.....	17	1.000,98	2.457,23	40,69

Fuente: Department Of Energy South Africa. Elaboración propia.

inversiones españolas en el sector de las energías renovables harán que en los próximos años el valor de los activos en manos de empresas españolas se duplique, colocando a España como la séptima potencia inversora en el país, lo que vendrá acompañado de un fuerte incremento de nuestras empresas, cuyo número se triplicará.

6. Sectores más interesantes para nuestra inversión

6.1. Las energías renovables

El sector energético se encuentra en una fase de profunda revisión de su actual estructura (monopolio estatal en generación, transmisión y distribución) y al límite de su capacidad de generación, lo que podría ofrecer buenas oportunidades tanto en el campo de las energías renovables, sector prácticamente virgen hasta la fecha y para las que ya se han fijado atractivas tarifas, como en el de las tradicionales. Para dar entrada al sector privado se ha creado la figura de los Independent Power Providers (IPPs).

El Gobierno sudafricano ha iniciado un proceso de planificación de inversiones en el sector eléctrico bajo el nombre de Integrated Resource Program (IRP). Para ello ha realizado audiencias públicas, transparentes y con una amplia base de participantes, entre los que se incluye a la Oficina Económica y Comercial y algunas empresas españolas (Novadays, Abengoa, Gestamp, Greenmax). El IRP se actualiza cada 2 años y aunque no tiene carácter vinculante, constituye un instrumento importante cuyas estimaciones de inversión se vienen cumpliendo.

En su última versión (IRP2 2011) el IRP2 contempla 40.000 Mw adicionales de generación eléctrica,

de los que 17.500 Mw son con energías renovables.

La aplicación práctica del IRP se traduce en 2 programas fundamentales del Gobierno sudafricano en el sector eléctrico:

1. Programa de Licitaciones para otorgar concesiones IPP Rebid (Independent Power Producers) de generación eléctrica a través de las energías renovables (Fotovoltaica (PV), Eólica, Concentrated Solar Power (CSP), micro hidroeléctrica, biomasa, biogás y biocombustibles).

2. Plan de inversiones de la *utility* pública ESKOM, que incluye 5.000 M€ en la ampliación de la red (especialmente en la provincia de Northern Cape –generación solar– y Eastern Cape –generación eólica–) así como generación propia a través de energías renovables de los que 300 Mw ya están en fase de licitación.

El programa pretendía adjudicar 3.725 Mw hasta 2014, distribuidos entre distintas tecnologías. El resultado de dicho programa ha sido el de la adjudicación de un total de 2.470 Mw en las dos primeras ventanillas. La tercera ventanilla está en proceso de adjudicación por lo que se espera que se cumpla el objetivo de adjudicar los 3.725 Mw mencionados.

En total, después de las 2 rondas de licitaciones, España habría sido adjudicataria de 17 proyectos (10 en fotovoltaica, 4 en eólica y 3 en solar concentrada) obteniendo un 41,7 por 100 de la capacidad total adjudicada.

El precio es la principal variable que se tiene en cuenta en estas licitaciones. El 70 por 100 de los puntos se otorgan según la tarifa que ofrezcan los promotores. En las licitaciones se han establecido unas tarifas máximas, según tecnología, como límite a las ofertas de los promotores. Una propuesta ▷

CUADRO 2
TARIFAS MEDIAS ESTABLECIDAS EN LAS DOS PRIMERAS VENTANILLAS

Tecnología	1ª Ventanilla	2ª Ventanilla	3ª Ventanilla*
Fotovoltaica.....	R276 c/Kwh	R 165 c/Kwh	R 140 c/Kwh
Eólica.....	R114 c/Kwh	R 90 c/Kwh	R 100 c/Kwh
CSP.....	R269 c/Kwh	R 251 c/Kwh	R 165 c/Kwh
Minihidráulica.....	-	R 103 c/Kwh	R 85 c/Kwh
Biomasa.....	-	-	R 140 c/Kwh
Biogas.....	-	-	R 80 c/Kwh
Gas invernadero.....	-	-	R 94 c/Kwh

* Precio estimado.
Fuente: Department of Energy of South Africa. Elaboración propia.

CUADRO 3
RESUMEN DE LAS DOS PRIMERAS VENTANILLAS Y DE LOS MW RESTANTES DISPONIBLES PARA LA TERCERA VENTANILLA

	Capacidad concedida en la primera ventanilla	Capacidad concedida en la segunda ventanilla	Capacidad restante	Capacidad total
	Mw	Mw	Mw	Mw
Fotovoltaica.....	631,53	417,10	401,37	1.450,00
CSP.....	150,00	50,00	0,00	200,00
Viento.....	633,99	562,50	653,51	1.850,00
Biomasa.....	0,00	0,00	12,50	12,50
Biogas.....	0,00	0,00	12,50	12,50
Gas vertedero.....	0,00	0,00	25,00	25,00
Mini-Hidro.....	0,00	28,60	46,40	75,00
Total Mw.....	1.415,52	1.058,20	1.151,27	3.625,00

Número de licitaciones: 47
Fuente: Department of Energy of South Africa. Elaboración propia.

CUADRO 4
CONTENIDO MÍNIMO OBLIGATORIO EN LAS TRES PRIMERAS VENTANILLAS
(En porcentaje)

Tecnología	1ª Ventanilla		2ª Ventanilla		3ª Ventanilla	
	Mínimo obligatorio	Deseable	Mínimo	Deseable	Mínimo obligatorio	Deseable
Eólica.....	25	45	25	60	40	65
Solar fotovoltaica.....	35	50	35	60	45	65
Solar concentrada sin almacenamiento.....	35	50	35	60	45	65
Solar concentrada con almacenamiento.....	25	45	25	60	40	65
Biomasa.....	25	45	25	60	40	65
Biogás.....	25	45	25	60	40	65
Gas de vertedero.....	25	45	25	60	40	65
Mini-hidráulica.....	25	45	25	60	40	65

Fuente: Department of Energy of South Africa. Elaboración propia.

se considerará «no apta», y automáticamente rechazada durante la fase de calificación, si los precios suscritos exceden los límites marcados. Las tarifas medias establecidas en las dos primeras ventanillas se recogen en el Cuadro 2.

Las regiones con mayor potencial para la instalación de parques eólicos son las provincias de Western Cape y Eastern Cape, ambas al sur del país. Por otra parte, la provincia de Northern Cape tiene las mejores condiciones para la implantación de sistemas solares, tanto fotovoltaicos como termosolares.

En el Cuadro 3 se presenta un resumen de las dos primeras ventanillas y de los Mw restantes disponibles para la tercera ventanilla.

El Gobierno sudafricano considera muy importante que el desarrollo de la industria de energías renovables vaya acompañado con una mejora de las condiciones sociales del país. Por ello, exige un contenido mínimo local que ayude a desarrollar la economía sudafricana por medio de creación de empleo y formación. En el Cuadro 4 se presenta un resumen del contenido mínimo obligatorio ▷

en las tres primeras ventanillas para cada tecnología.

6.2. Infraestructura y transporte

Sudáfrica se encuentra en plena renovación de su infraestructura de transporte. Para afrontar los retos de desarrollo futuro del país son necesarias remodelaciones y nuevas inversiones en una infraestructura de transporte que no ha sido renovada en profundidad desde finales de la década de los ochenta. El Ministerio de Finanzas, dentro de los Presupuestos del Estado para 2012, firmó una partida de más de 3.800 M€ para invertir en infraestructuras de transporte.

Principalmente, las inversiones se centrarán en el sector ferroviario y en el transporte por carretera, sin dejar de lado los sistemas intermodales de mercancías que requerirán nuevas inversiones en el sector marítimo, tal y como se puede apreciar en el Cuadro 5.

El nuevo plan estratégico de TRANSNET, la empresa pública que controla el transporte ferroviario de carga y los principales puertos del país, contempla importantes inversiones (70.000 millones de rands). Asimismo, las terminales portacontenedores de algunos puertos, muy especialmente Durban–Dube TradePort (donde se está desarrollando un nuevo *hub* logístico internacional especializado), serán objeto de importantes inversiones, duplicando en 10 años la capacidad de las mismas. Por otra parte, TRANSNET ha manifestado su interés público por desarrollar algunas de estas operaciones de inversión en régimen PPP.

PRASA, la empresa pública de transporte de pasajeros (ferrocarril y autobús), parece decidida a embarcarse en proyectos en régimen PPP para encarar los grandes proyectos ferroviarios que Sudáfrica necesita con urgencia. Entre estos destacan la ampliación de la incipiente Alta Velocidad Sudafricana, como es el proyecto Johannesburgo–Durban, para el que ya ha sido convocada la llamada pública a «expresiones de interés» así como los proyectos de transporte urbano masivo en las grandes ciudades sudafricanas.

CUADRO 5 INVERSIONES PREVISTAS EN INFRAESTRUCTURA DE TRANSPORTE PARA EL PERIODO 2011-2015	
Subsector	Millones de euros
Red de carreteras	11.600
Red ferroviaria.....	21.450
Red portuaria	2.060
Red aeroportuaria	2.150
Hubs logísticos.....	8.000
Total.....	45.260

Fuente: elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Transporte.

El sector de automoción es uno de los considerados como prioritarios dentro de la política industrial del Gobierno, existiendo un programa de incentivos específicos. Están ya presentes con plantas de montaje Volkswagen, BMW, Nissan, General Motors, Ford, Mercedes Benz, Toyota y en breve lo estará Mahindra. Contamos con alguna presencia en la fabricación de componentes, pero teniendo en cuenta las intenciones oficiales de reforzar los incentivos a la producción local de los mismos, el sector podría aún ofrecer excelentes oportunidades para nuestras empresas.

6.3. Otros sectores

En el sector de agua el Gobierno quiere formular un programa de concesiones públicas que asuma más de 2/3 del plan de inversiones, cifrado en 50.000 millones de euros.

En el sector de las TIC, el Gobierno sudafricano está iniciando planes importantes para mejorar la infraestructura de banda ancha en las provincias principales: Gauteng, KZN y Western Cape. Asimismo, el exmonopolio público TELKOM está encarando un programa de inversiones en su red troncal de telefonía fija. MTN, VODACOM y sus principales competidores en telefonía móvil mantienen, a su vez, importantes planes de inversión. Existe pues un potencial para las empresas españolas en el desarrollo de los grandes contratos de consultoría y ejecución de proyectos relativos a los planes de infraestructura de banda ancha.

Sudáfrica es un país con grandes atractivos turísticos: paisajes, flora y fauna, y cuenta ya con ▷

una cierta infraestructura, principalmente establecimientos de tamaño pequeño y mediano, pero aún con buenas oportunidades de expansión.

Otros posibles sectores de interés serían el químico, con un importante peso dentro del sector industrial y considerado como estratégico en los planes de desarrollo del Gobierno, y el de la industria agroalimentaria.

7. Apoyo al mercado

Con el fin de promover la presencia de empresas españolas en el mercado sudafricano y ayudarlas a exportar e invertir en el país, existen una serie de mecanismos de apoyo al acceso al mercado muy completos y diversos.

7.1. Apoyo institucional

El apoyo institucional a nuestras empresas es un aspecto clave y de los más demandados y mejor valorados por parte de nuestras empresas. Cabría señalar en este campo la celebración del Encuentro Empresarial España-Sudáfrica en octubre de 2012, que contó con la presencia de Secretario de Estado de Comercio, D. Jaime García-Legaz, y al que asistieron más de 50 empresas españolas y más de 90 delegados.

Por otro lado, existen firmados con Sudáfrica una serie de acuerdos económicos bilaterales como son: el acuerdo para evitar la doble imposición firmado el 23 de junio de 2006 que entró en vigor el 28 de diciembre de 2007; el convenio de Cooperación Científica y Tecnológica, firmado en mayo de 2003 y el acuerdo de Cooperación Turística firmado en septiembre de 2003. Hasta fechas recientes existía también un APPRI (Acuerdo de Promoción y Protección Recíproca de Inversiones) firmado con España, sin embargo las autoridades sudafricanas decidieron recientemente no prorrogar el acuerdo. Las autoridades sudafricanas plantean su decisión de sustituir todos los APPRI con

países europeos por una ley macro de protección de la inversión, que debería otorgar a las inversiones extranjeras el mismo nivel de protección que prestaba el cancelado APPRI. Cabe señalar que las inversiones españolas realizadas hasta el 23 de diciembre de 2013 contarán con el nivel de protección marcado en el APPRI por un periodo adicional de 10 años.

Existen otra serie de acuerdos que facilitan la inversión y la formación de *joint ventures* con empresas locales, como el Programa Bilateral de Cooperación Tecnológica, South Africa & Spain Innovating (SASI), firmado en abril de 2010 entre el CDTI y la Agencia de Innovación Sudafricana (Technology Innovation Agency, TIA). Cabe señalar la intención de ambos organismos en darle más difusión al programa durante el año 2013, hecho que tendrá su ejemplo más claro en la celebración de una conferencia conjunta entre CDTI y TIA en Johannesburgo a lo largo de la segunda mitad de 2013 con el objetivo de difundir las posibilidades del programa SASI entre las empresas sudafricanas y españolas.

Otro acuerdo que merece la pena resaltar es el convenio firmado entre COFIDES y la Industrial Development Corporation (IDC) de Sudáfrica para contribuir y promocionar la financiación bilateral de inversiones y servicios entre la República de Sudáfrica y España. Con este acuerdo, COFIDES se compromete a financiar hasta 100 millones de euros, con un límite de entre 75.000 y 30 millones de euros por proyecto en la financiación o cofinanciación con IDC de proyectos en la República de Sudáfrica y otros países africanos.

Por último, cabe señalar la recientemente creada Cámara de Comercio de España en el Sur de África, como un mecanismo de apoyo directo a las empresas y como un foro de intercambio de conocimientos, ideas y proyectos entre las empresas españolas y sudafricanas. La Cámara de Comercio ha sido creada con una visión regional, contando en un inicio con sedes en Johannesburgo, Ciudad del Cabo y Madrid, a la espera de que en los próximos meses se abran delegaciones en países vecinos como Mozambique y Namibia. ▷

7.2. *Acceso al mercado*

El mercado sudafricano, tal y como hemos señalado, es moderno, abierto y con unas condiciones de inversión y exportación asimilables a la existente en muchos países desarrollados. Sin embargo, existen una serie de barreras de entrada que los inversores en el país deberían tener en cuenta a la hora de comenzar su andadura sudafricana. Entre ellas destacamos:

Broad-Based Black Economic Empowerment (B-BBEE)

Política de discriminación (positiva) que beneficia a las comunidades históricamente desfavorecidas por el régimen del apartheid. Su grado de cumplimiento depende de la participación de personas de cualquier raza no blanca en una serie de conceptos como: la propiedad de la empresa, personal (total y en funciones directivas), formación, etcétera. Los resultados conseguidos por las empresas con respecto a los requisitos fijados por la ley del B-BBEE se plasman en una calificación que será tomada en cuenta a la hora de participar en cualquier tipo de concurso público.

Contenido Mínimo Nacional (Preferential Procurement Policy Framework Act)

Está dirigida a incrementar las adquisiciones de productos fabricados localmente. En el sector de concesiones para generación de electricidad en energías renovables en la primera y segunda ronda de licitaciones, el mínimo obligatorio fijado fue del 25-35 por 100, dependiendo del tipo de energía renovable y en la tercera ronda se ha anunciado que ascenderá al 40-45 por 100.

Estas 2 barreras de entrada al mercado suponen, sin duda, un problema importante al que se enfrentan las empresas españolas cuando deciden comenzar sus actividades de inversión en el país. Sin embargo, cabe señalar la presión que desde la Oficina Comercial y la Delegación de la UE se

hace frente a las autoridades locales para trasladar con una sola voz las inquietudes de nuestras empresas con respecto a estos temas. Por otro lado, la Oficina Económica y Comercial de España en Johannesburgo realiza una importante tarea de difusión de información y aclaración de las dudas que le surgen a las empresas sobre esta materia, aconsejando cuando sea necesario la contratación de algunos de los múltiples abogados especializados en facilitar el cumplimiento de la legislación nacional a las empresas extranjeras.

7.3. *Promoción comercial e imagen*

Con respecto a la prestación de servicios de promoción comercial a los exportadores españoles cabe señalar la gran importancia que tiene la OFECOME Johannesburgo con respecto a la prestación de servicios personalizados ICEX. Durante el año 2012 fue la quinta Oficina Comercial de toda la red de Oficinas en cuanto al número de Servicios Personalizados prestados, al realizar 150 servicios, presentando una nota media global del 7,59 por 100. Para el año 2013 se espera se realicen 13 misiones directas al país y se prepare una participación en un Pabellón Agrupado y otra en un Pabellón Oficial.

7.4. *Apoyo financiero*

Con respecto al apoyo financiero cabría destacar la financiación, con cargo al FIEM, de 2 importantes estudios de viabilidad en 2012: uno fue un FIEM de 463.374,5 euros para Asistencia Técnica dentro del IPP Rebid Programme, prestada por la empresa española Novadays al PPP Unit del National Treasury para el diseño y desarrollo del IPP Rebid Programme de energías renovables. La otra asistencia técnica fue otro FIEM de 313.150 euros para la Asistencia Técnica de Cener y GreenMax a la Industrial Development Corporation (IDC) para desarrollo de Centro Tecnológico de Energías Renovables en la región de Northern Cape. ▷

7.5. Acciones de formación

Con respecto a las acciones destinadas a la formación, también se hace un importante esfuerzo desde la OFECOME Johannesburgo al contar cada año con un buen número de becarios ICEX y de distintos organismos autonómicos, cuya integración en la oficina y trabajo en la misma suele dar muy buenos resultados. Para atender la creciente demanda de servicios de esta oficina, está programada una ampliación del número de becarios ICEX para 2014, así como la incorporación de un becario del CDTI.

La falta de formación de los trabajadores locales es uno de los principales problemas a los que se enfrentan las empresas cuando aterrizan en el mercado sudafricano y la formación de éstos es uno de los aspectos que más valoran las autoridades sudafricanas. En este sentido, por medio de la asistencia técnica antes mencionada, estamos contribuyendo a la creación de un Centro Tecnológico para las Energías Renovables en la región de Northern Cape que debería permitir formar a un considerable número de sudafricanos en el sector de las energías renovables. Durante el presente año también se ha producido la transferencia de trabajadores sudafricanos (*secondments*) a empresas o instituciones españolas en los ámbitos de las energías renovables, ferroviario o sector del agua.

7. Conclusiones

A lo largo del presente artículo hemos hecho un repaso a las principales magnitudes de la economía sudafricana y un análisis de los principales sectores de interés para las empresas españolas, destacando entre todo ellos el sector de las energías renovables, donde nuestras empresas son líderes indiscutibles. El éxito de las empresas españolas

en este sector justifica por sí solo la necesidad de otorgar a Sudáfrica el estatus de país PIDM. Sin embargo, no hay que entender Sudáfrica como un mercado con oportunidades únicamente en el ámbito de la energía, ya que existen multitud de sectores, sobre todo en el terreno de las infraestructuras, del transporte o del agua, dónde las autoridades sudafricanas están planteando ambiciosos planes de inversión que abren un nuevo abanico de oportunidades a las empresas españolas.

Sudáfrica es, sin duda, la gran puerta de entrada al continente africano, ofreciendo unas condiciones económicas y políticas estables y un marco para la inversión y el comercio equiparable al que nos podemos encontrar en los países más desarrollados, con una cultura gerencial de clara influencia anglosajona, con un sistema judicial muy fiable y un sistema legislativo muy transparente.

La «Marca España», desde que la Selección Española se alzase en 2010 con el título de campeona del mundo en el Soccer City Stadium de Johannesburgo, es cada vez más reconocible y cuenta con una gran simpatía por parte de la población local. Desde entonces se han llevado a cabo numerosas iniciativas que han permitido incrementar el conocimiento de nuestro país y conseguir asociarlo con la calidad y el buen hacer. El ejemplo más claro es la asistencia técnica que se le dio al Department of Energy sudafricano para estructurar el programa de desarrollo de energías renovables IPP REBID o la asistencia técnica para llevar a cabo un centro tecnológico de las energías verdes en la provincia del Northern Cape. Nuestro esfuerzo por consolidar nuestra presencia en el país continúa y de la mano de la llegada de nuevas empresas a Sudáfrica hemos creado la Cámara de Comercio Española en el Sur de África, que será un gran mecanismo de intercambio de ideas, conocimientos y posibilidades de negocio entre las empresas españolas y las empresas sudafricanas y de los países vecinos.



BOLETÍN ECONÓMICO DE INFORMACIÓN COMERCIAL ESPAÑOLA (BICE)

SUSCRIPCIÓN ANUAL

BOLETÍN ECONÓMICO DE INFORMACIÓN COMERCIAL ESPAÑOLA (12 NÚMEROS)			
	ESPAÑA 1 año	UNIÓN EUROPEA 1 año	RESTO DEL MUNDO 1 año
SUSCRIPCIÓN	65,00 €	85,00 €	85,00 €
Gastos de envío España	5,76 €	24,36 €	30,00 €
Más 4% de IVA. Excepto Canarias, Ceuta y Melilla	2,83 €		
TOTAL	73,59 €	109,36 €	115,00 €

DATOS

Nombre y apellidos

Empresa.....

Domicilio.....

D.P. Población

N.I.F.....

Teléfono..... Fax

Email.....

Transferencia a la cuenta de ingresos por venta de publicaciones del Ministerio de Economía y Competitividad
IBERCAJA. Calle Alcalá 29. MADRID (ESPAÑA)
CÓDIGO CUENTA CLIENTE:
2085-9252-07-0330598330

Suscripciones y ventas por correspondencia:

Paseo de la Castellana, 162 8ª Planta 28046 Madrid. Teléfono 91 583 55 07

Suscripciones a través de la página web del Ministerio de Economía y Competitividad

DistribuciónPublicaciones@mineco.es



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE ECONOMÍA Y
COMPETITIVIDAD

SUBSECRETARÍA
SECRETARÍA GENERAL TÉCNICA

SUBDIRECCIÓN GENERAL
ESTUDIOS, INFORMACIÓN Y PUBLICACIONES

