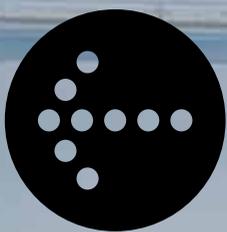
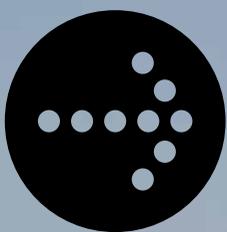


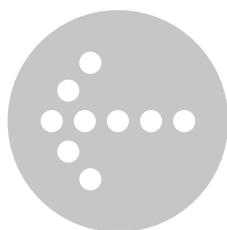
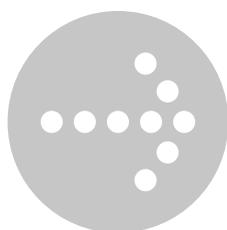
La internacionalización de la economía gallega 2011



fundación
novacaixagalicia
claudio san martín

CIEF centro de investigación económica y financiera

La internacionalización de la economía gallega 2011





La internacionalización de la economía gallega 2011



XUNTA
DE GALICIA



IGAPE



fundación
novacaixagalicia
claudio san martín

CIEF centro de investigación económica y financiera

Coordinador

Alberto Meixide Vecino

CIEF. Fundación Novacaixagalicia - Claudio San Martín
Universidad de Santiago de Compostela

Equipo realizador

Juan José Ares Fernández

Universidad de Santiago de Compostela

Adrián Blanco Estévez

Economista

Xan López Facal

Economista

Colaboradores de investigación

Diana Fernández Méndez

Economista

Manuel López Sande

Informático

Dolores Martínez Martínez

CIEF. Fundación Novacaixagalicia - Claudio San Martín

© FUNDACIÓN NOVACAIXAGALICIA - Claudio San Martín. 2012
© CIEF, Centro de Investigación Económica y Financiera

Diseño y producción: uquicebra.com

Impresión: Alva Gráfica

Depósito legal: C 182-2012

ISSN: 1889-9897



Índice

011	Presentación
013	Prólogo
017	Resumen ejecutivo
023	I. Introducción
037	II. Las relaciones comerciales con el extranjero en 2010 y el primer semestre de 2011
039	Situación del comercio mundial en 2010 con especial referencia a la UE
058	El comercio externo gallego en 2010 y en el primer semestre de 2011
107	III. La Inversión Extranjera Directa (IED)
109	Situación actual de la IED en el mundo
117	La IED en España
127	La IED en Galicia
136	Colaboración: <i>La relación de inversión bilateral con Portugal</i>
137	IV. La empresa gallega ante la internacionalización y análisis de países
139	Encuesta de opinión a las empresas gallegas
145	Análisis de países con potencial comercial para las empresas gallegas: México, Rusia y Turquía
179	V. Guía de negocios

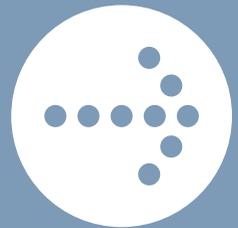
Presentación

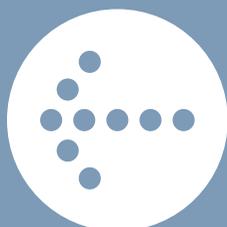
El análisis y el diagnóstico detallado de las dimensiones más relevantes del proceso de internacionalización de la economía gallega constituyen el objetivo fundamental del presente *Informe*, que ve luz por tercer año consecutivo. La iniciativa desarrollada por el Centro de Investigación Económica y Financiera de la Fundación Novacaixagalicia-Claudio San Martín en colaboración con el Instituto Galego de Promoción Económica (IGAPE), pretende ofrecer una herramienta de estudio que permita conocer mejor la actividad exterior de las empresas gallegas, la evolución de los flujos comerciales y de inversión, las estrategias adoptadas y los retos más significativos de cara al futuro.

Esta iniciativa adquiere una relevancia especial en el contexto de crisis económica que atravesamos, en el que existe un consenso generalizado sobre el protagonismo que debe asumir el sector exterior como uno de los pilares en los que se tiene que basar cualquier estrategia de reactivación económica. En este sentido, si bien el comercio exterior gallego está comportándose de forma favorable, como se pone de manifiesto en este *Informe*, son muchos los retos que tenemos por delante para mejorar la competitividad y el posicionamiento de nuestras empresas en los mercados internacionales. Diversificar la actividad exterior, tanto en sectores y productos como en países, aumentar el contenido tecnológico de nuestras exportaciones, incrementar la base exportadora o avanzar en el proceso de captación de inversiones, son algunos de los desafíos que deben abordarse en el diseño de las estrategias encaminadas a mejorar la internacionalización de las empresas gallegas.

Confiamos en que el contenido de esta publicación contribuya a un mejor conocimiento del proceso de internacionalización de nuestra economía y que, en consecuencia, los lectores puedan encontrar en este volumen la información y el análisis necesarios para su utilización, ya sea como meros interesados en el tema o para facilitar la toma de decisiones sobre este ámbito.

Fundación Novacaixagalicia-Claudio San Martín





Javier Guerra Fernández

Conselleiro de Economía e Industria
Xunta de Galicia

En la cultura empresarial gallega se ha consolidado ya el convencimiento de que la internacionalización es más una necesidad que una opción. Nos lo demuestra la creciente evolución de la demanda de ayudas y servicios, que ha respondido con creces a la también creciente oferta de instrumentos de apoyo habilitados por la Consellería de Economía e Industria, principalmente a través del IGAPE, para avanzar en la proyección exterior de nuestra economía.

El actual Gobierno de Galicia tuvo claro, desde el primer momento, que la internacionalización del tejido empresarial es primordial para mejorar los ratios de competitividad y retomar el camino del crecimiento. Por eso impulsamos un programa integral de apoyo a las estrategias de internacionalización de las empresas gallegas que ha servido para aprobar y apoyar casi 2.500 iniciativas o proyectos de internacionalización.

Hemos multiplicado casi por cuatro, a través del Instituto, los compromisos presupuestarios anuales orientados a la necesaria internacionalización del tejido empresarial gallego. Hemos pasado de unos apoyos que eran muy limitados en 2008, con poco más de 5 millones, a rondar los 20 millones anuales, y acabaremos la legislatura con casi 70 millones de euros dedicados a la promoción empresarial orientada a los mercados exteriores.

También estamos impulsando, en colaboración con la Confederación de Empresarios de Galicia (CEG), la puesta en marcha de la red de plataformas empresariales en el exterior, la Red Pexga, llamada a convertirse en un instrumento fundamental para acelerar el proceso de internacionalización de las empresas gallegas.

Nuestro esfuerzo como Gobierno, en continuada alianza con la voluntad y la ambición de los empresarios gallegos, está haciendo posible la favorable evolución de las exportaciones gallegas durante 2011.

Conocer los mercados internacionales y comprender como funcionan, disponer de información depurada para tomar las decisiones más adecuadas en el momento preciso, son elementos claves para que las empresas puedan abordar los mercados internacionales y consolidar la presencia en ellos. Por eso celebramos la elaboración del estudio sobre *La internacionalización de la economía gallega 2011*, porque sabemos que también será una herramienta de valor para seguir avanzando en este ámbito.

Resumen ejecutivo

Las relaciones comerciales de Galicia con el extranjero

- Tras la desaceleración de 2009, **el comercio externo gallego** con el extranjero, en sintonía con la evolución del conjunto del comercio mundial y de la UE, **experimentó una aceleración en 2010. Las exportaciones se incrementaron un 6,8% y las importaciones un 4,1%**. El aumento de estas últimas se debió más que a una sustitución de las compras de productos españoles por bienes extranjeros, a la evolución de los precios de determinados productos, en especial, los combustibles.
- **El saldo de la balanza comercial**, positivo durante cuatro años consecutivos, **alcanzó una cifra récord en 2010**. El grado de apertura de la economía gallega, si bien fue superior al de 2009, no logró los niveles de los años anteriores a la crisis.
- **Las exportaciones se incrementaron en Galicia** en la práctica totalidad de los grupos de productos **con la excepción del sector del automóvil** cuyo comercio se desaceleró bruscamente a partir del primer trimestre de 2010. **En las importaciones**, alimentos, energía, materias primas y semimanufacturas garantizaron el crecimiento positivo, lo que contrastó con **la debilidad en la compra de bienes relacionados con la automoción, bienes de equipo y de consumo duraderos**.
- **Los resultados del primer semestre de 2011 superaron a los del mismo período de 2010**, especialmente los de las exportaciones (crecieron un 22,5%). La evolución de las economías de los principales clientes gallegos no auguran similares resultados en el segundo semestre. Las importaciones, por su parte, aumentaron un 7%.
- En 2010, la estructura por capítulos arancelarios del comercio externo gallego fue similar a la de 2009. **La recuperación se ha cimentado en los productos ya tradicionales en el comercio gallego** y no se observaron actividades emergentes.
- **Vehículos automóviles, prendas de vestir y productos de la pesca seguían liderando el ranking exportador gallego**. En 2010, ganó peso la venta al exterior de combustibles refinados. Por su parte, **en la estructura de las importaciones**, similar a la de 2009, **se apreció un cambio en el liderato** tras incrementarse en un 36,7% el valor de lo importado de combustibles minerales y caer en un 16,5% el valor de los productos de automoción.

■ **En el primer semestre de 2011**, en un contexto general de aceleración de las ventas y las compras **se observó, en el lado de las exportaciones, un menor crecimiento en los capítulos de pesca y combustibles minerales y, en el de las importaciones, un descenso en el valor de las adquisiciones de componentes de automoción y de productos farmacéuticos.**

■ Los índices de comercio revelan que **en 2010 la distribución de las exportaciones fue la más dispersa de las dos últimas décadas.** Sin embargo, el mayor peso del capítulo de combustibles minerales propició **una mayor concentración de las importaciones.**

■ Se apreció que **el carácter intraindustrial del comercio gallego apenas si se ha modificado** en 2010 y en el primer semestre de 2011 con respecto a los años precedentes.

■ En la evolución del comercio en los últimos años se observa en Galicia, tanto en exportaciones como en importaciones, un **incremento del peso relativo de los productos de tecnología baja a costa de los de tecnología media-alta** debido, sobre todo, al descenso del comercio en el sector de la automoción. Persistió la irrelevancia del comercio gallego en productos con un nivel tecnológico alto, más en las exportaciones (solo representaban el 1% del valor total) que en las importaciones.

■ **Con respecto al comercio español, se apreció, por lo general una mayor especialización de las exportaciones gallegas que en los años anteriores,** debido a la evolución de los productos de la pesca y la confección de prendas de vestir que no son de punto. **En las importaciones el grado de especialización fue menor.**

■ En 2010, **la UE siguió absorbiendo la mayor parte de las exportaciones gallegas (75%).** El porcentaje de las restantes grandes áreas no superó el 5%, si bien **América del Sur pasó del 2% al 4%.** También se incrementó en un punto el peso relativo del Norte de África.

■ **En las importaciones, los combustibles minerales causaron, en 2010, un cambio significativo en la geografía comercial gallega.** La UE, en tan solo un año, pasó de representar el 61% al 53% del total, mientras que incrementaron su peso el Norte de África y América Central y Antillas.

■ **En el primer semestre de 2011, el porcentaje de las exportaciones totales hacia la UE se redujo en 6 puntos** al desplazarse las mismas hacia la Europa no comunitaria. **También cayó el porcentaje de las importaciones** gracias a un mayor peso de las restantes partes del mundo, salvo África del Norte.

- De entre los 15 primeros países de destino de las exportaciones gallegas hay **cinco emergentes: Marruecos (séptimo), Turquía (noveno), Brasil (decimoprimer), Polonia (decimotercero) y Argelia (decimoquinto)**. Ellos absorbieron el 9,4% del total exportado.
- Tras la contracción de 2009, en 2010 se produjo un relanzamiento del comercio mundial. **La OMC estimó un crecimiento, en volumen, de un 14% (21,7% en dólares)**. La recuperación se observó en la práctica totalidad de los países del mundo.
- El crecimiento, en términos monetarios, de un 31,3%, de las exportaciones de **China** le permitió, en 2010, **consolidar y ampliar su posición de líder mundial** alcanzado en 2009. **El segundo lugar de Alemania pasó a EE.UU., país que sigue liderando las importaciones**, si bien China va paulatinamente recortando posiciones.
- **La previsión de la OMC sobre el crecimiento del comercio mundial en 2011 es del 5,8%**, aunque este porcentaje puede disminuir ante la sucesión de acontecimientos que no favorecen el incremento de la actividad en las economías mundiales en la segunda mitad del año.
- El menor incremento del comercio externo de **España** que el del resto del mundo supuso **la pérdida, en 2010, de dos puestos en el ranking mundial de exportaciones** (del lugar decimosexto pasó al decimoctavo con una cuota del 1,6%) y **uno en las importaciones** (del decimotercero al decimocuarto con una cuota del 2%).

La Inversión Extranjera Directa (IED)

- **La IED recibida por Galicia se contrajo un 70% en 2010 hasta los 47 millones de euros**, si bien esta caída se debió al fuerte incremento de la IED en 2009 por causa de dos operaciones financieras puntuales. En cualquier caso, el desempeño de Galicia como receptor de IED ha sido discreto, concentrando tan solo un **0,2% de la inversión extranjera en España**.
- **El primer inversor en Galicia fue Portugal**, con más de la mitad del volumen total por causa de una operación en el sector financiero, **seguido de Reino Unido**, que realizó una fuerte inversión en el sector químico, **y México**, debido a operaciones en el sector inmobiliario.
- **Un numeroso grupo de países emergentes invirtió en Galicia en 2010**, como México, Venezuela, Brasil, Argentina, China y Rusia.

■ **En el primer semestre de 2011, la IED en Galicia alcanzó los 130 millones de euros, un 207% más que en el semestre inmediatamente anterior.** Ello se debe a la contabilización de la compra de Gándara Censa por la china CITIC y a la participación de una empresa del sector del aluminio por una empresa británica.

■ **La IED emitida por Galicia se incrementó un 4,9% en 2010 hasta los 711 millones de euros,** lo que supone una cuota del 1,9% sobre el total español, ligeramente superior a la media de la década pasada pero inferior al 2,7% de cuota histórica.

■ **El primer destino de la inversión gallega en el exterior fue EE.UU.,** debido a operaciones del grupo Inditex y en el sector de construcción de edificios. **El segundo país fue Francia seguido de Italia,** también debido a la expansión internacional del grupo textil.

■ **En el primer semestre de 2011 las empresas gallegas invirtieron 248 millones de euros en el exterior, un 4% menos** que en el semestre inmediatamente anterior. Galicia fue la octava comunidad autónoma que más invirtió, con una cuota del 1,5% sobre el total español.

■ **Galicia es una comunidad autónoma que invierte en el exterior un volumen muy superior a la inversión extranjera recibida.** Este *gap* se incrementó de manera particular en 2010, con un total de IED recibida de 47 millones de euros frente a una IED emitida de 711 millones de euros.

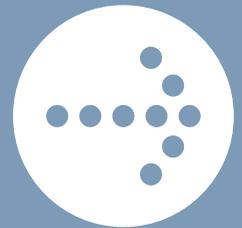
■ **En el conjunto de España, la IED recibida comenzó a recuperarse en 2010, alcanzando los 23.000 millones de euros, un 38% más que en 2009,** convirtiéndose en la decimocuarta economía mundial por recepción de inversión exterior. **En los seis primeros meses de 2011,** por el contrario, **España captó 11.600 millones de euros, lo que supone una notable contracción respecto al semestre anterior.** Esta evolución guarda relación con la recuperación de los flujos de inversión exterior en el mundo en 2010, debido a la leve mejora de la economía mundial en aquel año, y al empeoramiento de la coyuntura económica mundial en 2011.

■ **Las empresas españolas invirtieron en el exterior 38.000 millones de euros en 2010, lo que supone un crecimiento del 57% respecto al año anterior,** protagonizando grandes operaciones de inversión como la compra de la empresa de telecomunicaciones Vivo por parte de Telefónica (tercera mayor operación de IED en el mundo en 2010). Sin embargo, **las inversiones exteriores en el conjunto de 2011 podrían contraerse,** debido al menor volumen en el primer semestre del año (15.000 millones de euros), al deterioro de las expectativas y a la mayor incertidumbre económica.

La Encuesta de opinión

- **El 71,7% de las empresas gallegas prevén incrementar sus exportaciones, 4 puntos más que hace un año.** La crisis está alentando la actividad exportadora. Únicamente el 4% de los encuestados esperaba una caída de sus ventas al extranjero.
- **La empresa gallega parece orientarse hacia una diversificación de sus mercados externos.** Esta era la estrategia del 51,9% de las empresas encuestadas.
- Si bien la UE, en especial Francia y Portugal, sigue siendo el territorio preferido en las previsiones de comercio e inversiones, se observó **un mayor dinamismo de estos flujos hacia Latinoamérica y hacia países emergentes**, en especial, China e India.
- Las empresas gallegas mantienen sus procedimientos habituales para acceder a nuevos mercados: **apoyo de un socio local, investigación de mercado y asesoramiento en el mercado de destino.**
- **El potencial de crecimiento económico fue el factor, en destino, que en mayor grado propició el proceso de internacionalización.** Con respecto al año anterior, las cuestiones relacionadas con los trámites y la burocracia adquirieron una mayor relevancia.
- Los **seminarios informativos y la información *on line*** volvieron a ser los principales instrumentos de ayuda a las tareas de internacionalización de las empresas gallegas.

I. Introducción



El año 2010 estuvo caracterizado por la recuperación de la economía mundial, que avanzó, según el Fondo Monetario Internacional (FMI), un 5,1%, después de una contracción del -0,6% en 2009. En los primeros meses del año parecía que la «gran recesión» que acompañó a 2008 y 2009 había quedado definitivamente superada. Sin embargo, en los últimos meses de 2010 y especialmente durante 2011 la actividad económica en el mundo se fue deteriorando, debido a la incapacidad para superar algunos de los problemas generados a raíz de la *crisis subprime* en los EE.UU., al agravamiento de la crisis europea de deuda soberana y al menor crecimiento económico en algunos países emergentes. En este contexto se prevé que la economía mundial haya desacelerado su crecimiento hasta el 4% en 2011, y que las principales economías desarrolladas hayan retornado a tasas de crecimiento exiguas, inferiores al 1,5%, lo que aleja la posibilidad de una recuperación y nos sumerge de lleno en un escenario de recaída de la economía mundial (*double dip*).

Con el objetivo de reactivar la actividad económica, y especialmente reducir la tasa de paro, EE.UU. llevó a cabo una segunda ronda de flexibilización monetaria en 2010, conocida con el nombre de *Quantitative Easing* (QE 2), consistente en la compra de bonos del Tesoro americano por un valor de 600.000 millones de dólares. Dicha medida expansiva funcionó a corto plazo y logró que la economía se recuperase del período recesivo que arrastraba de los dos ejercicios anteriores y creciese al 3% en 2010. Sin embargo, el estímulo no pareció ser suficiente para las necesidades de la economía norteamericana, a juzgar por la tasa de crecimiento esperada para 2011, que descendió hasta el 1,5%. A lo largo de 2011 se ha evidenciado el escaso margen de maniobra de las autoridades económicas estadounidenses, dado que la FED mantiene los tipos de interés en el 0%, que EE.UU. es una economía altamente endeudada (10% de déficit público y 100% de deuda pública sobre PIB), y que el Partido Republicano, con mayoría en el Senado, se opone a nuevas medidas expansivas. Pese a ello, la economía norteamericana ha ido recuperando su actividad económica en 2011 y avanzó hasta el 2,5% anualizado en el tercer trimestre, desde un 1,3% a mitad de año.

En la UE, la crisis de deuda soberana en la Eurozona se agravó durante 2010, al igual que durante todo 2011. Cada nuevo tramo de ayuda que la UE y el FMI tuvieron que aprobar para Grecia generó una convulsión en toda la Eurozona, por temor a que el país heleno no recibiera apoyos internos para realizar los recortes del sector público a los que está condicionada la ayuda. De no aprobarse alguno de estos tramos, Grecia no obtendría las ayudas y se declararía en quiebra, lo que llevaría a la banca

francesa y alemana, principales tenedores de deuda pública griega, a asumir grandes pérdidas. La complicada situación griega provocó la destitución del primer ministro Giorgos Papandreu y la asunción del poder por parte de Lukas Papadimos, Ex Vicepresidente del Banco Central Europeo (BCE), en noviembre de 2011. Paralelamente, el problema griego ha puesto en riesgo la sostenibilidad de toda la Eurozona por la vía de contagio a economías centrales altamente endeudadas como es el caso de España o Italia. Esta última ha venido a sumarse en 2011 al grupo de países con problemas de deuda soberana, y la percepción por parte de los mercados tanto de la escasez de reformas como de falta de control sobre las cuentas públicas, llevaron a la prima de riesgo sobre el bund alemán a los 500 puntos básicos en el tercer trimestre de 2011. El hecho de que la rentabilidad del bono italiano a 10 años se situase en un nivel en el cual tanto Portugal como Irlanda fuesen intervenidas, desembocó en una fuerte presión interna y externa para que Silvio Berlusconi abandonase el poder en el mes de noviembre de 2011. Finalmente, Il Cavaliere dejó el Gobierno italiano y fue sustituido por Mario Monti, que cuenta con una dilatada trayectoria en diferentes cargos en el seno de la UE.

La mayoría de los analistas coinciden en señalar que el problema griego ha pasado a convertirse no solamente en un problema económico sino también político, ya que la ausencia de medidas decididas por parte de los principales líderes europeos ha empeorado la situación. La canciller alemana Angela Merkel, al frente de la primera economía europea y la única con capacidad para destinar fondos suficientes a los países afectados por la crisis, no ha sido capaz ni en 2010 ni en 2011 de poner en práctica las soluciones planteadas al problema de la deuda soberana. Esta parálisis política ha propiciado un incremento de las dudas de los mercados sobre la solidez del proyecto político europeo, hecho que ha incrementado la prima de riesgo de los países altamente endeudados, hundido las bolsas europeas y provocado la caída de varios gobiernos.

En octubre de 2011, los líderes de la UE acordaron un paquete de medidas para estabilizar la economía europea, basado en la quita del 50% de la deuda griega por parte de los acreedores privados, la ampliación del FEEF¹ y la obligación de que los bancos eleven su capital básico al 9% antes de junio de 2012. Estas medidas no parecen haber dado resultados a la vista del incremento de las presiones sobre los países periféricos europeos, tal y como refleja la evolución de la prima de riesgo y los CDSs, y que han provocado, como ya se ha comentado, la caída y sustitución de Papandreu y Berlusconi por gobiernos de carácter más técnico en noviembre de 2011. Por otro lado, a finales de ese mismo año, el italiano Mario Draghi relevó a Jean Claude Trichet como máximo responsable del BCE, y comenzó su mandato bajando los tipos de interés de referencia un 0,25% en sus primeras dos intervenciones, enviando un mensaje de que la autoridad monetaria de la Eurozona comenzará a preocuparse por el crecimiento y no solo por la estabilidad de precios.

¹ Fondo Europeo de Estabilidad Financiera.

En definitiva, la ausencia de una posición común así como la escasa determinación con la que se están planteando asuntos capitales tales como la construcción de un Tesoro único, la armonización de las políticas fiscales o las diferencias en productividad y competitividad de las economías de los diferentes países miembros, arrojan sombras sobre el futuro del proyecto europeo. Tanto la UE como la Eurozona registraron un crecimiento económico de 1,8% en 2010, y en las últimas previsiones comunitarias de otoño de 2011, la Comisión Europea reducía el crecimiento económico para 2012 en la UE y la Eurozona a tan solo el 0,5%.

Las economías emergentes fueron las principales impulsoras del crecimiento mundial en 2010, avanzando más de un 7%, el doble que en el año anterior. El comportamiento exportador, la inversión exterior recibida y el consumo interno fueron los artífices de este crecimiento. Además,

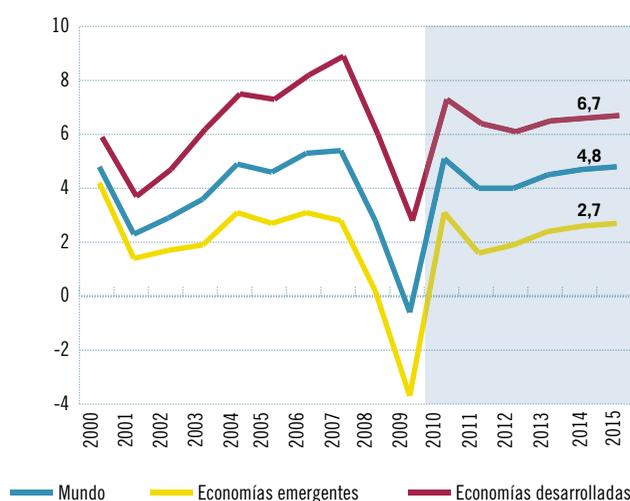
en un entorno de marcada aversión al riesgo, estos países han continuado captando capital e inversión, al contrario de lo que había ocurrido en pasadas crisis económicas mundiales. Pese a ello, el desempeño económico de las grandes economías no se encuentra exento de riesgos, si bien de una magnitud mucho menor que en las economías avanzadas. Países como China, Brasil o Rusia se pueden ver afectados por una caída de precios en las materias primas, que constituyen gran parte de sus ingresos fiscales. Paralelamente, existe un notable riesgo de burbujas, principalmente en el sector inmobiliario, que está creciendo exponencialmente en ciudades como Shanghai o Sao Paulo.

Además, cabe recordar que una desaceleración de la demanda en los países desarrollados afectaría gravemente a las exportaciones de las economías emergentes, que tienen en

los países ricos a sus principales clientes. Por todo ello, se estima que este grupo de economías reduciría su crecimiento desde el 7,3% en 2010 hasta el 6,4% en 2011. Estas previsiones parecen confirmarse a la luz de la ralentización en el crecimiento económico interanual de los principales países emergentes (China 9,5%, Brasil 3,1%, India 7,7%, México 3,3% y Rusia 3,4%), si bien este hecho, unido a una moderación en el precio de las materias primas, han atenuado hasta el momento las presiones inflacionistas y prolongado el margen para políticas monetarias laxas.

En el *World Economic Outlook* (WEO) publicado por el FMI en septiembre de 2011, su economista jefe, Olivier Blanchard, señalaba la necesidad de un reequilibrio de la economía mundial en dos aspectos. El primero sería que el sector priva-

G.1 Crecimiento del PIB en el mundo (%)

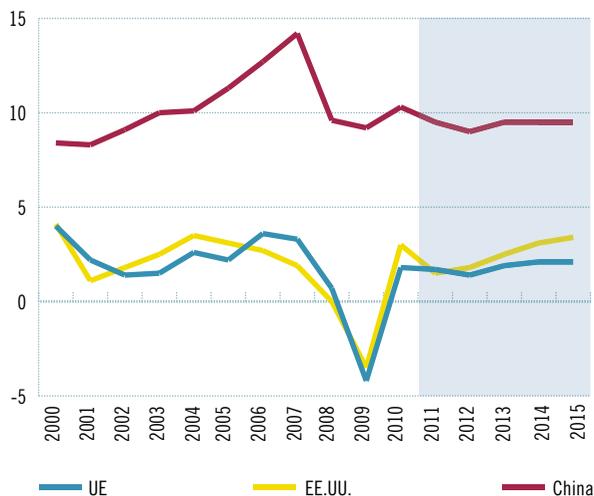


Nota: Los datos a partir de 2009 corresponden a previsiones.
Fuente: *World Economic Outlook*, FMI.

do tome el relevo del sector público como motor de crecimiento económico. En este sentido se recoge la importancia de encontrar el equilibrio entre estimular la economía por la vía del gasto público y la sostenibilidad del volumen de deuda pública en el medio plazo. Igualmente, con el ánimo de reactivar la actividad en el sector privado, se anima a recapitalizar el sistema financiero, especialmente en las grandes economías de la Eurozona, recurriendo en su caso al BCE, que ya lleva meses de «barra libre» para préstamos a entidades financieras europeas, al margen de sus compras puntuales de deuda pública española e italiana. Un segundo aspecto sería el reequilibrio desde la demanda externa hacia la demanda interna. Este último ámbito se refiere principalmente a la necesidad de apreciar el yuan para suavizar los fuertes desequilibrios externos existentes entre las dos grandes economías mundiales, y más en particular que los ahorradores chinos continúen financiando el consumo por encima del ahorro en EE.UU., y en menor medida en otras partes del mundo. Blanchard ha señalado la necesidad de que el ajuste fiscal, tanto en la UE como en EE.UU., se produzca a una velocidad ni demasiado rápida para que no dañe el crecimiento ni demasiado lenta para que no afecte a la credibilidad.

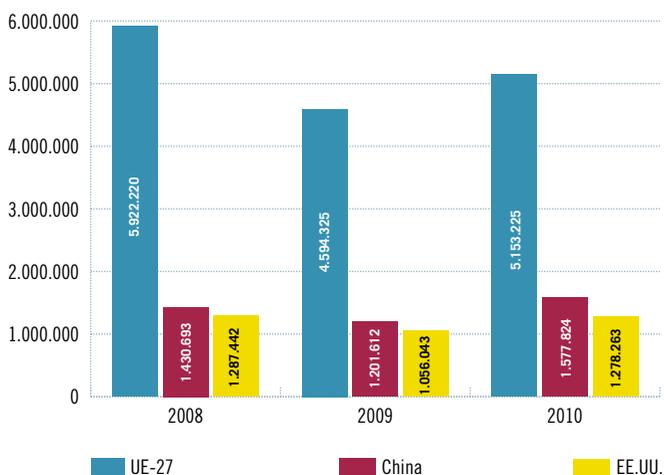
En 2010 la recuperación de la economía mundial incrementó un 14% el comercio mundial, el mayor incremento desde que comenzó la serie histórica en 1950 y que se produce después de la fuerte caída del 12% de 2009. La recuperación de la extensión de las largas cadenas de valor de los principales productos, que hacen que las mismas mercancías tengan que atravesar las fronteras en varias ocasiones, es uno de los principales factores explicativos que da la Organización Mundial del Comercio (OMC) para la recuperación del comercio de mercancías en 2010. Otros factores fueron el incremento en el precio de

G.2 Crecimiento del PIB por áreas geográficas (%)



Nota: Los datos a partir de 2009 corresponden a previsiones.
Fuente: *World Economic Outlook*, FMI.

G.3 Crecimiento de las exportaciones de mercancías por áreas geográficas. Millones de dólares



Fuente: Organización Mundial del Comercio.

las principales materias primas, así como la fuerte compra de *commodities* y venta de manufacturas de las economías asiáticas. China fue la economía en la que más se expandieron las exportaciones (28,5%), mientras que América Latina fue en la que más aumentaron las importaciones (23,5%). Las previsiones de crecimiento del comercio mundial realizadas por la OMC en septiembre de 2011 para el total del año eran de un 5,8%.

El volumen de Inversión Extranjera Directa (IED) en el mundo permaneció prácticamente estable en 2010 respecto a 2009, si bien cabe destacar el comportamiento dispar según las distintas regiones económicas. Las operaciones en la UE descendieron como resultado del estancamiento económico y de la elevada incertidumbre por causa de los problemas asociados a la deuda soberana europea. EE.UU., por el contrario, vio incrementada su inversión recibida en un 50%, y continuó siendo el primer destino de la IED mundial. Mención especial merecen los países emergentes, que por primera vez absorbieron más de la mitad de la inversión exterior en el mundo, situándose China, Brasil y Rusia entre los 10 primeros destinos de dicha inversión mundial. El origen de la inversión continuó estando altamente concentrado en los países avanzados, sedes de las mayores compañías mundiales, que concentraron un 71% de la inversión total. Sin embargo, esta tendencia histórica norte-sur en lo que a flujos de inversión se refiere, está siendo cada vez más contrarrestada por la creciente inversión de los países emergentes en el mundo, tanto a través de las SOEs,² como de fondos soberanos y otros grupos inversores, un fenómeno económico incipiente que se intensificará en los próximos años. En 2010, 6 de las 10 mayores operaciones de inversión tuvieron como protagonistas a países emergentes. En la primera mitad de 2011 la IED en el mundo avanzó un 2% respecto al semestre inmediatamente anterior, y las primeras estimaciones para la segunda mitad del año sugieren una desaceleración tanto de las operaciones de fusión y adquisición como de los proyectos *greenfield*.

Por lo que a la economía española se refiere, el PIB registró un descenso de un 0,1% en 2010, lo que supone una fuerte desaceleración de la contracción económica iniciada en el año 2009, en el que se había registrado una caída del PIB del 3,7%. La evolución de la actividad económica en 2010 vino a constatar que la economía española tocó fondo en 2009, y que a partir de entonces se ha venido recuperando de manera gradual y, en este sentido, cabe esperar que en 2011 retorne a tasas de variación del PIB moderadamente positivas. Las previsiones de crecimiento económico para 2011 se sitúan entre el 0,5% y el 0,9%, según diferentes servicios de estudios y organismos. Estas previsiones se sitúan por debajo del crecimiento estimado por el FMI para la Eurozona (1,6%), para el G-7 (1,3%), así como para el resto de economías avanzadas (3,6%).

Sobre estas previsiones se ha de tener en cuenta que a medida que avanzaba 2011 la economía española se ha ido debilitando, dejando atrás las expectativas de

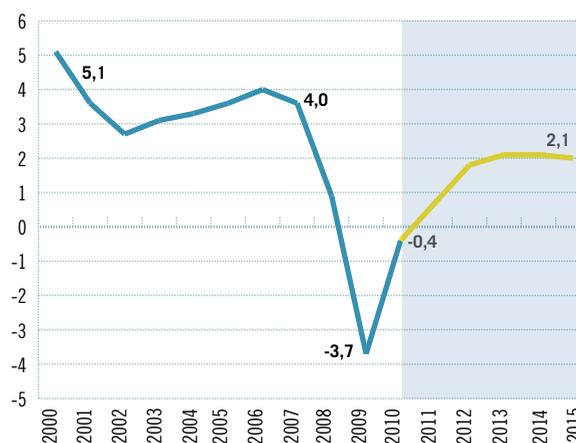
² SOEs: *State Owned Enterprises* (Empresas de Propiedad Estatal).

recuperación iniciadas en 2010. En el tercer trimestre del año la economía registró un 0% de avance con respecto al segundo trimestre, dejando el crecimiento interanual en el 0,8%. La última previsión para 2012 realizada en diciembre por Funcas, antes del cierre de este *Informe*, indicaba que la economía española volvería a caer en una recesión ya que la contracción del PIB sería del -0,5%.

Descomponiendo la demanda agregada observamos un comportamiento dispar entre la demanda interna y externa. En lo que a la primera se refiere, la FBCF y el gasto de las AA.PP. descendieron un 7,6% y un 0,7% respectivamente, mientras que el consumo de los hogares avanzó un 1,2%, siendo el comportamiento conjunto de la demanda interna de un -1,1%. Las familias y las empresas españolas continuaron sumidas en un lento proceso de reducción de las deudas contraídas en el período de bonanza, un ajuste de cuya duración depende en gran medida la recuperación del consumo, principal componente del PIB. El consumo del sector público español continuará contribuyendo de manera negativa al crecimiento económico, debido a los compromisos adquiridos por el ejecutivo con Bruselas respecto del déficit público que debería reducirse desde el 9,3% en 2010 hasta el 6% en 2011, el 4,4% en 2012 y el 3% en 2013. El grave deterioro del ciclo económico ha disparado los gastos y reducido los ingresos fiscales, ejerciendo una gran presión sobre las cuentas públicas. A esta presión ha venido a sumarse la mayor remuneración en las subastas de deuda pública del Tesoro, cuyos diferenciales respecto al bund alemán han llegado a situarse por encima de los 500 puntos básicos recientemente motivadas, en gran parte, por la crisis de otros países periféricos europeos. Cabe destacar que, con el ánimo de mostrar la determinación en el control de las cuentas públicas, España ha introducido en la Constitución una «regla de gasto» que impide incurrir en un déficit más allá del denominado estructural.

Por su parte, el sector exterior contribuyó de manera positiva al crecimiento económico en 2010, aumentando un 13,6% anual, y convirtiéndose en el principal motor de la economía española. Este comportamiento se explica, entre otras causas, por la recuperación del comercio mundial y por las ganancias de competitividad debidas a la contención salarial. A este respecto cabe señalar que la remuneración por asalariado en el sector privado avanzó un 1,4%, frente a un 2,3% el año anterior. Las ventas al exterior han demostrado ser uno de los principales motores de una economía española, excesivamente endeudada, y resulta particularmente destacable que las

G.4 Crecimiento del PIB en España (%)

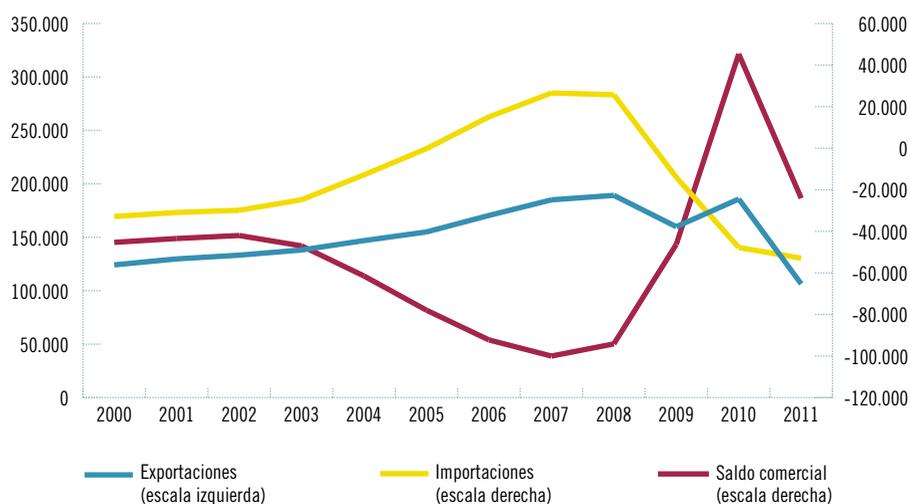


Nota: Los datos a partir de 2010 corresponden a previsiones.
Fuente: FMI.

exportaciones a América Latina, Asia y países europeos no comunitarios avanzaron más de un 20% en 2010. En el primer semestre de 2011 las exportaciones españolas aumentaron un 16,4%, contribuyendo a reducir el déficit comercial de manera significativa. Entre los destinos destacaron los países europeos no comunitarios, América Latina y América del Norte, con crecimientos del 33,9%, 26,9% y 21,6%, respectivamente. Los sectores que mejor se comportaron fueron la venta de bienes de equipo y la de automóviles.

G.5 Evolución de las exportaciones, importaciones y saldo comercial en España

Millones de euros



Fuente: Secretaría de Estado de Comercio.

Por el lado de la oferta, resulta destacable el avance de las ramas industriales en 2010 después de las caídas registradas en 2009. El VAB³ de la industria y energía avanzó un 1,3%, y todos los grandes sectores industriales crecieron, con la excepción de la producción de bienes de equipo. En cualquier caso, el nivel de producción es todavía un 20% inferior al del período precrisis. El VAB de la construcción siguió con su proceso de ajuste y registró un descenso por tercer año consecutivo, mientras que el VAB correspondiente a los servicios de mercado aumentó un 0,4%. Cabe destacar que estos últimos experimentaron descensos muy inferiores a los industriales durante la recesión y que, a finales de 2010, ya habían recuperado el nivel de 2007.

El mercado laboral español continuó su fuerte deterioro en 2010 y la tasa de paro alcanzó el 20,1% de la población activa, la cifra más alta de paro de la OCDE y de la UE, región económica en la que uno de cada tres personas en situación de paro es

³ Valor añadido bruto.

español. Desde que en 2008 comenzara la destrucción de empleo de manera masiva, gran parte en el sector constructor, la presión interna y externa para que el Ejecutivo emprendiese una reforma laboral ha sido enorme. En 2010 se introdujeron novedades respecto a las medidas tomadas en 2009, como la posibilidad de descuelgue del convenio colectivo en las relaciones empresa-trabajador (independientemente de lo pactado a nivel superior), y la incentivación a la contratación indefinida mediante la amplificación de causas por despido objetivo. La reforma, pensada para evitar la destrucción de empleo a gran escala en las fases recesivas del ciclo económico más que para crear empleo nuevo, no ha tenido hasta el momento el efecto deseado sobre el mercado de trabajo, y la tasa de paro en el tercer trimestre de 2011 fue del 21,5%.

El sector financiero ha continuado el proceso de ajuste y adaptación a un nuevo entorno económico, hecho que ha obligado a redimensionar su tamaño. Desde 2008, el número de sucursales en España se ha reducido un 13% y el personal empleado por el sector un 10%. Además, el 18 de febrero de 2011, el Real Decreto 2/2011 impulsó la recapitalización de las cajas de ahorro, exigiéndoles un core capital del 8%, y del 10% bajo determinados supuestos, hecho que impulsó la transformación de las cajas de ahorro en bancos, y aceleró un proceso de fusiones sin precedentes, que redujo el número total de cajas desde 45 a 15. Fruto de esta nueva regulación, en 2011 el 90% de los activos gestionados por las cajas habían sido transferidos a nuevos bancos comerciales cuyo principal accionista habían pasado a ser las propias cajas en algunos casos o el FROB,⁴ cuando estas últimas no alcanzasen los requerimientos de capital establecidos en la nueva normativa.

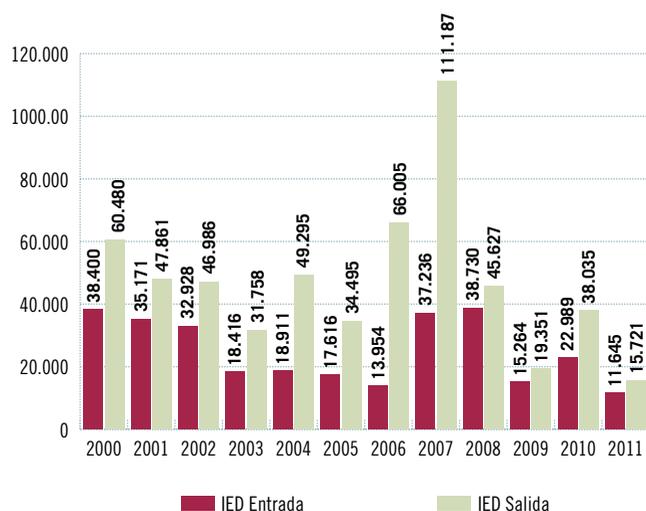
La productividad de la economía española, por su parte, avanzó un 2,3% en 2010, algo menos que el año anterior, y vino a confirmar el carácter contracíclico de esta variable en España. Este avance se debe, entre otros factores, a la salida del mercado laboral de trabajadores con menor cualificación y con contratos temporales y a la reducción en la contribución al PIB del sector constructor. La errática evolución de la productividad en España está relacionada con el escaso peso en el PIB de las actividades de elevado valor añadido y contenido tecnológico, así como con el menor tamaño de las empresas españolas frente a otros países avanzados, ya que la productividad de las grandes empresas españolas es similar a las norteamericanas o a las alemanas. El escaso crecimiento económico previsto para los próximos años, el elevado déficit público, la desorbitada tasa de paro, los activos inmobiliarios en los balances del sistema financiero y la escasa productividad de la economía española, llevaron a una escalada de la prima de riesgo a niveles en los que otras economías europeas habían sido intervenidas.

La Inversión Extranjera Directa (IED) recibida alcanzó los 23.000 millones de euros en 2010, lo que supone un crecimiento del 38% respecto a 2009, año en el que España experimentó uno de los mayores descensos de la serie histórica. La cuota española sobre el total mundial se situó en el 2%, y fuimos el décimo cuarto país que más IED

⁴ FROB: Fondo de Reestructuración Ordenada Bancaria.

recibió. El incremento de los flujos de inversión recibida vino a reflejar la recuperación en las operaciones de inversión —especialmente las de fusión y adquisición— en todo el mundo, fruto de los mayores beneficios empresariales y de la ligera reducción de la incertidumbre económica. En sentido inverso cabe destacar que la inversión española en el exterior alcanzó los 38.000 millones de euros, un crecimiento del 57% respecto a 2009, motivada por la apuesta de las grandes empresas españolas, especialmente Telefónica, Banco Santander y BBVA, por la compra de empresas establecidas en diversos mercados emergentes.

G.6 Inversión extranjera directa de entrada y salida en España. Millones de euros



Fuente: Registro de Inversiones.

La economía gallega, por su parte, avanzó un 0,1% en 2010, según el IGE, en comparación con la contracción del 0,1% para el conjunto de España, dando continuidad al comportamiento diferencial positivo respecto a la economía española, que había sido de 6 décimas en 2009. El ciclo económico gallego guarda una enorme correlación con el ciclo español, así como con las principales características de este. Por ese motivo, una gran parte de los comentarios realizados anteriormente para la economía española son aplicables a la gallega.

No obstante, la mayor concentración que en España de las ventas en el exterior de Galicia impide un mayor aprovechamiento de las mejoras en la recuperación de la demanda mundial. Por otro lado, el menor apalancamiento del sector privado en Galicia,

hecho que, unido a la menor incidencia de la tasa de paro, permite ser optimista de cara a una más pronta recuperación de la demanda interna respecto a la del conjunto del Estado.

Con todo, la previsión de crecimiento para 2011 en el proyecto de Presupuestos de 2012 de la Xunta de Galicia fue de un 0,8% y de un 1,1% para 2012, tasas ligeramente por debajo de la mayoría de las estimaciones sobre la media española. El INE cuantificó en un 0,6% interanual el crecimiento de la economía gallega entre enero y septiembre de 2011, si bien la variación en el tercer trimestre del año, con respecto al anterior, ha sido nula, al igual que en el resto de España. Esta evolución económica responde al agravamiento de los patrones comunes con España: debilidad de la demanda interna por excesivo endeudamiento, escasa inversión (por falta de financiación y por las negativas perspectivas), reducido gasto público por ajuste fiscal y crecimiento razonable de las ventas al exterior. Por el lado de la oferta nos encontramos con crecimientos interanuales para 2011 positivos en el sector primario y en los servicios, y un descenso de las ramas energéticas, industria y de la cons-

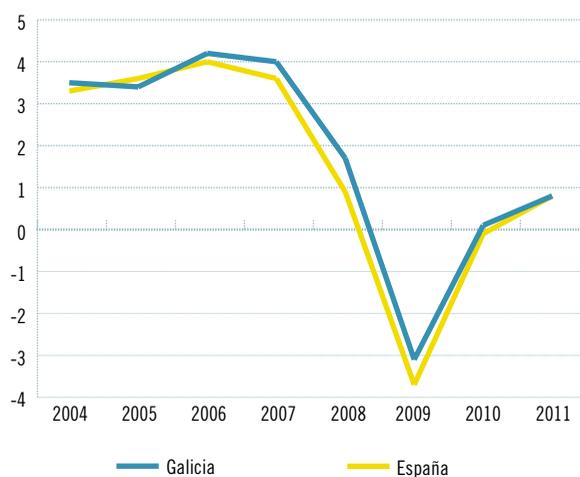
trucción. El mercado de trabajo, por su parte, se ha venido deteriorando a lo largo de todo 2011, lo que ha llevado a la economía gallega a una tasa de paro, en el tercer trimestre, del 17,2%, 4 puntos por debajo de la media española.

Si se descompone el PIB por el lado de la demanda, se aprecia que en 2010 la demanda interna registró una contracción de -1,9% mientras que la externa avanzó un 2%. El gasto público, como no podía ser de otro modo, continuó su proceso de desaceleración debido especialmente a la obligación de acelerar el ajuste fiscal por parte del Gobierno central, que presionó fuertemente a las CC.AA. para sumarse a dicho objetivo. La reducción del gasto público no fue suficiente para compensar la fuerte caída de los ingresos fiscales, y la Xunta cerró 2010 con un déficit presupuestario de 965 millones de euros. Con todo, el déficit público de Galicia equivale al 2,4% del total nacional, y Galicia fue una de las cinco CC.AA. que cumplió con el objetivo de estabilidad presupuestaria en 2010. Cabe afirmar que en este sentido presenta unas cuentas públicas algo más saneadas que otras CC.AA.

Las dificultades de financiación, el elevado endeudamiento empresarial, las malas perspectivas económicas, junto con el estancamiento de la actividad constructora, provocaron que la FBCF fuese el componente de la demanda agregada con un comportamiento más negativo, con una contracción del 6,2% en 2010. El consumo de los hogares, por su parte, cedió un 0,4%. En cualquier caso cabe destacar que, tanto la inversión como el consumo privado, han caído menos que en 2009, ejercicio en el que la actividad económica en Galicia, al igual que la española y la europea, tocó fondo.

El crecimiento del 2% de la demanda externa se debió al fuerte incremento de las exportaciones de bienes y servicios, que avanzaron un 7,1%, frente al aumento más moderado de las importaciones, un 2,4%. La caída de un 11% de la producción de turismos de la planta de PSA Citroën en Vigo en 2010 afectó negativamente a las exportaciones gallegas. No obstante, la mayor apertura al comercio de esta economía que la observada en el conjunto de España debería favorecer a una más pronta recuperación de la actual crisis. Sin embargo, la excesiva dependencia de las operaciones con Francia, principal socio comercial, supone una barrera al crecimiento por la vía de las exportaciones, en un contexto en el que la producción del primer artículo del comercio, los automóviles, está descendiendo. En este sentido y tal como hemos comentado en *Informes* anteriores, resulta no solo deseable sino urgente una mayor

G.7 Crecimiento del PIB en Galicia y España (%)



Fuente: IGE e INE.

relación comercial con las áreas económicas que presentan un mayor crecimiento de la demanda, como son Asia, América Latina, y, en menor medida, el África Subsahariana. Del mismo modo, en cuanto a los servicios, la excesiva concentración del sector turístico gallego en el mercado nacional, frente a otras CC.AA. en las cuales pesa más la llegada de turistas no nacionales, suponen un menor aprovechamiento de los posibles ciclos alcistas de la coyuntura económica europea y mundial.

Por el lado de la oferta, cabe destacar que en 2010 se registraron avances del sector primario (3,1%), de los productos energéticos (3,5%) y de los servicios (0,7%),

G.8 Crecimiento del PIB gallego por el lado de la oferta (%). Año 2010



Fuente: Consellería de Facenda, Xunta de Galicia.

tanto de mercado (0,7%) como de no mercado (0,6%), mientras que por el contrario los productos industriales decrecieron levemente (-0,5%), y la construcción, tal y como se ha indicado, continuó su proceso de ajuste (-5,8%). La evolución de las diferentes ramas económicas evidencia la recuperación de la economía gallega en 2010 respecto a 2009. Especialmente relevante fue la evolución de la industria, que pasó de una contracción del -13,7% en 2009 a un -0,5% en 2010.

En lo que a la actividad comercial se refiere, Galicia tuvo una evolución paralela a la española, registrando una notable contracción de las ventas y compras al exterior en 2009 y una expansión en 2010. Concretamente, las exportaciones avanzaron un 6,8% y las importaciones un 4,1%, gracias a la recuperación de las principales economías europeas, en el primer

caso, y por una mayor compra de bienes extranjeros frente a productos españoles en el segundo. Dicha tendencia ascendente del comercio gallego tuvo continuidad en el primer semestre de 2011, en el que las exportaciones, en términos nominales, se incrementaron un 28% en el primer trimestre y un 17% entre marzo y junio.

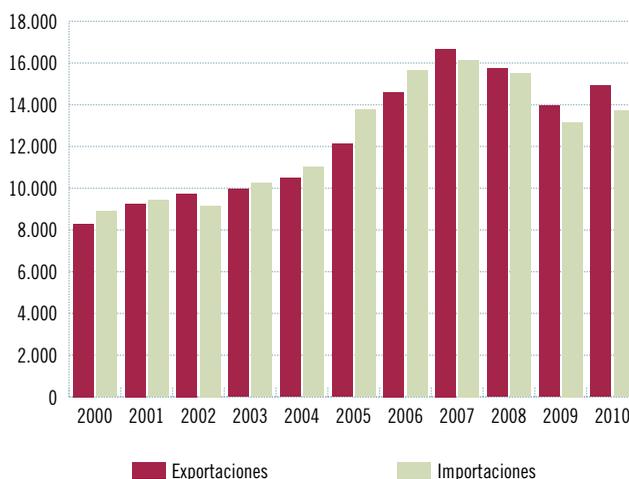
Las principales partidas arancelarias del comercio externo gallego se comportaron de manera positiva en 2010. Si bien las exportaciones se incrementaron sensiblemente en todas ellas, una excepción fue «Automóviles» que creció solamente un 1,1% en 2010, destacando una menor venta de turismos pero un mayor avance de los vehículos de transporte. Recordemos que esta actividad del sector de transporte concentra una parte importante de las exportaciones totales gallegas. En lo que al destino geográfico de las exportaciones se refiere, un 75% del total fue a parar a países de la UE, un porcentaje ligeramente inferior al del año anterior. Resulta destacable el incremento del 116% de las exportaciones hacia América del Sur (especialmente Brasil) debido a la venta de barcos. De igual modo, las cifras de comercio con China se duplicaron, debido a la fuerte demanda de productos pesqueros, pren-

das de vestir y deshechos del cobre, y las exportaciones a India aumentaron un 45%. Estos datos podrían estar indicando un mayor peso de los mercados emergentes en las exportaciones gallegas, tendencia que en cualquier caso tendrá que verse confirmada en los próximos ejercicios.

Después de que en 2009 la inversión exterior gallega se contrajese significativamente, en 2010 comenzó a recuperarse, avanzando un 22,2%, hasta los 810 millones de euros. Al margen de la leve recuperación de la coyuntura económica, este avance se debe principalmente al compromiso con la expansión internacional llevado a cabo por el grupo Inditex. La cuota de IED emitida por Galicia sobre el total español fue de un 1,9%, 8 décimas por debajo de su posición histórica. EE.UU. Francia e Italia fueron los tres principales destinos de esta inversión. En el primer semestre de 2011 se registró una inversión algo superior a los 250 millones de euros, por lo que, de no producirse alguna operación significativa, la inversión exterior gallega podría volver a caer en ese período.

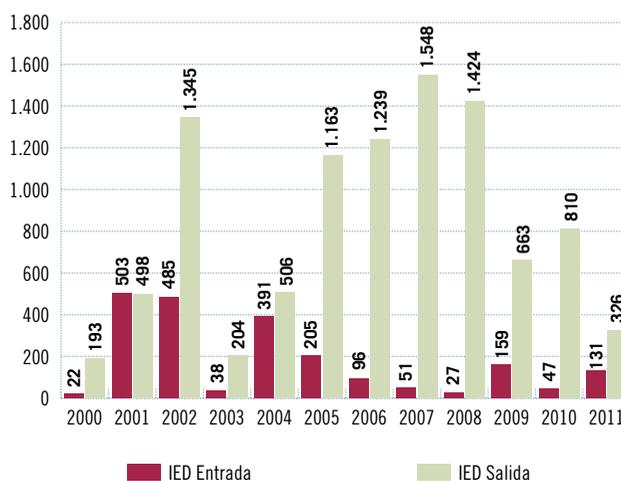
Al igual que en los años anteriores, Galicia siguió sin formar parte de los destinos más atractivos para la inversión exterior. Estos flujos se contrajeron un 70%, cayendo hasta los 47 millones de euros, lo que supone solamente un 0,2% de la IED captada por España en 2010, situándose como décima primera comunidad autónoma por inversión exterior recibida. Los principales inversores en Galicia fueron Portugal, Reino Unido y México, si bien cabe destacar que numerosos países emergentes realizaron modestas inversiones en nuestra comunidad. Estos territorios han sido China, Rusia, Bielorrusia, Brasil, Argentina y Uruguay. Los datos en el primer semestre de 2011 son muy positivos, alcanzando los 131 millones de euros, debido a dos operaciones, una de ellas llevada a cabo por el Reino Unido en una empresa del sector químico, y otra por parte del conglomerado industrial CITIC (China International Trust and Investment Company) en la porriñesa Gándara Censa.

G.9 Evolución de las exportaciones e importaciones gallegas. Millones de euros



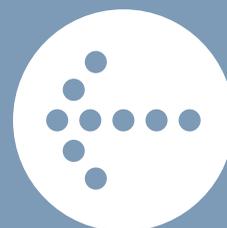
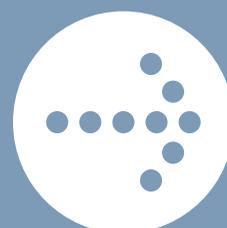
Fuente: Secretaría de Estado de Comercio.

G.10 IED de entrada y salida en Galicia. Millones de euros



Fuente: Registro de Inversiones.

II. Las relaciones comerciales con el extranjero en 2010 y el primer semestre de 2011



1. Situación del comercio mundial en 2010 con especial referencia a la UE

1.1. Evolución del comercio en el mundo en los últimos años

Tras un período de tasas elevadas de crecimiento, el comercio mundial se desaceleró bruscamente en 2008 (creció un 2,5% frente al 6,2% del año anterior) y en 2009 experimentó, en volumen, un descenso del 12%. Ese resultado tan negativo presagiaba un freno prolongado en las transacciones mundiales, lo que podría agudizarse si se reinstauraban políticas proteccionistas como mecanismo de defensa ante la crisis. Afortunadamente, los resultados conocidos de 2010 confirman el relanzamiento mundial de esta actividad en un contexto de aceleración del PIB y de la producción. En efecto, tras los resultados de 2010 (un crecimiento de las exportaciones mundiales de un 14% y un 3,5% de aumento del PIB) parecía que la crisis comercial había quedado atrás y el mundo recuperaba una senda de crecimiento estable. No obstante, una serie de acontecimientos han enturbiado esta posible trayectoria. La catástrofe ocurrida en marzo de 2011 en Japón (cuyo efecto sobre el comercio mundial parece que está siendo menor de lo que se aguardaba), la crisis de la deuda en países de la zona euro (en especial en Grecia) que no acaba de solucionarse, los problemas presupuestarios y crediticios de los EE.UU., son sucesos que, junto a otros, han ido minando las expectativas optimistas con las que comenzó el año.

No obstante, la previsión efectuada en septiembre de 2011 por la OMC sobre el crecimiento del comercio en ese año fue de un 5,8%, porcentaje que rebaja en 7 décimas la previsión inicial efectuada en abril, debido a la sucesión de acontecimientos en el mundo que no favorecían los intercambios y a la ralentización que experimentaban algunas economías, sobre todo las de la UE. Aun así, con estas previsiones se aguardaba un crecimiento significativo del comercio con una evolución asimétrica de los países más desarrollados frente a los restantes. La propia OMC aguardaba que el PIB de los primeros tan solo subiera en 2011 un 1,5% frente a un 5,9% de los segundos. Ello generaría una redistribución del comercio mundial con una desviación de los flujos hacia las economías menos desarrolladas, para las que se prevé un incremento de sus exportaciones de un 8,5%, porcentaje que contrasta con lo aguardado para los países más desarrollados, un 3,7%. No obstante, los resultados finales podrían ser inferiores ante la recaída que, en la segunda mitad de 2011, se está produciendo en la UE y la ralentización ya observada en el comercio de Alemania y Francia.

En este contexto, la economía española, no se ha recuperado de la crisis iniciada en 2008 y mientras mantuvo un elevado desempleo y un crecimiento del PIB muy bajo, sus flujos de comercio con el resto del mundo han retornado en 2010 a tasas positivas. Esta dinámica ha sido todavía más favorable en el primer semestre de 2011. Gracias a la vitalidad mostrada por el sector exterior, que no obstante creció por debajo de la media mundial, la economía española no permaneció en recesión. Este papel dinamizador del mercado externo, podría truncarse ante unas expectativas económicas internacionales más pesimistas y la caída, en los últimos meses, del comercio de los principales clientes y proveedores españoles que mayoritariamente pertenecen a la UE. En este escenario, la economía y el comercio externo gallego, mantuvieron, en este período, unas trayectorias similares a las españolas. Si bien el crecimiento del comercio no fue tan fuerte, en 2010 se produjo una recuperación de las transacciones de bienes con el extranjero (en términos monetarios las exportaciones crecieron un 6,8% y las importaciones un 4,1%) y el primer semestre de 2011 supuso una aceleración de ambos flujos pero, en especial, de las exportaciones (crecieron un 22,5% frente a las importaciones que lo hicieron al 7%).

C.1 Crecimiento del volumen de las exportaciones y la producción mundial de mercancías (TVI en %)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011*
Exportaciones mundiales de mercancías	8,3	6,2	2,5	-12,0	14,0	5,8
Productos agrícolas	6,2	5,0	2,5	-2,5	7,5	-
Combustibles y productos de las industrias extractivas	3,8	3,4	1,0	-5,5	5,5	-
Manufacturas	10,3	7,6	2,5	-15,0	18,0	-
Producción mundial de mercancías	4,1	1,6	1,0	-2,5	4,0	-
Agricultura	1,5	2,5	3,5	0,5	0,0	-
Industrias extractivas	1,0	0,1	1,5	-1,5	2,0	-
Industrias de manufacturas	5,3	1,7	0,0	-4,0	5,5	-
PIB mundial real	3,7	3,5	1,5	-2,5	3,5	2,5

* Estimaciones de la OMC de septiembre de 2011.
Fuente: OMC.

En 2010, el comercio mundial se incrementó notablemente en todos los sectores, incluso en aquellos en los que la producción permaneció estancada, como la agricultura o las industrias extractivas. Tras la aguda caída del comercio en 2009, la recuperación fue general e incidió positivamente en el conjunto de los productos que caracterizan al comercio gallego. Así, ante una demanda mundial, en la que predominan las manufacturas que incorporan tecnologías de gama alta y media-alta, la dinámica ha sido favorable para el conjunto de bienes, de tecnologías diversas, en los que Galicia está especializada. Es reseñable el incremento de casi un 30% en el grupo de productos de la industria del automóvil y del hierro y acero. También fue

C.2 Valor y evolución del comercio mundial de las manufacturas en las que Galicia está especializada. Miles de millones de dólares y porcentajes

	Valor 2010	%	2008	2009	2010
Combustibles	2.347,9	15,8	40,5	-36,8	29,7
Hierro y acero	420,8	2,8	22,4	-44,6	29,4
Productos de la industria del automóvil	1.092,0	7,4	3,5	-31,5	29,1
Textiles	250,7	1,7	4,6	-15,5	19,5
Prendas de vestir	351,5	2,4	5,1	-13,2	11,4

Fuente: OMC.

positiva, aunque su tasa de variación fue inferior, la evolución del comercio del grupo de productos de prendas de vestir, transacciones que con las del sector del transporte, la pesca, los combustibles minerales y la alimentación, son muy relevantes en la estructura del comercio gallego.

1.2. Comportamiento del comercio por regiones y países del mundo en 2010

Un crecimiento estimado del PIB mundial del 3,5% y de las transacciones comerciales de un 14% en 2010 pueden, a priori, ser los resultados de una evolución por países y territorios muy dispar. Pues bien, en 2009 la desaceleración del comercio mundial (caída de un 12% de las exportaciones) afectó, en un grado relativamente similar, a la práctica totalidad de las grandes áreas geográficas mundiales y la recuperación, experimentada en 2010, también tuvo ese carácter general, aunque las variaciones positivas fueron muy diversas. Así, el crecimiento de las exportaciones fue menor en América del Sur y Central (5,5%) y en una parte de los países de la antigua Unión Soviética (6%). El incremento en la UE ascendió al 11,5%, en un año en que la crisis y la deuda soberana ya acuciaban a varios de sus Estados miembros. En sentido contrario, el aumento de las exportaciones en el continente asiático, un 23%, superó ampliamente la media mundial (14%) y en ese territorio, los dos gigantes, China e India, se recuperaron de la profunda desaceleración de su comercio de 2009 si bien, en ese año, su PIB mantuvo un crecimiento notable (8,5% y 5,4% respectivamente). Las exportaciones mundiales de China crecieron en volumen en 2010 un 28,5% y las de India un 27,5%, porcentajes suficientemente ilustrativos sobre la dinámica seguida por ambos territorios en ese período. También, en 2010 fue muy dinámico el flujo exportador japonés (un 22%) porcentaje que en 2011 no será el mismo, a tenor del terremoto y el tsunami del pasado marzo. En Asia, de los grandes centros de exportación, solo Hong-Kong en China experimentó una variación negativa. Las economías de América del Norte también recuperaron su tono exportador,

de tal modo que el incremento logrado en 2010, un 15%, coincidió con el mismo porcentaje de descenso de este comercio en 2009.

En cuanto a la dinámica importadora, si bien la tasa de variación mundial ha de ser, lógicamente, similar a la de las exportaciones, los resultados por grandes áreas de comercio nos permiten evaluar la dinámica seguida por este flujo. Se observa, tras los resultados negativos de 2009, una recuperación generalizada en este tipo de comercio. Sobresale el incremento en la provisión de bienes por parte de América del Sur y Central, China y otras economías de reciente reindustrialización. El menor incremento correspondió a la UE.

En volumen, las exportaciones mundiales se incrementaron en 2010 un 14% y en términos monetarios (en dólares) lo hicieron un 21,7%. En la evolución de esta última tasa incidieron las variaciones de los precios y la estructura de los tipos de cambio. Este aumento se consiguió tras un 2009 excepcionalmente negativo. Al logro mundial de un incremento del 21,7% ha contribuido el valor de lo exportado por China que creció, en 2010, un 31,3%. Ello permitió a ese país consolidar y ampliar su posición de líder mundial que consiguió en 2009 tras sobrepasar a Alemania. China, absorbió en 2010 el 10,4% del total exportado y con esa ganancia de cuota conseguía ampliar la diferencia con EE.UU., país que en 2010 ocupó el segundo lugar sustituyendo en esa posición a Alemania, que tras ser líder mundial hasta 2008, pasó a situarse en el tercer lugar. Tras estos tres grandes, ya a una cierta distancia se situó Japón, país que

C.3 Variación del volumen del comercio mundial por áreas geográficas

	Exportaciones			Importaciones		
	2008	2009	2010	2008	2009	2010
América del Norte	2,1	-15,0	15,0	-2,4	-17,0	15,5
EE.UU.	5,8	-14,0	15,5	-3,7	-16,5	15,0
América del Sur y Central	0,8	-8,0	5,5	13,3	-16,5	23,5
Europa	0,0	-14,0	11,0	-0,6	-14,0	9,5
UE-27	-0,1	-14,5	11,5	-0,8	-14,0	9,5
Comunidad de Estados Independientes	2,2	-5,0	6,0	16,3	-28,0	18,5
Asia	5,5	-11,0	23,0	4,7	-7,0	17,5
China	8,6	-10,5	28,5	3,8	3,0	22,0
Hong Kong, China	-	-1,0	-16,5	-	-5,5	17,5
Japón	2,3	-6,0	22,0	-1,3	3,5	13,0
India	14,4	-25,0	27,5	17,3	-12,0	10,0
Economías de reciente industrialización	4,9	-7,5	20,0	3,5	-13,0	19,5
Australia	-	-4,5	12,5	-	-11,0	10,0
Todo el mundo	2,1	-12,0	14,0	2,2	-13,0	13,5

Fuente: OMC.

C.4 Principales exportadores e importadores mundiales de mercancías
 Año 2010. Miles de millones de dólares y porcentajes

Orden	Exportadores	Valor	Peso relativo	TVI (%)
1	China	1.578	10,4	31,3
2	EE.UU.	1.278	8,4	21,0
3	Alemania	1.269	8,3	13,3
4	Japón	770	5,1	32,6
5	Países Bajos	573	3,8	15,2
6	Francia	521	3,4	7,4
7	Corea, República de	466	3,1	28,3
8	Italia	448	2,9	10,0
9	Bélgica	412	2,7	11,5
10	Reino Unido	406	2,7	15,0
	Hong Kong, China	401	2,6	21,7
11	exportaciones locales	15	0,1	-11,9
	reexportaciones	386	2,5	23,5
12	Rusia, Federación de	400	2,6	31,9
13	Canadá	388	2,5	22,6
	Singapur	352	2,3	30,4
14	exportaciones locales	183	1,2	32,3
	reexportaciones	169	1,1	28,4
15	México	298	2,0	29,9
16	Taipei Chino	275	1,8	34,8
17	Arabia Saudita, Reino de	250	1,6	29,8
18	España	246	1,6	8,0
19	Emiratos Árabes Unidos	220	1,4	18,9
20	India	220	1,4	33,4
21	Australia	213	1,4	37,7
22	Brasil	202	1,3	32,0
23	Malasia	199	1,3	26,3
24	Suiza	195	1,3	13,3
25	Tailandia	195	1,3	28,1
26	Suecia	158	1,0	20,9
27	Indonesia	158	1,0	31,9
28	Polonia	156	1,0	14,1
29	Austria	152	1,0	11,2
30	República Checa	133	0,9	17,6
Total 30 territorios		13.284	87,2	
Todo el mundo		15.237	100,0	21,7

[Continúa]

C.4 Principales exportadores e importadores mundiales de mercancías

Año 2010. Miles de millones de dólares y porcentajes (continuación)

Orden	Importadores	Valor	Peso relativo	TVI (%)
1	EE.UU.	1.969	12,8	22,7
2	China	1.395	9,1	38,7
3	Alemania	1.067	6,9	15,2
4	Japón	694	4,5	25,7
5	Francia	606	3,9	8,1
6	Reino Unido	560	3,6	16,0
7	Países Bajos	517	3,4	16,6
8	Italia	484	3,1	16,6
9	Hong Kong, China	442	2,9	25,5
	importaciones definitivas	116	0,8	31,0
10	Corea, República de	425	2,8	31,6
11	Canadá	402	2,6	21,9
12	Bélgica	390	2,5	10,9
13	India	327	2,1	27,2
14	España	314	2,0	7,2
15	Singapur	311	2,0	26,4
	importaciones definitivas	142	0,9	24,2
16	México	311	2,0	28,6
17	Taipei Chino	251	1,6	44,1
18	Rusia, Federación	249	1,6	29,7
19	Australia	202	1,3	21,9
20	Brasil	192	1,2	43,2
21	Turquía	186	1,2	31,7
22	Tailandia	182	1,2	36,5
23	Suiza	176	1,1	13,2
24	Polonia	174	1,1	16,2
25	Malasia	165	1,1	33,0
26	Emiratos Árabes Unidos	160	1,0	6,7
27	Austria	159	1,0	11,0
28	Suecia	149	1,0	23,8
29	Indonesia	132	0,9	46,4
30	República Checa	126	0,8	20,2
	Total 30 territorios	12.973	84,2	
	Todo el mundo	15.402	100,0	21,1

Fuente: OMC.

en este período había sido, de entre los diez primeros, el que había experimentado un mayor incremento de sus exportaciones. En esta clasificación España, con un incremento, según la OMC, del 8% (13,7 puntos menos que el crecimiento medio mundial) ocupó el lugar decimoctavo, dos puestos menos que en 2009, lo que supone una pérdida de competitividad significativa. Galicia también estaría perdiendo posiciones en el contexto mundial ya que el valor de las exportaciones aumentó un 6,8% cifra que también sugiere una pérdida de competitividad en el escenario internacional. En los resultados de las exportaciones realizadas en 2010 por los principales países destaca que, en casi todos ellos, la tasa de incremento fue de dos dígitos. Solo hubo dos excepciones, Francia, cuyo incremento del 7,4% le permitió seguir ocupando el sexto lugar y España.

Si las importaciones mundiales aumentaron en 2010 un 13,5% en volumen tras la caída en 2009 de un 13%, en términos monetarios el incremento fue del 21,1%. Los cuatro primeros países exportadores fueron a su vez los más importantes importadores con la diferencia de que, en este caso, es EE.UU. quien lidera el *ranking* mundial a una cierta distancia de China y Alemania. Este último país en 2008 ocupaba la segunda posición y en 2009 pasó a China. EE.UU. es el principal receptor de bienes procedentes del extranjero aunque paulatinamente China va recortando posiciones. Así, en 2010 mientras el comercio hacia ese último país creció un 38,7%, hacia los EE.UU. lo hizo en un 22,7%. En este sentido y con una variación del 15,2%, la posición de Alemania va perdiendo peso (de absorber el 7,4% de las importaciones mundiales en 2009 pasó al 6,9% en 2010) si bien el valor de lo que compra es muy superior al de Japón, país que ocupa el cuarto lugar. En esta clasificación España ocupa el lugar decimocuarto con un incremento del 7,2%. Pierde un puesto con respecto a 2009 y dos con relación a 2008. Como ocurrió con las exportaciones, la tasa de variación de 2010 de la práctica totalidad de los principales países importadores fue positiva y de dos dígitos. En ninguno se observó una tasa negativa y solo crecieron a tasas de un dígito, Francia, Emiratos Árabes Unidos y España. En este contexto, la cifra gallega de un 4,1% refleja un menor dinamismo que el registrado en la mayor parte de las economías mundiales.

Como ya indicamos, las previsiones para 2011 apuntan hacia una desaceleración del comercio mundial (la OMC estimó un crecimiento en volumen del 5,8%) más acusado en los países con las economías más avanzadas que en los países de economías emergentes o en desarrollo. En todo caso y ante la dinámica que está mostrando, China seguirá liderando las exportaciones mundiales de mercancías.

1.3. El comercio intra y extra comunitario de la UE en 2009 y 2010. Análisis comparativo

En la Unión Europea, en términos monetarios, el comercio externo se incrementó en un 12,2% por el lado de las exportaciones y un 12,8% por el de las importaciones.

En ambos flujos este incremento fue inferior al alcanzado por la economía mundial. Ello se debe, sobre todo, al menor aumento observado en dos de sus principales economías, Francia y Alemania. En la UE, si bien el peso del comercio intracomunitario es muy elevado, en los resultados de 2010 se observa una mayor apertura de las exportaciones hacia Asia y América del Norte y hacia Asia en el caso de las importaciones. En el mercado extracomunitario, EE.UU. sigue siendo, con diferencia, el principal cliente mientras que China se consolida como el principal proveedor. Un lugar destacado lo ocupan Rusia y Suiza, mientras que en los últimos años se ha desarrollado el comercio con Turquía. Brasil es el principal referente de América del Sur y en el mercado asiático, además de China destacan India, Corea del Sur y Japón.

C.5 Comercio de mercancías de la UE-27 por origen y destino

Exportaciones					Importaciones				
Destino	Valor		TVI en %		Origen	Valor		TVI en %	
	2010		2009	2010		2010		2009	2010
	Millones de dólares	%				Millones de dólares	%		
Región					Región				
Mundo	5.153.222,8	100,0	-22	12	Mundo	5.356.032,1	100,0	-25	13
Europa	3.682.610,7	72,0	-23	10	Europa	3.641.279,6	68,0	-23	10
Asia	472.969,0	9,2	-13	23	Asia	747.846,0	14,0	-21	20
América del Norte	377.787,5	7,3	-23	13	América del Norte	264.048,8	4,9	-22	4
CEI	162.207,3	3,1	-39	22	CEI	261.920,1	4,9	-37	27
África	162.155,3	3,1	-14	10	África	175.551,7	3,3	-31	18
Oriente Medio	137.732,9	2,7	-18	8	América del Sur y Central	107.857,8	2,0	-30	19
América del Sur y Central	90.112,5	1,7	-23	31	Oriente Medio	94.482,7	1,8	-39	36
Economías					Economías				
UE-27	3.365.148,1	65,0	-23	10	UE-27	3.365.148,1	63,0	-23	10
EE.UU.	313.290,4	6,1	-23	11	China	372.382,8	7,0	-18	25
China	148.911,9	2,9	-1	31	EE.UU.	220.159,8	4,1	-20	2
Suiza	144.349,9	2,8	-14	14	Rusia	207.411,2	3,9	-34	27
Rusia	113.504,7	2,2	-41	26	Suiza	102.769,6	1,9	-12	9
Total de las 5 economías anteriores	4.085.205,0	79,0	-	-	Total de las 5 economías anteriores	4.267.871,4	80,0	-	-
Turquía	81.121,0	1,6	-23	32	Noruega	96.726,6	1,8	-32	10
Japón	56.912,6	1,1	-19	16	Japón	85.474,3	1,6	-28	8
Noruega	57.311,0	1,1	-18	7	Turquía	55.796,0	1,0	-25	11
India	44.968,5	0,9	-18	19	Corea del Sur	50.975,8	1,0	-23	14

[Continúa]

**C.5 Comercio de mercancías de la UE-27
por origen y destino (continuación)**

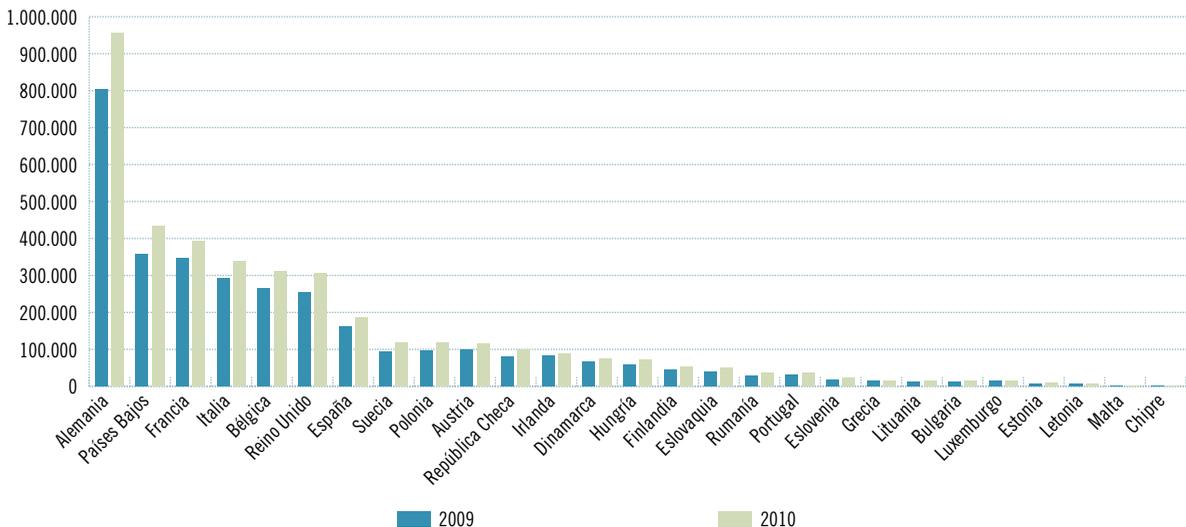
Destino	Exportaciones				Origen	Importaciones			
	Valor		TVI en %			Valor		TVI en %	
	2010		2009	2010		2010		2009	2010
	Millones de dólares	%				Millones de dólares	%		
Economías					Economías				
Brasil	40.676,0	0,8	-23	37	India	43.861,3	0,8	-18	24
Corea del Sur	36.725,4	0,7	-20	23	Brasil	42.708,5	0,8	-32	19
Emiratos Árabes Unidos	36.734,2	0,7	-25	5	Libia	38.092,0	0,7	-44	31
Hong Kong, China	35.358,0	0,7	-12	30	Taipei Chino	31.831,5	0,6	-30	29
Australia	34.860,4	0,7	-18	17	Argelia	27.689,5	0,5	-42	14
Canadá	35.249,1	0,7	-18	13	Malasia	27.203,1	0,5	-21	33
Singapur	31.553,1	0,6	-13	12	Canadá	26.584,6	0,5	-29	7
Arabia Saudita	30.499,9	0,6	-13	12	Costa de Marfil	25.727,4	0,5	-26	199
Sudáfrica	27.731,7	0,5	-25	27	Singapur	24.668,5	0,5	-15	22
México	27.917,2	0,5	-31	27	Sudáfrica	23.138,7	0,4	-36	12
Ucrania	22.980,3	0,4	-47	18	Tailandia	22.618,5	0,4	-23	14
Argelia	20.597,9	0,4	-9	0	Arabia Saudita	21.116,6	0,4	-50	30
Egipto	19.624,4	0,4	-6	11	Kazajstán	21.039,9	0,4	-43	39
Taipei Chino	19.369,9	0,4	-18	40	Nigeria	19.402,9	0,4	-37	34
Israel	19.183,9	0,4	-23	20	Irán	18.995,5	0,4	-44	45
-	19.010,8	0,4	-26	34	Indonesia	18.200,8	0,3	-18	12
Marruecos	18.064,3	0,4	-22	8	México	17.279,7	0,3	-31	24
San Vicente y las Granadinas	15.185,2	0,3	-41	25	Ucrania	15.108,2	0,3	-48	37
Irán	15.025,2	0,3	-13	3	Israel	14.732,4	0,3	-25	18
Malasia	14.700,8	0,3	-21	10	Hong Kong, China	13.980,7	0,3	-22	6
Túnez	14.677,5	0,3	-14	17	Australia	12.812,4	0,2	-31	15
Nigeria	14.231,1	0,3	-20	11	Azerbaiyán	12.943,5	0,2	-34	26
Croacia	13.696,2	0,3	-29	-9	Túnez	12.608,4	0,2	-21	14
Tailandia	13.065,1	0,3	-15	24	Vietnam	12.503,1	0,2	-14	15
Costa de Marfil	10.178,0	0,2	-2	66	Chile	12.472,2	0,2	-37	19
Serbia	9.844,1	0,2	-31	7	Argentina	12.368,0	0,2	-27	8
Argentina	9.805,3	0,2	-26	47	Qatar	10.316,0	0,2	4	131
Libia	8.954,2	0,2	4	2	Marruecos	10.244,3	0,2	-26	12
Bielorrusia	8.903,1	0,2	-26	28	Egipto	9.551,2	0,2	-29	11
Indonesia	8.447,6	0,2	-16	15	Iraq	9.470,0	0,2	-34	7
Chile	7.952,8	0,2	-16	26	Bangladesh	8.746,2	0,2	1	8
Total 40 territorios	4.966.320,6	96,0	-	-	Total 40 territorios	5.174.859,8	97,0	-	-

Fuente: OMC.

En 2010 el comercio se recuperó en la totalidad de los principales países en donde la UE compra o vende mercancías. De los cinco primeros estados destacó la aceleración del comercio con Rusia o China tanto en importaciones como en exportaciones. En cuanto al resto, entre los cuarenta países seleccionados, solo descendieron las exportaciones a Croacia y, por otra parte, en todos ellos aumentaron las importaciones.

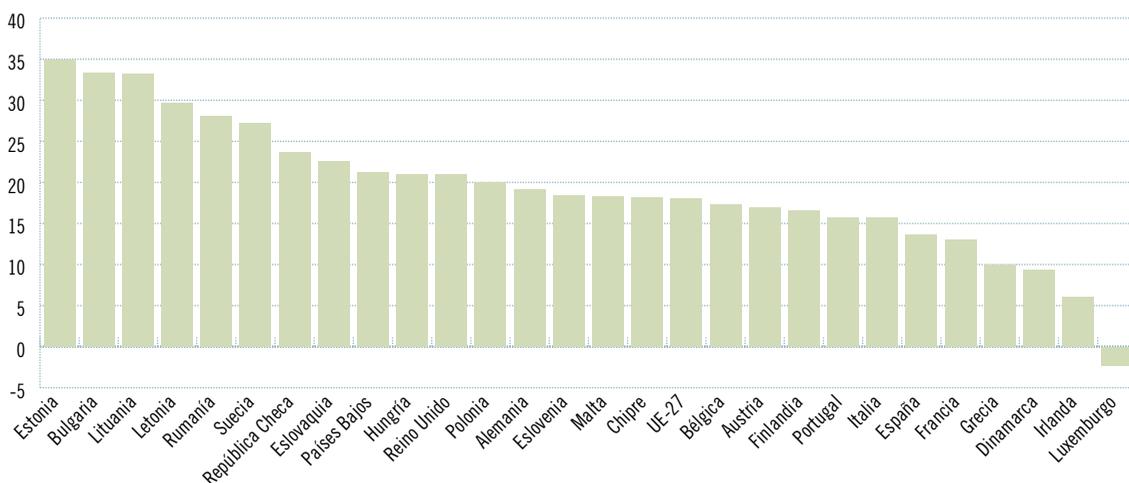
En cuanto a la evolución del comercio en 2010, en los 27 países de la UE, las estadísticas publicadas por Eurostat (con datos provisionales) indican que las exportaciones se incrementaron en términos monetarios (medidas en euros) un 18%, estimación superior a la efectuada por la OMC. Si en 2009 el valor de lo exportado descendió en todos los estados miembros, en 2010 tan solo Luxemburgo mostró una tasa de variación negativa. No obstante, la evolución del comercio ha sido muy dispar y no del todo acorde con la variación observada en el PIB. Tres repúblicas bálticas (Letonia, Estonia y Lituania) junto con Rumania y Bulgaria tuvieron las tasas de variación más elevadas. Las estadísticas indican que la mayor recuperación se produjo en los países que más recientemente se han incorporado a la UE y, sobre todo, los más orientales. Los resultados más negativos, o sea el menor incremento en las exportaciones, se produjeron en los países más acuciados por la crisis de sus deudas como Portugal, Grecia, Irlanda, España, Italia y además, en esta estadística tampoco obtuvieron buenos resultados Francia, Dinamarca y Luxemburgo. Alemania con un crecimiento de un 19,2%, incrementó en 2 décimas su peso relativo en las exportaciones de la UE, de tal modo que en 2010 de cada 4 euros exportados desde este territorio uno proviene del país teutón. La diferencia entre Alemania y los restantes estados es muy elevada. El segundo lugar, ocupado por los Países Bajos,

G.1 Valor de lo exportado por los países de la UE
Millones de euros

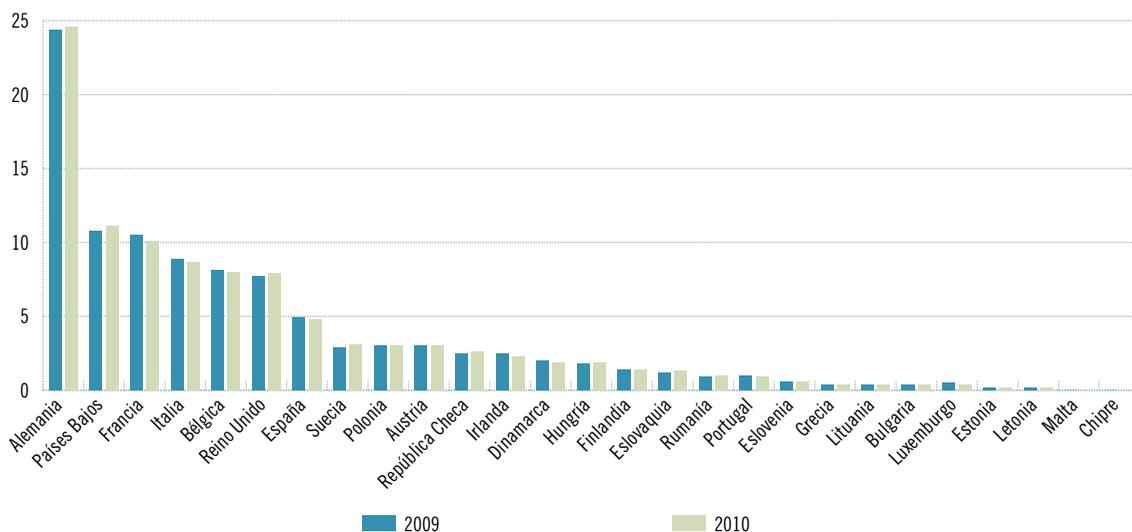


absorbió el 11,1% del total exportado y, si bien Francia mantuvo el tercer lugar, su peso relativo pasó del 10,5% al 10,1%, por lo que estas 4 décimas menos lo situarían en el país con un mayor descenso de este porcentaje. España, por su parte, mantuvo el séptimo lugar tras una bajada de una décima en su peso relativo, si bien, se ha de subrayar que la cuantía de sus exportaciones no alcanzó al 20% de las alemanas y equivalía al 47,2% de las francesas o al 54,9% de las italianas. Si se considera que el PIB español es el 54,4% del francés o el 67,6% del italiano, estos porcentajes pa-

G.2 Tasa de variación interanual (%) del valor de lo exportado por los países de la UE
Año 2010



G.3 Peso relativo (%) por países de las exportaciones de la UE



recen indicar que el proceso de internacionalización español podría ser más intenso. La tasa de crecimiento del valor monetario de las exportaciones gallegas en 2010, un 6,8%, en el contexto europeo solo fue superior a la de Irlanda y a la de Luxemburgo.

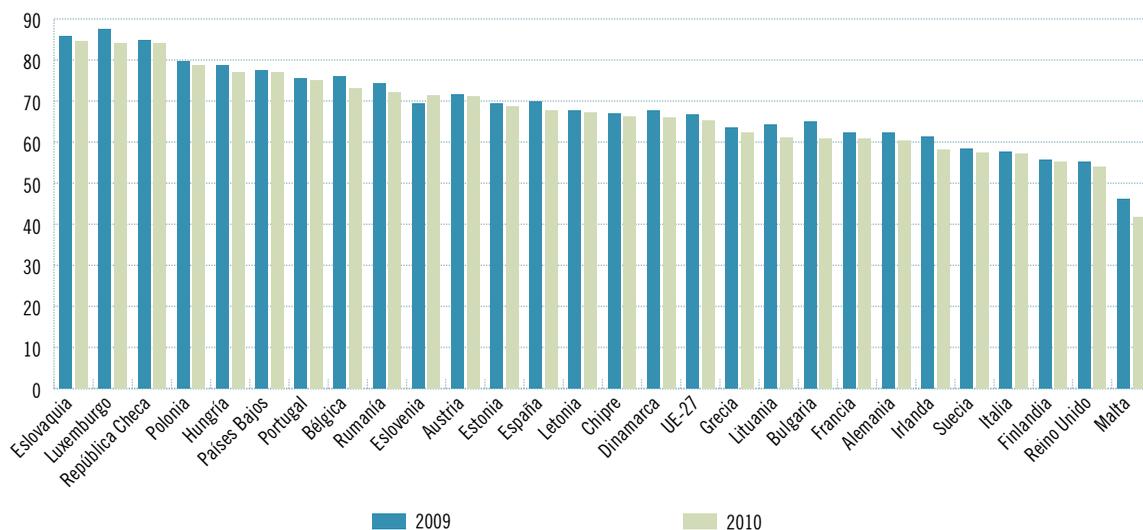
En lo referente a la evolución del peso relativo de los países a los que preferentemente se dirigen las exportaciones gallegas, ya se indicó que Francia perdió 4 décimas y Portugal, con un crecimiento del valor exportado de un 15,7%, prácticamente mantuvo el mismo peso que en 2009. Las exportaciones de este país apenas alcanzan el 1% de las efectuadas por los 27 estados.

Si bien el peso en todos los países de las exportaciones hacia los otros miembros de la UE es tradicionalmente muy elevado, cabe preguntarse como han evolucionado las transacciones intra y extra comunitarias. Según las estadísticas disponibles, el peso del comercio intracomunitario fue un 65,3% del total. Este porcentaje descendió en 1,4 puntos con respecto a 2009, por lo que el grado de apertura al resto del mundo ha aumentado. Como ya se comprobó en los dos *Informes* precedentes, este peso suele ser muy dispar, por lo que las diferencias son elevadas. Así, países como Eslovaquia, Luxemburgo o la República Checa venden más del 80% de sus productos (en valor) a los otros estados socios mientras que en Malta este porcentaje no alcanza el 50% e Irlanda, Suecia, Italia, Finlandia y el Reino Unido no superan el 60%.

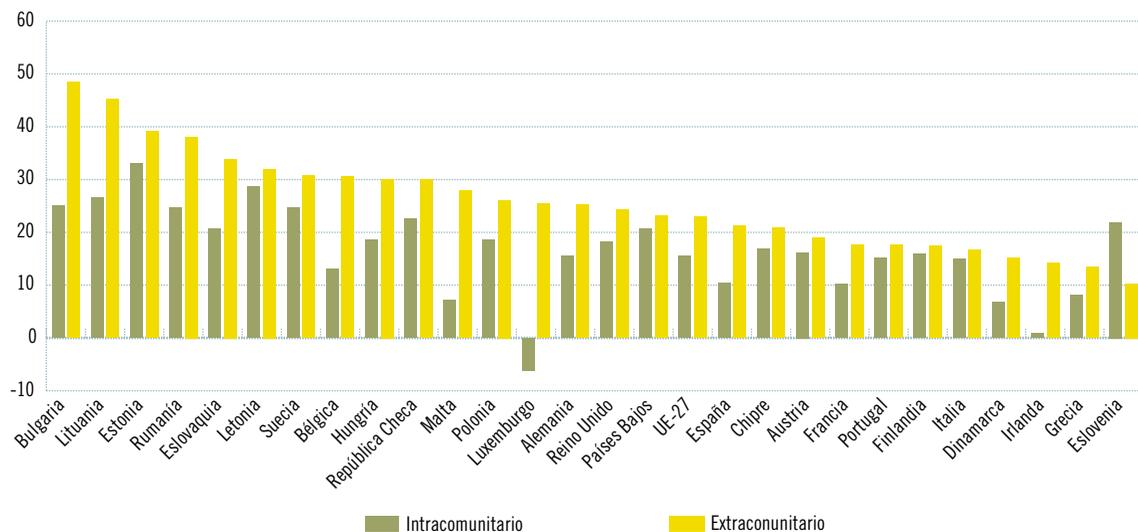
En 2009 fue Luxemburgo el país de la UE con un mayor peso de las exportaciones intracomunitarias y en 2010 este puesto lo ocupó Eslovaquia. Es significativo que en los primeros lugares de este *ranking* se sitúen países de la Europa del Este (República Checa, Polonia y Hungría). En el caso español, el porcentaje de las exportaciones intracomunitarias descendió 2 puntos y se situó en el 67,8%, por encima, pero relativamente próximo, al valor promedio (65,3%), porcentajes que dejan a España en un lugar intermedio de esta clasificación.

En 2010 se observó que en las exportaciones de todos los países de la UE, con la excepción de Eslovenia, el mercado extracomunitario fue notablemente más dinámico que el comunitario. La mayor parte de los países ampliaron más sus ventas en los restantes territorios que en la UE. En promedio, se observó que mientras las exportaciones extracomunitarias aumentaron un 22,9%, las intracomunitarias lo hicieron un 15,6%. Los casos más notables fueron los de Bulgaria y Lituania países con un incremento significativo en ambos territorios pero en los que las tasas de variación de las exportaciones extracomunitarias (48,5% y 45,2% respectivamente) casi duplicaron a las intracomunitarias. Cuatro países mantuvieron el dinamismo de sus exportaciones gracias al mercado externo a la UE. Son Luxemburgo, que como ya se ha indicado redujo las ventas en el mercado interior; Irlanda, en el que tan solo aumentaron un 0,8%; Dinamarca, con un crecimiento de un 6,7%, si bien los países de la UE mantienen un peso elevado en su comercio; y, finalmente, Malta, cuyas exportaciones están volcadas hacia mercados extracomunitarios. En cuanto a España, los resultados alcanzados están en consonancia con los de sus socios, con un mayor crecimiento de lo vendido en los mercados extracomunitarios y con unas tasas de variación muy próximas al promedio de la UE.

G.4 Peso (%) de las exportaciones intracomunitarias sobre el total en los países de la UE



G.5 Tasa de variación (%) del valor de lo exportado intra y extra comunitario Año 2010



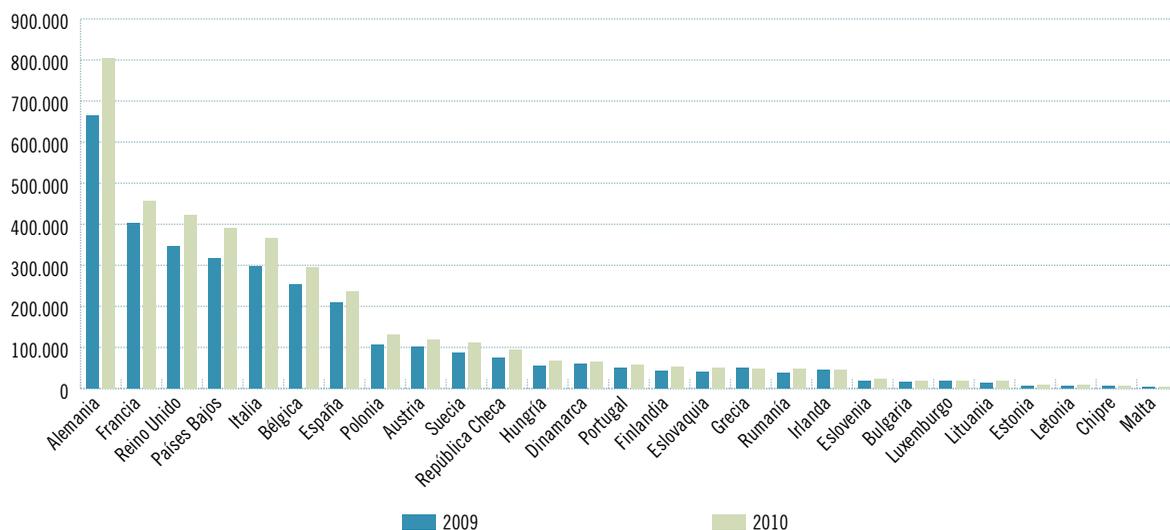
Si en 2009 la desaceleración del comercio de la UE se produjo de un modo similar en los dos flujos, en 2010 la recuperación del valor de las importaciones siguió una evolución casi paralela a la de las exportaciones. Según Eurostat, el valor de lo importado se incrementó un 18,9% y en todos los países, con la única excepción de Grecia, la tasa de variación fue positiva. Como en las exportaciones, las tres repúblicas bálticas (Estonia, Letonia y Lituania) ahora junto con Suecia, la República Checa

y Eslovaquia presentaron las tasas de variación de las importaciones más elevadas. Se confirma, por tanto, el mayor dinamismo del comercio en el noroeste de Europa, si bien resulta un tanto sorprendente el incremento de las importaciones de Letonia, un 24,5%, en un contexto de descenso de su PIB monetario en torno a un 3%. Los resultados más negativos de la compra de mercancías al extranjero se registraron en Grecia, país con una situación económica muy delicada. A ante la caída de la producción (las estimaciones del PIB griego predicen un descenso en términos monetarios del 1,9%) también se produjo un descenso de un 4,3 en el valor de lo importado con respecto a 2009. Por otro lado, también fue bajo el crecimiento de las importaciones en Malta, Luxemburgo e Irlanda. En este último país el crecimiento fue de un 0,7% ante unas previsiones de caída del PIB monetario del -2,9%. En cuanto a España, con un PIB que casi no varió con respecto a 2009, las importaciones aumentaron en un 12,8%, 6,1 puntos menos que la media comunitaria. En el contexto de la UE, el crecimiento de esta variable en Galicia de un 4,1% situaría a esta comunidad a la cola del *ranking* europeo ya que, como en las exportaciones, solo Luxemburgo, Irlanda y, en esta variable también Grecia, tuvieron una tasa de variación inferior.

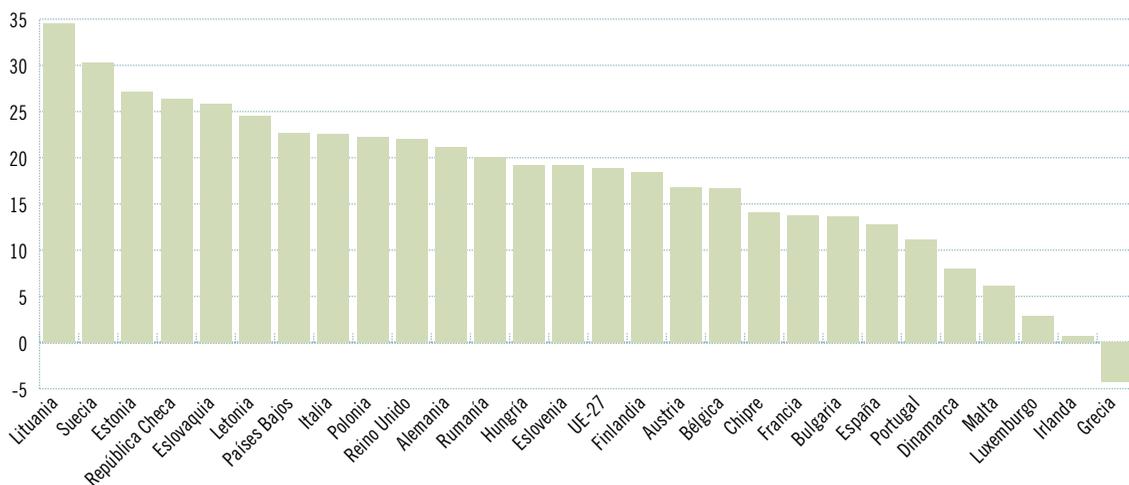
Alemania y Francia siguen absorbiendo la mayor parte de las importaciones que se efectúan por los países de la UE. En 2010, el crecimiento de las compras por parte de Alemania en un 21,2% elevó el peso relativo de este país que se situó en el 20,3%. El menor crecimiento de Francia, un 13,8%, redujo el peso del país gallo hasta el 11,5%, porcentaje próximo al alcanzado por el Reino Unido (10,7%). Un menor crecimiento de las importaciones españolas hizo que perdiese 3 décimas en el *ranking* europeo, si bien el 6% alcanzado mantiene a España en el séptimo lugar, todavía lejos del octavo país, Polonia, ya que su peso relativo fue de tan solo el 3,3%.

En 2010 y como también ya ocurría en años anteriores, la estructura por países del peso de las importaciones intracomunitarias sobre las extracomunitarias fue diferente a la de las exportaciones. En veinticuatro de los 27 países el peso relativo del comercio efectuado con aquellos que no pertenecen a la UE aumentó en ese ejercicio. Por otro lado, como es habitual, se observó un menor peso de las importaciones intracomunitarias en los Países Bajos, un 46,7% ante la cantidad de mercancías que adquiere procedente de fuera de la UE. Por el contrario, las exportaciones holandesas hacia los países comunitarios representaban el 77% del valor total. Esta diferencia se justifica por la labor de intermediación que realiza este país con una potente infraestructura portuaria. También, por debajo de la media comunitaria (un 62,1%, 1,7 puntos inferior al porcentaje de 2009), se situaron Bulgaria, España, Lituania, Italia, Reino Unido y Grecia, los mismos países que hace un año. En relación con España, si bien más adelante se profundizará en los cambios que en 2010 se produjeron en la geografía de su comercio, se registró una caída de 4,7 puntos en la tasa del comercio intracomunitario debido a la intensificación de las transacciones con China y con Rusia. En este descenso ha influido la subida en la factura de los combustibles minerales. En cuanto a la evolución del peso relativo del comercio intra y extra comunitario en aquellos países cuya dependencia con los restantes socios fue mayor, destaca el incremento de 9,6 puntos en el peso de las importaciones intracomunitarias.

G.6 Valor de lo importado por los países de la UE
Millones de euros

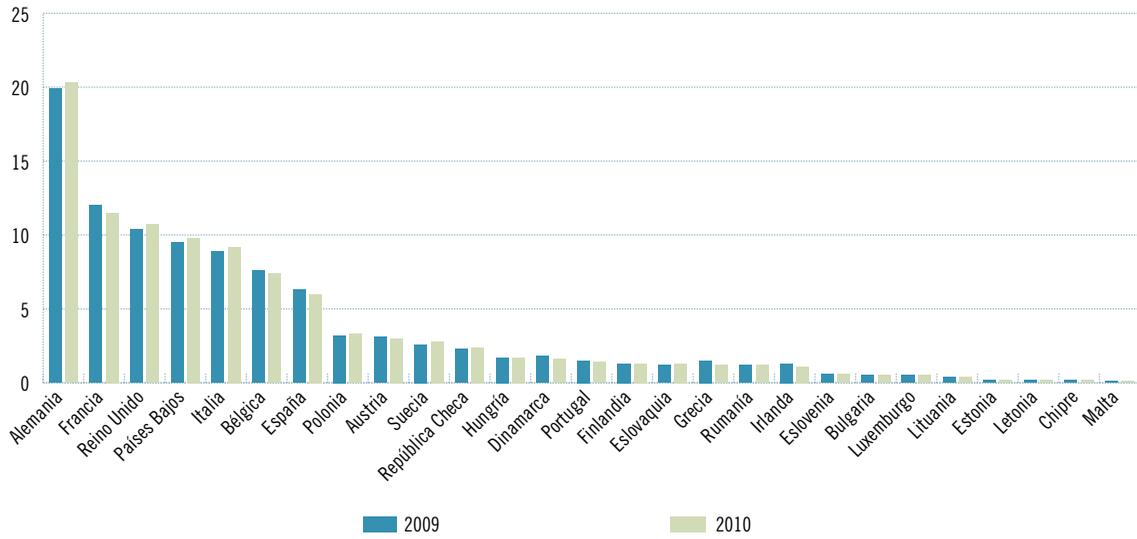


G.7 Tasa de variación (%) del valor de lo importado por los países de la UE

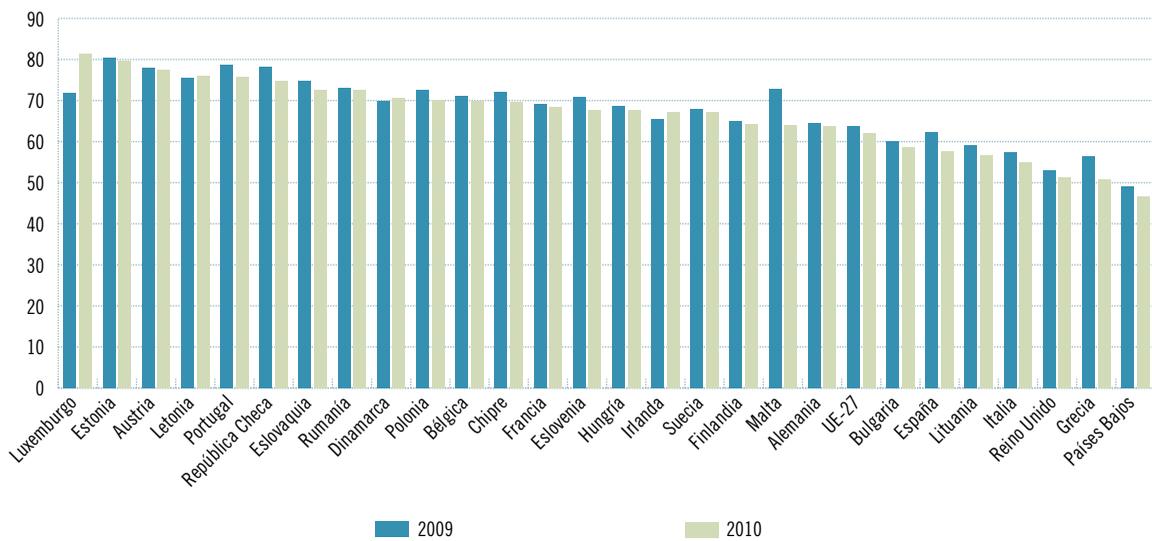


rias de Luxemburgo, país cuya evolución fue contraria a la de los restantes estados, salvo Irlanda en el que el peso intracomunitario subió 1,7 puntos y Letonia que lo hizo en 0,4 puntos. En este contexto, el peso en Galicia de las importaciones procedentes de los países de la UE (salvo lógicamente España) es del 53%, 8 puntos menos que hace un año, cifra solo superior a la de tres países comunitarios y que pone de manifiesto la importancia del mercado mundial en el comercio externo gallego, debido sobre todo a la compra fuera de la UE de combustibles minerales, prendas de vestir y productos de la pesca y sus derivados.

G.8 Peso relativo (%) por países de las importaciones de la UE

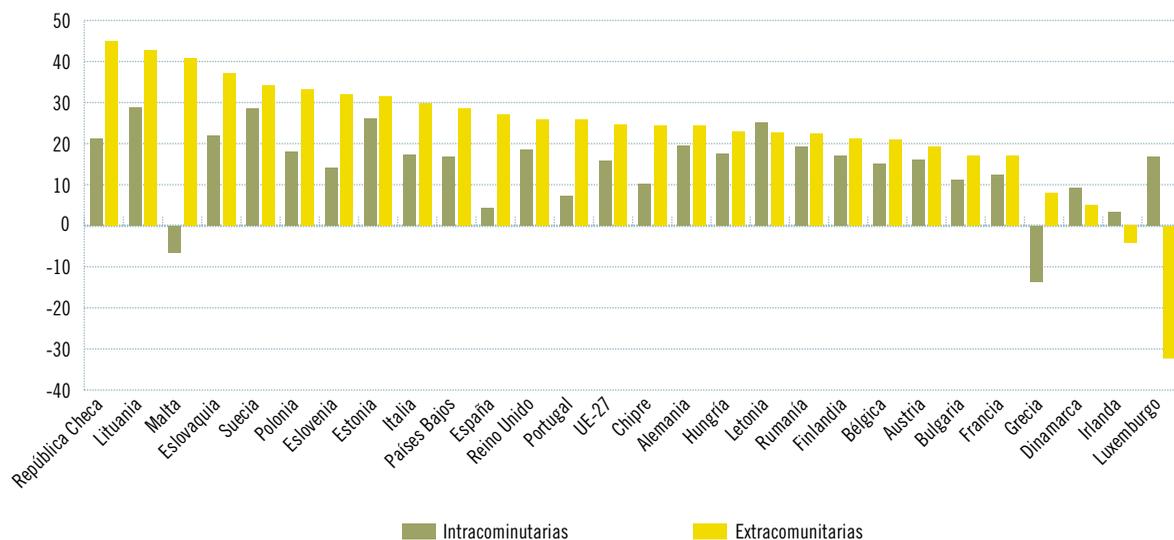


G.9 Peso (%) de las importaciones intracomunitarias sobre el total en los países de la UE

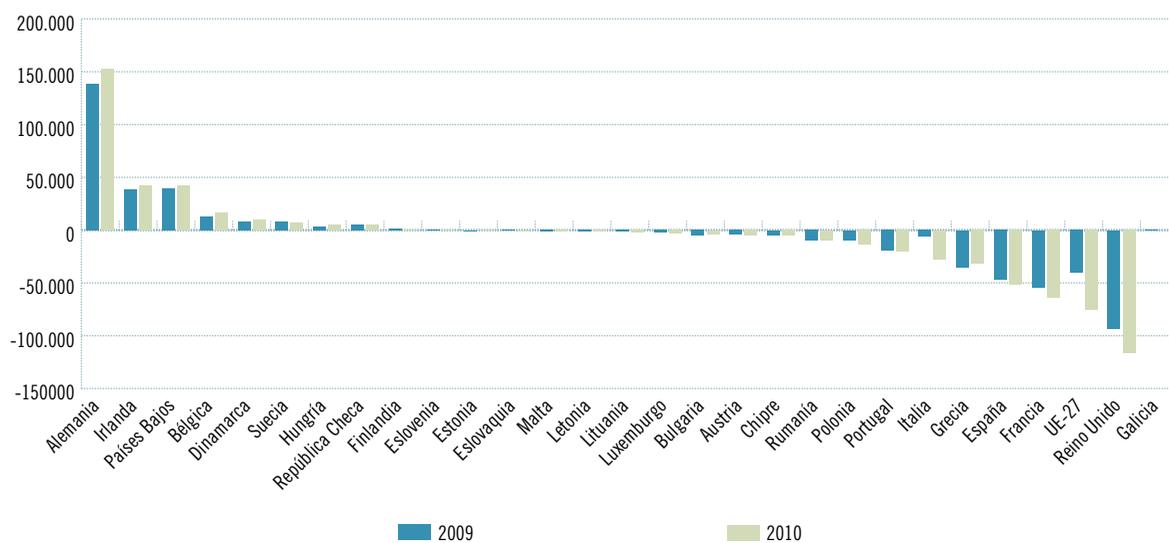


Por otro lado, en todos los estados salvo en cuatro, la tasa de variación en 2010 de las importaciones extracomunitarias superó a la intracomunitaria. La diferencia más acusada se observó en Malta, país que redujo sus compras en la UE un 6,6% y sin embargo incrementó en un 40,7% la procedente del exterior. Situación similar

G.10 Tasa de variación (%) del valor de lo importado intra y extra comunitario

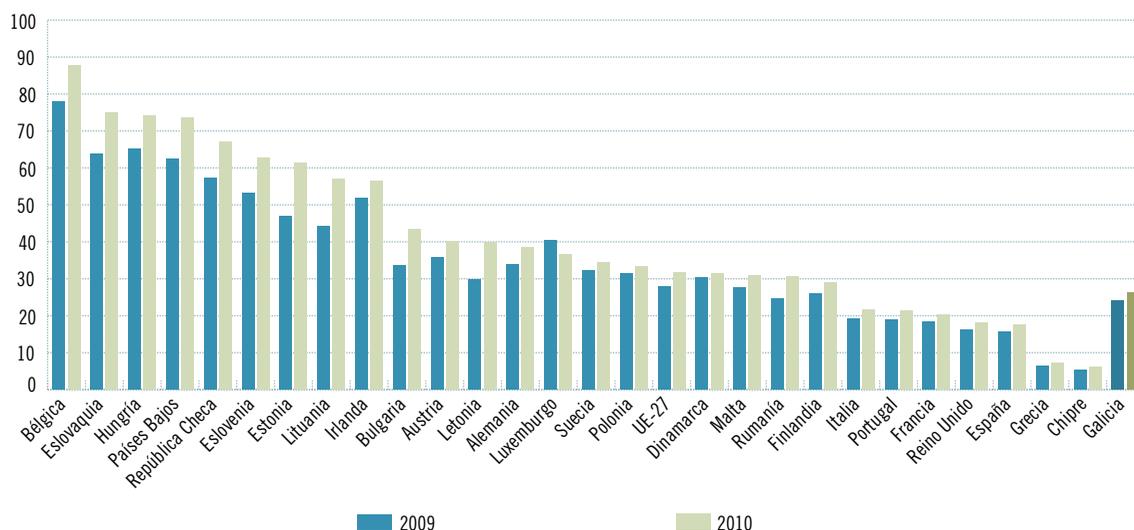


G.11 Saldo comercial en los países de la UE
Millones de euros



fué la de República Checa, si bien en este caso se produjo un incremento en ambos flujos del comercio (un 21,2% en las importaciones intracomunitarias y un 45% en las extracomunitarias). En tercer lugar, en el comercio de España también se observó una elevada diferencia al crecer tan solo un 4,2% las importaciones con el resto de

G.12 Grado de apertura de las economías de los países de la UE y Galicia

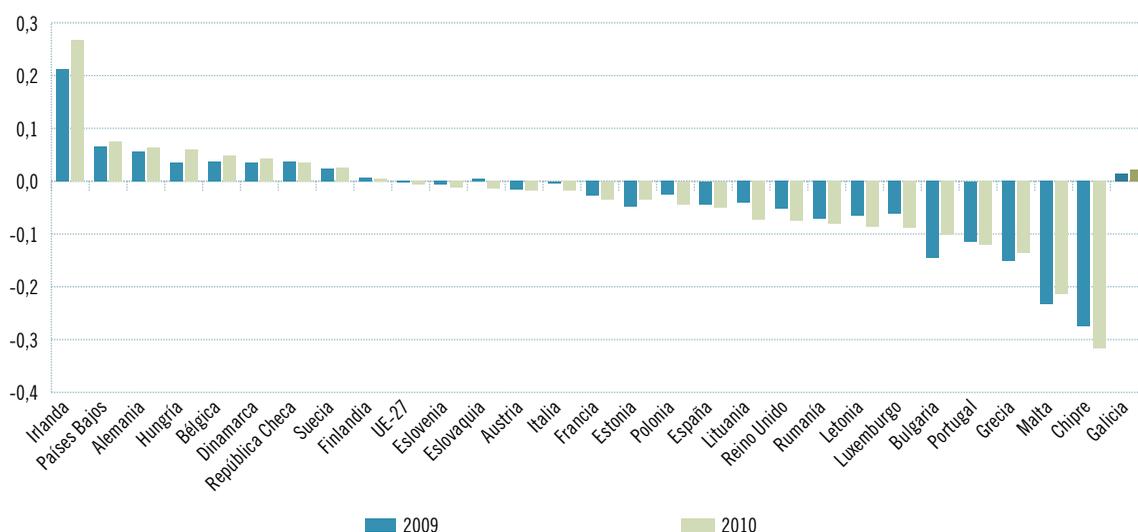


la UE y, sin embargo, aumentar un 27% las del exterior. Por el contrario, un mayor crecimiento de la tasa interna que de la externa se produjo en Luxemburgo, Irlanda, Dinamarca y Letonia.

El crecimiento en el conjunto de la UE de un 18% en el valor de lo exportado y de un 18,9% de lo importado, curiosamente ocasionó un incremento del déficit comercial que pasó de -40.055 millones de euros en 2009 a -75.793 millones en 2010. Un total de dieciocho países presentaron un saldo de su balanza comercial deficitario, frente a 9 que tuvieron un superávit. El incremento del saldo positivo de Alemania, país cuyo superávit alcanzó los 152.398 millones de euros, junto con los de los otros ocho países no contrarrestó los déficits de los restantes estados, siendo los más elevados los de España, Francia y, sobre todo, Reino Unido que en 2010 alcanzó un valor de 116.490 millones de euros. En el caso de Galicia, como en 2009, el saldo de la balanza comercial con el extranjero fue positivo, en concreto, 1.212,2 millones de euros.

Al igual que en el *Informe* de 2010, con el fin de poder comparar los saldos de las balanzas comerciales de los distintos países se utilizó como ponderador el PIB generado en 2009 y 2010. En el gráfico 12 se presentan los resultados en tanto por uno. Los índices ponen de manifiesto el elevado peso relativo del déficit en Bulgaria, Grecia, Portugal, Malta y Chipre, países que ya se citaban en 2009, con la salvedad de que el índice empeoró en Portugal y Chipre y mejoró en el resto. Por el contrario, el saldo positivo más elevado correspondió a Irlanda, que mejora con respecto a 2009, mientras que el índice no varía en los Países Bajos y Alemania. En cuanto a España se produjo un empeoramiento con respecto a 2009 ante el aumento del déficit de su balanza comercial y el estancamiento de su PIB, circunstancia contraria

G.13 Peso (%) del déficit o superávit de la balanza comercial en el PIB



a la de Galicia cuyo índice mejoró debido al incremento de 419 millones de euros de su superávit comercial.

Finalmente, si la caída en el comercio entre 2008 y 2009 motivó un menor grado en la apertura al exterior de las economías de los países de la UE y también de Galicia, en 2010 el resultado fue el contrario al crecer el comercio externo más de lo que lo hizo el PIB. El grado de apertura aumentó en todos los países con la única excepción de Luxemburgo. A priori, cabría intuir que cuanto más pequeño es un país mayor tendría que ser su apertura externa. No obstante, se observa como el valor de este índice en varios países comunitarios, relativamente pequeños, es bajo. Es el caso de Portugal, Chipre o Grecia cuyo coeficiente es inferior al promedio comunitario y además en Grecia se constata que el grado de apertura apenas si ha variado en este último año. La tasa de España se situó en el penúltimo lugar de este *ranking*, a pesar del papel que desempeñó el comercio externo en la variación positiva del PIB en 2010. La posición de Galicia está próxima a la de Portugal, con la particularidad de que en el caso gallego no se contempla una parte determinante de su comercio externo, el que mantiene con las restantes comunidades autónomas españolas. Las economías con un mayor grado de apertura en 2009, Bélgica, Eslovaquia, Hungría y Países Bajos todavía están más abiertas en 2010.

2. El comercio externo gallego en 2010 y en el primer semestre de 2011

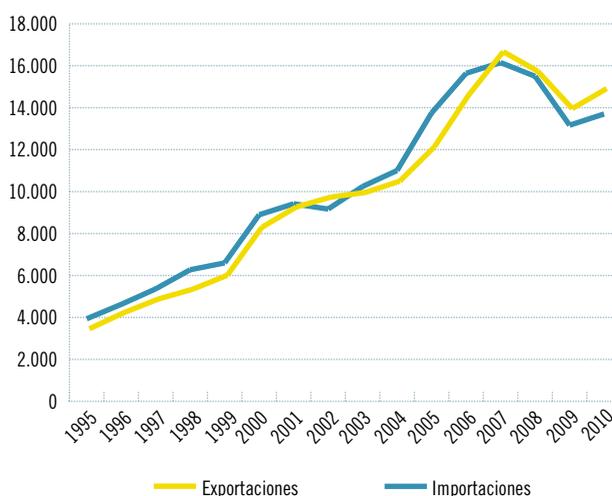
2.1. Rasgos básicos

En consonancia con lo observado en las economías española y mundial, el comercio gallego con el extranjero se desaceleró muy bruscamente en 2009. En ese año el valor de lo exportado descendió un 11,3% y lo importado lo hizo en un 15%, lo que supuso la mayor caída de los dos flujos en las últimas décadas. También, en sintonía con ambas economías, el comercio gallego en 2010 experimentó una recuperación (las exportaciones se incrementaron un 6,8% y las importaciones un 4,1%), aunque como ya se comprobó, menor que la aceleración observada en España y en el conjunto de las economías mundiales. El mayor aumento porcentual de las exportaciones que de las importaciones pone de manifiesto el positivo empuje de una demanda extranjera que poco a poco va recuperándose, si bien y no se observa el mismo empuje en la demanda procedente de Galicia como tampoco se aprecia en la del resto de España. Ciertamente, la recuperación en 2010 de las economías de nuestro entorno motivó un incremento de las exportaciones gallegas, aunque no llegó a alcanzar los valores obtenidos en 2007 y 2008. Por otro lado, a pesar de la atonía de la demanda interna, las importaciones crecieron no solo debido al elevado comercio interindustrial (se transforman bienes importados para posteriormente exportarlos) sino también por un cierto desvío del consumo de productos españoles hacia bienes extranjeros y por la evolución de los precios de determinados bienes, como los combustibles.

El mayor crecimiento de las exportaciones frente a las importaciones elevó el superávit de la balanza comercial. Su saldo alcanzó la cifra récord de 1.212,2 millones de euros. Es el cuarto año consecutivo en el que el signo de este saldo fue positivo, circunstancia que previsiblemente también se producirá en 2011. El valor de la tasa de cobertura fue del 108,8%, 2,8 puntos más alta que en 2009, aunque casi 20 puntos superior a la tasa de 2005 (88,2%).

La evolución del comercio externo gallego en 2010, contraria a la mayor parte de los restantes componentes de la demanda agregada, motivó un ligero repunte en el grado de apertura (la suma de las exportaciones e importaciones divididas por el PIB) de su economía. En efecto, al crecimiento de lo exportado e importado (un 6,8% y un 4,1% respectivamente) se contrapuso un incremento inferior (un 1,4% en

G.14 Evolución de las exportaciones e importaciones en Galicia. Millones de euros



términos interanuales) del PIB, por lo que el grado de apertura se situó en el 0,50, frente al valor de 0,48 en 2009. Este PIB representaba un 26,8% del total exportado y un 23,9% de lo importado. Esta evolución conllevó a un leve incremento de la base exportadora gallega, si bien el grado de apertura fue todavía inferior al contabilizado en el período 2005-2008. En particular, en el bienio 2006-2007 su valor fue de 0,58 y en esos años la cuantía de lo exportado rondaba el 30% del PIB nominal. Por tanto, las cifras de 2010 confirman una recuperación del mercado externo gallego pero los resultados son menores a los alcanzados en los momentos de mayor auge anteriores a la actual crisis.

C.6 Evolución del comercio externo gallego

Millones de euros

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Exportaciones	10.498,7	12.125,2	14.611,6	16.669,2	15.739,7	13.957,3	14.911,9
Importaciones	11.006,4	13.752,2	15.639,4	16.150,6	15.496,2	13.164,2	13.699,7
Saldo comercial	-507,6	-1.627,0	-1.027,8	518,6	243,5	793,1	1.212,2
Tasa de cobertura (%)	95,4	88,2	93,4	103,2	101,6	106,0	108,8
Grado de apertura	0,48	0,54	0,58	0,58	0,54	0,48	0,50

Fuente: DataComex, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio e IGE.

La recuperación del comercio ya había comenzado en los tres últimos meses de 2009. Tras las fuertes caídas observadas en los trimestres anteriores, en aquel período, gracias a la automoción, se registró un incremento del 8,8% en el valor de lo exportado y un 10,9% en lo importado. Desde entonces, las tasas de variación trimestral fueron, por lo general, positivas, aunque con una evolución irregular. El año 2010 arrancó con una aceleración de las exportaciones y una contención en las importaciones, lo que elevó el saldo comercial. Los mejores resultados se observaron en el segundo trimestre, momento en el que se produjo un sensible incremento en las importaciones. Las estadísticas del tercer trimestre reflejaban un nuevo retroceso en los dos flujos de comercio, evolución, meramente coyuntural, ya que en el cuarto trimestre se produjo una nueva aceleración. Por otro lado, los resultados del primer semestre de 2011 son mejores que los del mismo período de 2010, sobre todo los de las exportaciones. Se apreció un incremento del 28% en el primer trimestre y un 17,1% en el segundo, cifras que sugieren que, gracias al mercado externo, el PIB gallego en este período alcanzó una tasa de variación positiva. La sombra de una nueva desaceleración de la actividad en las economías de la zona euro (nuestros principales clientes) en la segunda mitad de 2011 no auguran de cara a los próximos períodos resultados tan positivos. Las importaciones también crecieron en el primer semestre de 2011 aunque no con tasas tan elevadas como las alcanzadas por las exportaciones. Esta variable fue muy volátil en 2010 y en el primer semestre de 2011.

En dos trimestres, las tasas de variación fueron negativas, en otros dos apenas si hubo crecimiento, mientras que en los dos trimestres restantes se superó el 10%.

La evolución del comercio en 2010 y en el primer semestre de 2011 por grandes grupos de bienes refleja, en un contexto de recuperación generalizada de la actividad, un peculiar comportamiento del automóvil, el producto más determinante del comercio externo gallego. Sus ventas se incrementaron en 2009, tras un 2008 de fuerte crisis y los resultados del primer trimestre de 2010 confirmaban esta recuperación. A partir de ese período, el escenario fue diferente. El sector se volvió a desacelerar bruscamente, de modo que las tasas de variación de los cuatro trimestres siguientes fueron negativas, si bien un crecimiento de un 40,9% en el segundo trimestre de

C.7 Evolución trimestral del comercio externo gallego

Miles de euros y TVI en %

	I T.10	II T.10	III T.10	IV T.10	2010	I T.11	II T.11
Exportaciones	3.577.306	3.710.719	3.551.212	4.072.681	14.911.918	4.580.009	4.344.986
Importaciones	3.161.418	3.430.780	3.319.355	3.788.143	13.699.696	3.537.824	3.515.883
Saldo comercial	415.888	279.939	231.857	284.538	1.212.222	1.042.184	829.102
Tasa de cobertura (%)	108,2	107,0	107,5	108,8	129,5	123,6	108,2
Exportaciones (TVI en %)	7,7	11,7	0,4	7,9	6,8	28,0	17,1
Alimentos	12,9	6,5	14,4	26,2	14,6	12,7	17,3
Productos energéticos	116,5	150,7	50,2	72,7	91,6	22,3	3,9
Materias primas	15,7	52,7	18,9	7,5	23,5	-3,6	-28,6
Semimanufacturas	-22,5	42,8	23,9	12,0	10,5	21,8	3,7
Bienes de equipo	5,3	108,3	0,3	44,8	34,5	98,6	12,0
Sector del automóvil	28,4	-31,0	-30,4	-4,5	-11,2	-9,5	40,9
Bienes de consumo duradero	0,4	-8,7	14,7	11,2	4,2	17,4	17,6
Manufacturas de consumo	-11,8	-3,3	13,2	14,2	3,6	13,4	18,3
Otras mercancías	-0,7	37,8	30,0	-85,0	-59,8	963,5	43,1
Importaciones (TVI en %)	-0,5	16,3	-1,4	3,3	4,1	11,9	2,5
Alimentos	-11,2	3,5	30,2	28,3	13,1	50,4	22,8
Productos energéticos	5,2	86,7	42,7	25,0	36,7	47,0	13,3
Materias primas	1,8	49,8	26,5	29,8	26,5	13,8	-15,6
Semimanufacturas	-28,2	29,0	16,1	20,8	6,7	15,7	-10,0
Bienes de equipo	-19,6	-21,2	-60,6	-33,2	-37,4	16,3	2,2
Sector del automóvil	57,4	-18,9	-33,6	-45,7	-17,3	-36,6	-9,8
Bienes de consumo duradero	0,7	-2,9	-20,0	-14,7	-9,5	-13,1	-3,9
Manufacturas de consumo	-11,2	8,8	8,6	21,9	6,6	15,5	-1,2
Otras mercancías	-39,7	-39,7	33,5	6.355,6	1.239,2	35,5	-4,5

Nota: Los datos del año 2011 son provisionales.

Fuente: DataComex, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

2011 parece sugerir una nueva recuperación. Aún a pesar de la volatilidad que mostró la demanda, la fábrica de Citroën en Vigo logró liderar la exportación y también la producción de coches en España. En cuanto a los restantes grupo de bienes, si bien como ya se indicó, se observa una evolución positiva en casi todos ellos, sobresale el crecimiento de los productos energéticos, grupo en el que se aprecia un creciente comercio intraindustrial. También, en un contexto de desaceleración de la actividad industrial manufacturera en Galicia, sobresale la evolución de los segmentos de bienes de equipo y de consumo. Los primeros solo representaban el 17,3% del valor total de los productos exportados, porcentaje que sugiere la escasa especialización gallega en este grupo de bienes generadores de un elevado valor añadido, pero el aumento de un 34,5% en 2010 es un dato positivo como también lo es que el valor de su comercio se haya duplicado en el primer trimestre de 2011. El volumen de las exportaciones de bienes de equipo se concentra en vehículos industriales y buques. En cuanto a las manufacturas de consumo, su evolución la determina la venta de productos textiles y de la confección, actividad con un amplio tráfico intraindustrial pero con un escaso peso en el sector industrial gallego.

Por el lado de las importaciones, alimentos, energía, materias primas y semimanufacturas garantizaron una evolución positiva, lo que contrastó con la debilidad en la compra de bienes relacionados con la automoción, bienes de equipo y bienes de consumo duraderos debido a las paulatinas caídas de la demanda de las empresas y los hogares gallegos. En la evolución del grupo de alimentos es determinante en Galicia el comercio en el sector pesquero. En cuanto a las materias primas destacan las de carácter mineral y en las semimanufacturas el hierro, el acero y los productos químicos (medicamentos y plásticos). En el cuadro 7 puede llamar la atención el incremento de un 6.355,6% en el cuarto trimestre de 2010 del grupo denominado otras mercancías. Esta cifra se explica por una importación singular efectuada en diciembre de 2010, por valor de 173,1 millones de euros procedente de EE.UU., sin concretar su contenido.

2.2. Evolución del comercio externo gallego por capítulos arancelarios

Las estadísticas del comercio externo presentadas por capítulos arancelarios permiten una aproximación más pormenorizada sobre su evolución en 2010 y en el primer semestre de 2011. En los cuadros 8 y 9 se muestran los resultados alcanzados por las exportaciones e importaciones de los diez capítulos con un mayor valor en 2010. En ambos flujos del comercio este conjunto de productos representa algo más de las tres cuartas partes del valor total de lo comercializado, proporción similar al de los años precedentes y que confirma la elevada concentración existente. La estructura del comercio en 2010 fue muy similar a la observada en 2009 con lo cual la recuperación se ha cimentado en un mayor volumen de comercio en los sectores

ya tradicionales de la economía de Galicia y, ciertamente, no se observan actividades emergentes cuyas transacciones pasasen a ocupar las primeras posiciones del *ranking* gallego. Así, el capítulo en el que se contabilizan los «Vehículos automóviles» sigue liderando la exportación gallega a una sensible distancia de «Prendas de vestir que no son de punto», que ocupa el segundo lugar. Si bien en el transcurso de la década el peso de las ventas al exterior de automóviles en el conjunto de las exportaciones ha ido perdiendo peso, en 2010 absorbía el 32,8% del valor total, porcentaje que nos muestra que persiste la posición hegemónica de esta actividad incluso en una etapa de crisis.

Como en 2009, los capítulos en los que se contabilizan las mercancías de la confección de prendas de vestir que no son de punto y aquellas que si lo son, se mantienen en lo más alto del *ranking* exportador gallego debido, sobre todo, a las transacciones que desde Galicia efectúa la multinacional Inditex. No obstante, ante un año no muy favorable del segmento de prendas de punto (las ventas cayeron un 2,7%), las actividades relacionadas con el sector pesquero recuperaron el tercer lugar del *ranking* exportador gracias a un crecimiento de las transacciones de un 18,1%.

La venta al extranjero de combustibles refinados en Galicia está adquiriendo cada vez mayor relevancia en la estructura del comercio gallego. En 2010, el valor de las transacciones duplicó al alcanzado en 2009, debido a la aceleración de las ventas de gasolinas a EE.UU. y Portugal, pero también a otros territorios entre los que destacan los Países Bajos y Bélgica. La elevada subida, un 91,6%, en las exportaciones de combustibles relegó al sexto lugar al capítulo de «Aparatos y material eléctrico» cuyo valor permaneció estancado. Los principales bienes relacionados con este grupo en Galicia proceden de la actividad generadora de parques eólicos.

En séptimo lugar se situaron las transacciones del sector naval, cuya posición en la estructura del comercio gallego suele diferir de un año a otro debido a la singularidad de los productos objeto de esta venta. En 2010 se registró un incremento del 37,8% con relación al valor obtenido en 2009, lo que supuso que este capítulo ascendiese dos puestos en el *ranking* exportador gallego. Brasil, Chipre y Noruega son, en ese año, los tres principales receptores de las ventas de un sector que en la actualidad casi no cuenta con pedidos.

En el octavo lugar permaneció la exportación de conservas de pescado, si bien el valor de sus transacciones aumentó un 5,7% con respecto a 2009. Las ventas de esta actividad están diversificadas en el mercado europeo. Los principales clientes son Italia, Francia y Portugal. El noveno lugar lo pasó a ocupar el capítulo de «Fundición, hierro y acero», lo que confirma la recuperación del comercio de un sector al que afectaron intensamente los primeros años de la crisis. Su incremento en el valor de lo exportado de un 67,5% se debió a la evolución del comercio con Portugal, Argelia y Marruecos. Finalmente, observamos como retornó a los primeros puestos del *ranking* gallego la exportación de «Madera y sus manufacturas», actividad que sigue sumida en una profunda crisis a pesar del incremento del valor de las transacciones

en un 9,3% (2009 fue un año especialmente negativo). Las cifras de las exportaciones están todavía muy lejos de las alcanzadas en 2007 y 2008. Portugal, Francia, Marruecos y el Reino Unido son los principales clientes.

Finalmente, en 2010 abandonaron las diez primeras posiciones dos capítulos. El primero fue el 99 y se trata de transacciones muy particulares difícilmente contabilizados en otros capítulos, mientras que el segundo comprende al sector fabricante

C.8 Valor de las exportaciones de los diez primeros capítulos del arancel

Capítulos	2009		2010			Enero-Junio 2010		Enero-Junio 2011		
	Millones de €	Peso relativo	Millones de €	Peso relativo	Tasa de variación (%)	Millones de €	Peso relativo	Millones de €	Peso relativo	Tasa de variación (%)
Capítulo 87. Vehículos automóviles; tractores, velocípedos y demás vehículos terrestres, sus partes y accesorios	4.844,4	34,7	4.896,5	32,8	1,1	2.541,7	34,9	2.960,0	33,2	16,5
Capítulo 62. Prendas y complementos (accesorios), de vestir, excepto los de punto	1.498,4	10,7	1.564,7	10,5	4,4	672,4	9,2	823,6	9,2	22,5
Capítulo 03. Pescados y crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos	839,5	6,0	991,7	6,7	18,1	474,6	6,5	522,4	5,9	10,1
Capítulo 61. Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto	938,8	6,7	913,1	6,1	-2,7	359,3	4,9	400,2	4,5	11,4
Capítulo 27. Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación; materias bituminosas; ceras minerales	420,1	3,0	804,7	5,4	91,6	395,1	5,4	443,1	5,0	12,2
Capítulo 85. Máquinas, aparatos y material eléctrico, y sus partes; aparatos de grabación o reproducción de sonido, aparatos de grabación o reproducción de imagen y sonido en televisión, y las partes y accesorios de estos aparatos	555,7	4,0	542,2	3,6	-2,4	215,5	3,0	313,3	3,5	45,4
Capítulo 89. Barcos y demás artefactos flotantes	361,6	2,6	498,3	3,3	37,8	335,4	4,6	595,4	6,7	77,5
Capítulo 16. Preparaciones de carne, pescado o de crustáceos, moluscos o demás invertebrados acuáticos	362,7	2,6	383,5	2,6	5,7	191,6	2,6	256,1	2,9	33,6
Capítulo 72. Fundición, hierro y acero	223,1	1,6	373,5	2,5	67,5	180,6	2,5	247,8	2,8	37,2
Capítulo 44. Madera y sus manufacturas	289,0	2,1	316,0	2,1	9,3	151,6	2,1	187,8	2,1	23,8
Total 10 capítulos	10.333,2	74,0	11.284,1	75,7	9,2	5.517,9	75,7	6.749,7	75,6	22,3
Resto de capítulos	3.624,1	26,0	3.627,8	24,3	0,1	1.770,1	24,3	2.175,3	24,4	22,9
Total	13.957,3	100,0	14.911,9	100,0	6,8	7.288,0	100,0	8.925,0	100,0	22,5

Nota: Los datos del año 2011 son provisionales.

Fuente: DataComex, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

de maquinaria y artefactos mecánicos, el cual pasó del décimo al décimo segundo lugar al experimentar un descenso de un 5,1% en el valor de lo exportado ante la caída del comercio en los principales destinos, Portugal, Francia y los Países Bajos.

Por lo que respecta a la estructura de las importaciones en 2010, las novedades, con respecto a 2009, son menores que las observadas en las exportaciones. Los diez primeros capítulos arancelarios son los mismos en ambos años aunque su posición ha variado. Lo más destacado fue el cambio en el liderato. Un descenso de un 16,5% en el capítulo que engloba a la automoción, junto con un crecimiento del 36,7% en el valor de lo importado por combustibles minerales, provocó un intercambio de las dos primeras posiciones. Esta última actividad lideró en 2010 el *ranking* importador gallego y pasó a representar casi la cuarta parte del valor total. No obstante, este incremento se debió exclusivamente a la variación en los precios de las materias primas ya que, en peso, el total importado descendió un 11,1%. Muy notable fue, por otro lado, la caída en la automoción, un 16,5%. Esta actividad ya solo absorbe el 16,7% del total importado, cuando en los inicios de siglo este porcentaje era el doble.

En la misma posición que las exportaciones, el tercer lugar, se mantuvo el comercio vinculado con el sector pesquero gallego. El valor de lo importado por Galicia aumentó un 21,5% gracias al incremento de la facturación de los principales caladeros, Argentina, Islas Malvinas, Namibia y, también, de Portugal y China. El cuarto lugar pasó a ser ocupado por el capítulo de «Prendas de vestir que no son de punto». Este segmento incrementó su valor en un 11,7%, porcentaje superior al aumento de las exportaciones (4,4%), lo que sugiere, ante el elevado comercio interindustrial existente, que una parte de estos productos se destinaron a un mercado español el cual, en la demanda de otros bienes, no mostró el mismo dinamismo. Esta evolución, contrasta con la de «Prendas de vestir de punto», capítulo en el que a pesar de mantener el séptimo lugar en el *ranking* importador gallego, descendió el valor de lo comprado por Galicia un 12,1%.

Por otro lado, un mayor valor de lo comercializado en «Fundición, hierro y acero» y en productos farmacéuticos situó a estos dos grupos de bienes en el quinto y sexto lugar cuando, en 2009, habían ocupado las posiciones sexta y novena respectivamente. Las importaciones en «Fundición, hierro y acero» se incrementaron en un 16% gracias al mayor dinamismo de las compras a Francia y Portugal. En cuanto a los productos farmacéuticos, aumentaron las transacciones con Suecia, Reino Unido, Alemania, Francia e Italia, mientras que cayó el mantenido con los EE.UU.

Acorde con la evolución negativa de la formación bruta de capital de la empresa industrial gallega, el comercio de los capítulos de «Aparatos y material eléctrico» y de maquinaria descendió. La contundencia en la desaceleración del primer grupo de bienes (el valor de las transacciones cayó un 54,8%) motivó que, este capítulo, del cuarto pasase al octavo lugar. Esto se debió, al igual que lo comentado para las exportaciones, al freno en las compras del sector eólico. Por su parte, las importaciones de maquinaria y aparatos mecánicos descendieron un 8,8% lo que motivó que este capítulo pase del octavo al noveno lugar. Al contrario que en el caso del material

eléctrico, las compras gallegas en este sector están muy diversificadas, si bien, el aumento que se produjo en un cierto grupo de bienes no ha servido para contrarrestar los descensos de los otros.

Finalmente, las conservas de pescado, con un incremento del 3,8% mantuvieron la décima posición del *ranking* gallego. Curiosamente si bien descendió el valor

C.9 Valor de las importaciones de los diez primeros capítulos del arancel

Capítulos	2009		2010			Enero-Junio 2010		Enero-Junio 2011		
	Millones de €	Peso relativo	Millones de €	Peso relativo	Tasa de variación (%)	Millones de €	Peso relativo	Millones de €	Peso relativo	Tasa de variación (%)
Capítulo 27. Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación; materias bituminosas; ceras minerales	2.313,0	17,6	3.161,5	23,1	36,7	1.507,4	22,9	1.919,9	27,2	27,4
Capítulo 87. Vehículos automóviles; tractores, velocípedos y demás vehículos terrestres, sus partes y accesorios	2.742,5	20,8	2.289,3	16,7	-16,5	1.312,8	19,9	951,0	13,5	-27,6
Capítulo 03. Pescados y crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos	1.007,1	7,7	1.223,3	8,9	21,5	479,3	7,3	630,1	8,9	31,5
Capítulo 62. Prendas y complementos (accesorios), de vestir, excepto los de punto	806,7	6,1	901,0	6,6	11,7	395,7	6,0	429,7	6,1	8,6
Capítulo 72. Fundición, hierro y acero	629,5	4,8	730,1	5,3	16,0	337,0	5,1	406,9	5,8	20,8
Capítulo 30. Productos farmacéuticos	381,0	2,9	542,2	4,0	42,3	296,1	4,5	204,4	2,9	-30,9
Capítulo 61. Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto	487,6	3,7	428,5	3,1	-12,1	189,2	2,9	192,8	2,7	1,9
Capítulo 85. Máquinas, aparatos y material eléctrico, y sus partes; aparatos de grabación o reproducción de sonido, aparatos de grabación o reproducción de imagen y sonido en televisión, y las partes y accesorios de estos aparatos	902,6	6,9	408,2	3,0	-54,8	192,2	2,9	258,1	3,7	34,3
Capítulo 84. Reactores nucleares, calderas, máquinas, aparatos y artefactos mecánicos; partes de estas máquinas o aparatos	390,8	3,0	356,5	2,6	-8,8	187,2	2,8	186,2	2,6	-0,6
Capítulo 16. Preparaciones de carne, pescado o de crustáceos, moluscos o demás invertebrados acuáticos	271,3	2,1	281,6	2,1	3,8	137,2	2,1	190,1	2,7	38,5
Total 10 capítulos	9.932,0	75,4	10.322,2	75,3	3,9	5.034,1	76,4	5.369,3	76,1	6,7
Resto de capítulos	3.232,3	24,6	3.377,5	24,7	4,5	1.558,1	23,6	1.684,4	23,9	8,1
Total	13.164,2	100,0	13.699,7	100,0	4,1	6.592,2	100,0	7.053,7	100,0	7,0

Nota: Los datos del año 2011 son provisionales.

Fuente: DataComex, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

de lo importado de los dos principales proveedores, Ecuador y El Salvador (lugares con plantas transformadoras participadas por empresas conserveras tradicionales de Galicia) aumentó el valor de las transacciones con Guatemala, Islas Mauricio, Chile y Marruecos.

En lo que respecta al primer semestre de 2011, ya se ha comentado que, con respecto al mismo período de 2010 el valor de las exportaciones gallegas se incrementó un 22,5% mientras que el de las importaciones lo hizo en un crecimiento elevado en los capítulos arancelarios más importantes. El valor en todos ellos aumentó por encima del 10%, siendo relevantes las subidas en los capítulos en los que se contabilizan los barcos (Noruega fue el principal destino de las ventas) y en el capítulo 99, en el que se recoge un conjunto de bienes no clasificado en los restantes capítulos y que, en este semestre, pasó a ocupar el quinto lugar del *ranking* gallego, debido a una transacción efectuada también con Noruega de carácter no especificado. Por otro lado, se recuperaron las ventas en los dos capítulos que en 2010 tuvieron una tasa de variación negativa. Las exportaciones en prendas de vestir de punto crecieron en un 11,4% mientras que el aumento en un 45,4% de «Aparatos y material eléctrico» se debió a un mayor dinamismo en las actividades vinculadas con el sector eólico.

En cuanto a las importaciones, lo más relevante en el primer semestre de 2011 fue el descenso, en un 27,6%, del valor de las transacciones de la automoción, por lo que esta actividad, si bien se mantiene en el segundo lugar del *ranking* gallego ya solo representa el 13,5% del valor importado. Este descenso contrasta con los incrementos experimentados en el mismo período en el flujo exportador lo que sugiere la generación de un valor añadido significativo procedente del mercado español. También han descendido en un 30,9% las compras de productos farmacéuticos y, como en el caso anterior, contrasta con el incremento de un 42,3% en el período anterior, lo que puede sugerir, además de un menor consumo, una acumulación de *stocks* en 2010 que ha frenado las compras en 2011. Por otro lado, se observa como se incrementó la posición dominante del capítulo de «Combustibles y aceites minerales» que ya representaba el 27,2% del valor total, en un contexto en el que los diez primeros capítulos de 2010 también se mantienen, con pequeñas oscilaciones (sube al sexto lugar «Aparatos y material eléctrico» y se intercambian sus puestos noveno y décimo, maquinaria y aparatos mecánicos y conservas de pescado) en el primer semestre de 2011.

2.3. Productos del comercio más significativos. Su evolución

En los comentarios efectuados en el epígrafe anterior se señalaban los cambios más significativos que había experimentado el comercio gallego con el extranjero en 2010 y el primer semestre de 2011 con respecto al mismo período del año anterior. En este apartado se incide en la descripción de las variaciones observadas en determinados productos del comercio externo gallego, importantes tanto cualitativa como

cuantitativamente, que figuran clasificados en determinados capítulos arancelarios que agrupan bienes, muy diferentes o con estrategias de comercialización o de producción distintas. En el *Informe* de 2010 se ponía como ejemplo el caso del capítulo 68, «Manufacturas de la piedra y el yeso» en el que se agrupaban productos tan distintos en su producción y comercialización como el granito, la pizarra o el hormigón. Este grupo de productos ocupó en 2010 el lugar decimoquinto en exportaciones y el cuadragésimo primero en importaciones, pero su importancia en las zonas de Galicia en los que se asienta su industria es evidente. Otro ejemplo puede ser el capítulo «Madera y sus manufacturas», en el que se incluye la madera en bruto, la serrada o los tableros de madera. En suma, profundizaremos a continuación en el análisis de capítulos arancelarios básicos de Galicia, en los que los productos que lo integran cuentan con alguna particularidad.

2.3.1. Vehículos automóviles

El grupo de bienes recogido en el capítulo 87 ha liderado durante muchos años el *ranking* exportador e importador gallego y ha representado un alto porcentaje del valor total del comercio. En 2010 ha ocupado este capítulo el segundo lugar en el valor de las importaciones al ser superado por el de «Combustibles minerales». La asimetría en el tipo de comercio del capítulo 87 es notable ya que, en la exportación, predominan los vehículos de turismo o de transporte de mercancías (en 2010 representaban un 86,2% del valor total) y en las importaciones, son las partes y accesorios de estos vehículos la partida más importante (82,7% del valor total).

En exportaciones, los automóviles de turismo habían sido tradicionalmente los principales determinantes del comercio de este capítulo y también de su evolución. No obstante, acorde con la producción de la factoría viguesa, cada vez adquiere un mayor peso el comercio de los vehículos de transporte de mercancías. En 2010, el valor total de lo exportado por todo el capítulo 87 se incrementó, con respecto a 2009, tan solo un 1,1%, pero esta cifra oculta el hecho de que mientras descendió en un 12,3% el valor de las exportaciones de turismos, se duplicó la cifra del valor de los vehículos de transporte. En 2009 de cada 6 euros procedentes de la venta de turismos se obtenía 1 euro por la de vehículos de transporte. En 2010 la proporción fue de 3 a 1 y en el primer semestre de 2011 ya casi era de 2 a 1. Es este último grupo de bienes (los vehículos de transporte de mercancías) el que le está otorgando un cierto dinamismo a este sector en los últimos años.

La caída de un 16,5% en 2010 en el valor total de lo importado también oculta una peculiaridad. En 2009 se produjo una importación elevada de automóviles de turismo procedentes de Francia, situación que no se repitió en 2010 de modo que la tasa de variación en este grupo de bienes cayó un 73,7%. Por el contrario, se aceleraron en un 29,8% las importaciones de partes y accesorios pero ello no fue suficiente como para contrarrestar la evolución negativa anterior. En el primer semestre de 2011 si bien crecieron notablemente las exportaciones, las importaciones descendieron

**C.10 Evolución del comercio de vehículos
automóviles**

Exportaciones	2009		2010			Enero-Junio 2010		Enero-Junio 2011		
	Miles de €	Peso relativo	Miles de €	Peso relativo	Tasa de variación (%)	Miles de €	Peso relativo	Miles de €	Peso relativo	Tasa de variación (%)
8703. Automóviles de turismo	3.573.007,1	73,8	3.133.624,0	64,0	-12,3	1.626.678,9	64,0	1.921.005,8	64,9	18,1
8704. Vehículos para transporte de mercancías	547.568,0	11,3	1.085.582,6	22,2	98,3	504.415,0	19,8	702.332,6	23,7	39,2
8708. Partes y accesorios	702.730,8	14,5	655.386,3	13,4	-6,7	399.178,7	15,7	324.011,3	10,9	-18,8
Resto Capítulo	21.141,3	0,4	21.919,9	0,4	3,7	11.467,8	0,5	12.667,1	0,4	10,5
Capítulo 87. Vehículos automóviles	4.844.447,2	100,0	4.896.512,9	100,0	1,1	2.541.740,4	100,0	2.960.016,7	100,0	16,5
Importaciones										
8703. Automóviles de turismo	1.222.455,4	44,6	320.941,5	14,0	-73,7	294.996,9	22,5	19.650,2	2,1	-93,3
8704. Vehículos para transporte de mercancías	29.808,1	1,1	20.720,6	0,9	-30,5	13.436,7	1,0	6.319,0	0,7	-53,0
8708. Partes y accesorios	1.459.092,1	53,2	1.893.736,4	82,7	29,8	980.796,8	74,7	906.765,4	95,3	-7,5
Resto Capítulo	31.130,3	1,1	53.895,0	2,4	73,1	23.608,5	1,8	18.278,0	1,9	-22,6
Capítulo 87. Vehículos automóviles	2.742.485,9	100,0	2.289.293,6	100,0	-16,5	1.312.838,8	100,0	951.012,6	100,0	-27,6

Nota: Los datos del año 2011 son provisionales.
Fuente: DataComex, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

en un 27,6%, ya que se frenó radicalmente la compra de vehículos al extranjero (-93,3%) y también descendió, aunque en menor cuantía (7,5%), la adquisición de partes y accesorios. Las estrategias de producción de la multinacional francesa Citroën inciden más en estos resultados que la demanda interna gallega.

2.3.2. Pescados, crustáceos y moluscos

En el complejo universo del sector pesquero, las transacciones comerciales efectuadas en Galicia con el extranjero ocupaban en 2010 el tercer lugar, tanto en el ranking exportador como en el importador. Sin entrar en especies concretas, en este capítulo 3 sobresalen cuatro modalidades: el pescado fresco, el congelado, los filetes y demás carne de la pesca y los moluscos. Si bien todas ellas son muy relevantes, so-

C.11 Evolución del comercio de pescados, crustáceos y moluscos

Exportaciones	2009		2010			Enero-Junio 2010		Enero-Junio 2011		
	Miles de €	Peso relativo	Miles de €	Peso relativo	Tasa de variación (%)	Miles de €	Peso relativo	Miles de €	Peso relativo	Tasa de variación (%)
0301. Peces vivos	8.915,8	1,1	15.747,9	1,6	76,6	5.416,1	1,1	7.184,7	1,4	32,7
0302. Pescado fresco o refrigerado	104.337,9	12,4	106.041,0	10,7	1,6	53.746,6	11,3	52.811,0	10,1	-1,7
0303. Pescado congelado	315.287,5	37,6	368.299,8	37,1	16,8	185.593,2	39,1	192.868,6	36,9	3,9
0304. Filetes y demás carne de pesca	120.841,4	14,4	139.145,5	14,0	15,1	66.944,6	14,1	88.267,3	16,9	31,9
0305. Pescado seco, salado o en salmuera	8.088,9	1,0	8.660,5	0,9	7,1	4.301,3	0,9	1.634,6	0,3	-62,0
0306. Crustáceos	77.112,2	9,2	95.414,6	9,6	23,7	37.840,6	8,0	34.528,8	6,6	-8,8
0307. Moluscos	204.868,5	24,4	258.347,0	26,1	26,1	120.806,7	25,5	145.062,3	27,8	20,1
Capítulo 03. Pescados, crustáceos y moluscos	839.452,2	100,0	991.656,3	100,0	18,1	474.649,2	100,0	522.357,3	100,0	10,1
Importaciones										
0301. Peces vivos	683,9	0,1	1.395,1	0,1	104,0	478,7	0,1	951,7	0,2	98,8
0302. Pescado fresco o refrigerado	105.804,6	10,5	124.929,6	10,2	18,1	58.993,5	12,3	65.367,7	10,4	10,8
0303. Pescado congelado	303.567,6	30,1	321.613,3	26,3	5,9	131.276,8	27,4	201.557,0	32,0	53,5
0304. Filetes y demás carne de pesca	167.587,1	16,6	194.406,2	15,9	16,0	86.163,0	18,0	95.766,8	15,2	11,1
0305. Pescado seco, salado o en salmuera	13.685,4	1,4	15.677,2	1,3	14,6	8.177,9	1,7	10.279,5	1,6	25,7
0306. Crustáceos	168.670,8	16,7	206.918,1	16,9	22,7	49.540,9	10,3	60.723,7	9,6	22,6
0307. Moluscos	247.074,0	24,5	358.375,1	29,3	45,0	144.695,4	30,2	195.437,8	31,0	35,1
Capítulo 03. Pescados, crustáceos y moluscos	1.007.073,4	100,0	1.223.314,6	100,0	21,5	479.326,2	100,0	630.084,3	100,0	31,5

Nota: Los datos del año 2011 son provisionales.

Fuente: DataComex, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

bresalen las transacciones de pescado congelado. Tanto en 2010 como en el primer semestre de 2011 el comercio tuvo, por lo general, un comportamiento positivo con la única excepción de un ligero descenso en las exportaciones de pescado fresco. Es, por otro lado, significativo el incremento del comercio de moluscos, principalmente del producto importado procedente de lugares muy diversos como las Islas Malvinas, Marruecos, Argentina, China, Perú o Portugal, mientras que los bienes exportados se dirigen fundamentalmente hacia Italia y Portugal.

2.3.3. Conservas de carne o pescado

En lo que se denomina complejo mar-industria gallego, el sector conservero mantuvo su relevancia en la estructura del comercio externo gallego. Es una actividad tradicionalmente internacionalizada y que ha ido salvando obstáculo tras obstáculo para poder participar con éxito en el comercio mundial, en especial en el comunitario. Las conservas de atún son las que predominan en este capítulo arancelario, hasta el extremo de representar en torno al 75% del valor total de las preparaciones y conservas de pescado y el 90% de las importaciones. A pesar de la crisis de la actividad industrial gallega, este sector consiguió mantener su demanda en el extranjero e inclusive la ha aumentado notablemente en el primer semestre de 2011, período en el que el valor de las exportaciones de conservas de atún se incrementó en un 45%, con un comercio muy concentrado en Francia, Italia y Portugal. Las importaciones de conservas de atún también se recuperaron en el primer semestre de 2011 (crecieron un 43,6%) tras un ligero descenso en 2010. Las estadísticas ponen de manifiesto el intenso comercio intraindustrial existente de una actividad (el valor de lo exportado

C.12 Evolución del comercio de preparados y conservas de pescado

Exportaciones	2009		2010			Enero-Junio 2010		Enero-Junio 2011		
	Miles de €	Peso relativo	Miles de €	Peso relativo	Tasa de variación (%)	Miles de €	Peso relativo	Miles de €	Peso relativo	Tasa de variación (%)
160413. Sardinias, sardinellas	6.038,8	2,0	7.430,0	2,3	23,0	3.507,3	2,2	3.491,5	1,6	-0,4
160414. Atunes, listados y bonitos	217.279,1	73,3	235.913,4	73,7	8,6	114.401,9	72,7	165.857,9	75,8	45,0
Otros	73.169,9	24,7	76.863,3	24,0	5,0	39.439,6	25,1	49.568,0	22,6	25,7
1604. Preparaciones y conservas de pescado	296.487,8	100,0	320.206,7	100,0	8,0	157.348,8	100,0	218.917,4	100,0	39,1
Capítulo 16. Conservas de carne o pescado	362.683,2	81,7	383.465,1	83,5	5,7	191.638,3	82,1	256.108,1	85,5	33,6
Importaciones										
160413. Sardinias, sardinellas	10.087,6	4,2	13.208,6	5,4	30,9	9.231,0	7,9	1.465,9	0,9	-84,1
160414. Atunes, listados y bonitos	216.228,8	90,2	214.621,4	88,4	-0,7	102.115,9	86,9	146.680,0	91,8	43,6
Otros	13.457,3	5,6	15.018,4	6,2	11,6	6.196,4	5,3	11.578,5	7,2	86,9
1604. Preparaciones y conservas de pescado	239.773,8	100,0	242.848,4	100,0	1,3	117.543,3	100,0	159.724,5	100,0	35,9
Capítulo 16. Conservas de carne o pescado	271.289,7	88,4	281.613,9	86,2	3,8	137.237,9	85,6	190.133,9	84,0	38,5

Nota: Los datos del año 2011 son provisionales.

* El peso relativo expresa el porcentaje que absorbe Preparaciones y conservas de pescado en el capítulo 16.

Fuente: DataComex, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

de estas conservas en el período analizado de 2011 fue de 165,9 millones de euros mientras que se importaron bienes por un valor de 146,7 millones de euros) que en buena parte se genera fuera de Galicia.

2.3.4. *Madera y sus manufacturas*

En el *Informe* de 2010 se comentaba la crisis que estaba atravesando el sector de la madera en Galicia. En 2009 las exportaciones caían un 25,2% y las importaciones lo hacían en un 45,7%. Los datos de 2010 y los ya disponibles de 2011, indican una recuperación de las exportaciones, mientras que los resultados de las importaciones en los dieciocho meses analizados son peores a los ya de por sí malos resultados de 2009. Así, sin alcanzar los valores de 2008, en 2010 la venta de tableros de fibra de madera (el producto más importante por la cuantía de las transacciones) se ha recuperado, y más aún en 2011. A la mejora del conjunto del capítulo también ha contribuido una mayor facturación en las partidas de tableros de partículas y de madera en bruto. Ha sido, precisamente, la compra de madera en bruto la que ha evitado un mayor desplome de las importaciones.

El sector ha optado por una mayor internacionalización de sus actividades ante la persistente crisis del mercado español. Los principales clientes de tableros de fibras de madera se circunscriben a los países más próximos, entre los que destacan, Portugal, Reino Unido, Países Bajos, Francia, Italia y, últimamente, Marruecos.

2.3.5. *Manufacturas de la piedra, hormigón y otros*

Al principio de este epígrafe ya se indicaba la estructura peculiar de este capítulo arancelario en el que, en exportaciones, tiene un peso determinante la venta de pizarra natural, si bien el granito también tiene una cierta importancia y, en menor grado, las manufacturas de cemento y hormigón. En el flujo de este comercio, solo es relevante el lado de las exportaciones ya que la cifra de importaciones sufrió una merma considerable desde el inicio de la crisis de la construcción gallega. Así, en 2010 la cuantía de lo importado fue de 31,4 millones de euros, cifra que apenas sobrepasaba el 0,2% de las importaciones totales por Galicia. La desaceleración en la construcción en los países centroeuropeos observada hace unos años redujo drásticamente las exportaciones, si bien la industria de la pizarra y de la piedra (sea o no tallada) parece que experimentaron una recuperación en 2011, no así la del cemento y hormigón, que en ese año tuvo un serio retroceso tras el repunte observado en 2010. La pizarra sigue y seguirá siendo una actividad en Galicia muy dependiente de la evolución de los mercados de Francia, Alemania y Reino Unido, países a los que en la piedra natural (con un menor volumen de negocio) se ha de añadir Portugal y, también, un mercado turco que ha ido creciendo en los últimos años.

C.13 Evolución del comercio de madera y sus manufacturas

Exportaciones	2009		2010			Enero-Junio 2010		Enero-Junio 2011		
	Miles de €	Peso relativo	Miles de €	Peso relativo	Tasa de variación (%)	Miles de €	Peso relativo	Miles de €	Peso relativo	Tasa de variación (%)
4403. Madera en bruto	32.947,0	11,4	54.681,2	17,3	66,0	21.813,3	14,4	43.474,2	23,2	99,3
4407. Madera aserrada o desbastada	20.365,8	7,0	22.954,6	7,3	12,7	12.735,1	8,4	9.734,5	5,2	-23,6
4408. Hojas para chapado, incluidas	8.431,8	2,9	9.075,5	2,9	7,6	5.023,2	3,3	4.998,2	2,7	-0,5
4409. Madera, incluidas las tablilla	9.536,7	3,3	6.289,4	2,0	-34,1	3.187,6	2,1	2.619,7	1,4	-17,8
4410. Tableros de partículas	38.601,2	13,4	43.989,1	13,9	14,0	20.693,5	13,6	27.425,2	14,6	32,5
4411. Tableros de fibra de madera	129.521,9	44,8	131.161,3	41,5	1,3	64.840,8	42,8	73.357,0	39,1	13,1
4418. Obras y piezas de carpintería	28.350,9	9,8	21.097,2	6,7	-25,6	11.321,0	7,5	10.853,0	5,8	-4,1
4415. Cajones, cajas, jaulas, tambor	9.408,5	3,3	12.314,6	3,9	30,9	5.802,7	3,8	7.214,8	3,8	24,3
Resto capítulo	11.810,9	4,1	14.392,3	4,6	21,9	6.221,2	4,1	8.114,2	4,3	30,4
Capítulo 44. Madera y sus manufacturas	288.974,8	100,0	315.955,1	100,0	9,3	151.638,3	100,0	187.790,9	100,0	23,8
Importaciones										
4403. Madera en bruto	24.570,3	13,6	26.544,8	14,7	8,0	17.440,9	18,5	21.615,3	28,6	23,9
4407. Madera aserrada o desbastada	67.585,8	37,4	66.265,9	36,8	-2,0	31.907,0	33,8	23.133,9	30,6	-27,5
4408. Hojas para chapado, incluidas	10.146,5	5,6	11.383,4	6,3	12,2	6.697,6	7,1	8.939,2	11,8	33,5
4409. Madera, incluidas las tablilla	2.644,4	1,5	6.156,6	3,4	132,8	2.988,6	3,2	2.792,6	3,7	-6,6
4410. Tableros de partículas	20.172,6	11,2	6.180,1	3,4	-69,4	3.222,0	3,4	3.696,7	4,9	14,7
4411. Tableros de fibra de madera	28.115,5	15,5	11.611,5	6,4	-58,7	5.501,7	5,8	5.268,8	7,0	-4,2
4418. Obras y piezas de carpintería	15.590,9	8,6	12.670,6	7,0	-18,7	6.950,4	7,4	3.955,2	5,2	-43,1
4415. Cajones, cajas, jaulas, tambor	1.282,8	0,7	1.424,6	0,8	11,1	696,5	0,7	541,3	0,7	-22,3
Resto capítulo	10.803,6	6,0	38.030,0	21,1	252,0	18.925,1	20,1	5.570,4	7,4	-70,6
Capítulo 44. Madera y sus manufacturas	180.912,4	100,0	180.267,6	100,0	-0,4	94.329,7	100,0	75.513,4	100,0	-19,9

Nota: Los datos del año 2011 son provisionales.

Fuente: DataComex, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

C.14 Evolución del comercio de manufacturas de piedra, hormigón y otros

Exportaciones	2009		2010			Enero-Junio 2010		Enero-Junio 2011		
	Miles de €	Peso relativo	Miles de €	Peso relativo	Tasa de variación (%)	Miles de €	Peso relativo	Miles de €	Peso relativo	Tasa de variación (%)
6802. Piedras de talla o de construcción	52.011,3	22,9	59.226,1	24,8	13,9	27.547,8	23,0	32.628,7	24,0	18,4
6803. Pizarra natural	158.355,2	69,8	157.974,5	66,2	-0,2	79.673,1	66,5	94.648,5	69,6	18,8
6810. Manufacturas de cemento, hormigón	10.674,6	4,7	16.125,4	6,8	51,1	10.004,5	8,4	5.894,9	4,3	-41,1
6815. Manufacturas de piedra o demás materias minerales	570,4	0,3	70,6	0,0	-87,6	33,9	0,0	34,7	0,0	2,3
Resto capítulo	5.248,0	2,3	5.174,4	2,2	-1,4	2.523,7	2,1	2.812,3	2,1	11,4
Capítulo 68. Manufacturas de piedra, hormigón y otros	226.859,5	100,0	238.570,9	100,0	5,2	119.782,9	100,0	136.018,9	100,0	13,6
Importaciones										
6802. Piedras de talla o de construcción	7.678,2	23,3	7.088,3	22,5	-7,7	3.622,0	38,1	2.424,9	16,1	-33,1
6803. Pizarra natural	1.634,4	5,0	1.555,1	4,9	-4,8	790,8	8,3	528,8	3,5	-33,1
6810. Manufacturas de cemento, hormigón	3.534,2	10,7	3.154,2	10,0	-10,8	1.423,5	15,0	1.603,7	10,6	12,7
6815. Manufacturas de piedra o demás materias minerales	10.903,6	33,1	11.702,9	37,2	7,3	696,7	7,3	6.533,8	43,4	837,8
Resto capítulo	9.173,3	27,9	7.943,4	25,3	-13,4	2.979,5	31,3	3.977,6	26,4	33,5
Capítulo 68. Manufacturas de piedra, hormigón y otros	32.923,6	100,0	31.443,8	100,0	-4,5	9.512,5	100,0	15.068,8	100,0	58,4

Nota: Los datos del año 2011 son provisionales.

Fuente: DataComex, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

2.3.6. Fundición, hierro y acero

En 2010 este capítulo ocupaba en Galicia el noveno puesto según el valor total exportado y el quinto de lo importado. Las exportaciones han experimentado un incremento del 67,5% debido a la recuperación del comercio con Portugal, fruto, sobre todo, de las transacciones de la empresa gallega que en la década de los noventa adquirió la siderúrgica pública portuguesa y a una incipiente expansión de esta actividad por países del Magreb. El incremento en las ventas a esta última zona se observó, sobre todo en 2011, período en el que sobresalen las transacciones de alambón y barras de hierro con Argelia, exportaciones que han experimentado un notable crecimiento en el primer semestre de 2011, hasta el extremo de ser este país el principal destino de este capítulo con una cifra de ventas superior a la de Portugal (102 millones de euros frente a 83,2 millones)

C.15 Evolución del comercio de fundición, hierro y acero

Exportaciones	2009		2010			Enero-junio 2010		Enero-junio 2011		
	Miles de €	Peso relativo	Miles de €	Peso relativo	Tasa de variación (%)	Miles de €	Peso relativo	Miles de €	Peso relativo	Tasa de variación (%)
7202. Ferroaleaciones	20.714,4	9,3	59.020,4	15,8	184,9	25.177,2	13,9	23.413,2	9,4	-7,0
7204. Desperdicios y desechos (chatarras) de la fundición de hierro y acero	19.828,0	8,9	13.900,6	3,7	-29,9	6.713,8	3,7	8.379,8	3,4	24,8
7207. Productos intermedios de hierro y acero sin alear	740,4	0,3	30.890,8	8,3	4.072,3	30.587,0	16,9	363,9	0,1	-98,8
7208. Productos laminados planos de hierro o acero sin alear sin chapar ni revestir	1.748,2	0,8	2.132,8	0,6	22,0	1.446,9	0,8	794,5	0,3	-45,1
7210. Productos laminados planos de hierro o acero sin alear chapados o revestidos	5.244,2	2,4	6.831,5	1,8	30,3	3.412,0	1,9	6.192,8	2,5	81,5
7213. Alambón de hierro o acero sin alear	34.849,4	15,6	59.823,7	16,0	71,7	21.211,9	11,7	52.860,8	21,3	149,2
7214. Barras de hierro o acero sin alear	111.162,1	49,8	168.160,2	45,0	51,3	76.415,3	42,3	140.251,9	56,6	83,5
7219. Productos laminados planos de acero inoxidable	1.221,7	0,5	1.399,2	0,4	14,5	564,9	0,3	98,7	0,0	-82,5
Resto Capítulo	27.544,6	12,3	31.355,4	8,4	13,8	15.038,3	8,3	15.456,8	6,2	2,8
Capítulo 72. Fundición, hierro y acero	223.053,1	100,0	373.514,5	100,0	67,5	180.567,2	100,0	247.812,3	100,0	37,2
Importaciones										
7202. Ferroaleaciones	5.605,7	0,9	6.551,6	0,9	16,9	2.853,8	0,8	5.045,2	1,2	76,8
7204. Desperdicios y desechos (chatarras) de la fundición de hierro y acero	68.757,2	10,9	98.827,8	13,5	43,7	57.488,1	17,1	61.848,6	15,2	7,6
7207. Productos intermedios de hierro y acero sin alear	251.538,0	40,0	274.991,6	37,7	9,3	115.024,0	34,1	140.386,7	34,5	22,0
7208. Productos laminados planos de hierro o acero sin alear sin chapar ni revestir	12.843,9	2,0	7.239,7	1,0	-43,6	2.125,1	0,6	3.301,1	0,8	55,3
7210. Productos laminados planos de hierro o acero sin alear chapados o revestidos	41.820,4	6,6	49.659,9	6,8	18,7	23.780,2	7,1	22.862,4	5,6	-3,9
7213. Alambón de hierro o acero sin alear	75.330,4	12,0	96.960,1	13,3	28,7	46.588,1	13,8	56.761,2	13,9	21,8
7214. Barras de hierro o acero sin alear	136.907,5	21,8	131.868,9	18,1	-3,7	61.587,4	18,3	76.303,0	18,8	23,9
7219. Productos laminados planos de acero inoxidable	6.989,0	1,1	16.468,1	2,3	135,6	7.124,3	2,1	11.252,4	2,8	57,9
Resto Capítulo	29.658,4	4,7	47.499,3	6,5	60,2	20.405,7	6,1	29.159,6	7,2	42,9
Capítulo 72. Fundición, hierro y acero	629.450,5	100,0	730.067,1	100,0	16,0	336.976,8	100,0	406.920,3	100,0	20,8

Nota: Los datos del año 2011 son provisionales.
Fuente: DataComex, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

La cuantía de lo importado por Galicia en este capítulo casi triplica al valor de lo exportado. Estos bienes proceden, casi en su totalidad (un 85,7%) de Francia y Portugal. El principal producto de este comercio para el primer país son los bienes intermedios de hierro y el acero sin alear, mientras que las importaciones con Portugal se concentran en la partida de barras de hierro y acero sin alear.

2.3.7. Otros productos

A continuación se amplía la información proporcionada en un epígrafe anterior referente a una serie de capítulos que contienen productos importantes por la cuantía de las transacciones en el contexto del comercio externo gallego o también, por ser cualitativamente significativos en esta economía.

Como ya se indicó, gracias a la variación de sus precios, la adquisición de combustibles minerales pasó a ocupar el primer lugar del valor total importado por Galicia y el quinto de lo exportado. En cuanto a las importaciones, son reseñables las variaciones observadas en los países proveedores. En 2010 y en el primer semestre de 2011 se ha duplicado el valor de las compras a México, por lo que este país fue, junto con Libia, el principal proveedor gallego. Por otro lado, en 2010 repuntó la facturación de Argelia, país en el que las transacciones en el primer semestre de 2011 fueron casi insignificantes. En 2010 también aumentaron las importaciones procedentes de Reino Unido, Nigeria y Trinidad y Tobago mientras descendieron las de Rusia (que volvieron a repuntar en 2011), Noruega e Indonesia.

En el *Informe* de 2010 se daba cuenta de la recuperación de la exportación en el capítulo de la «Pasta de madera» en ese año, tras un descenso de un 22,1% en 2009. En 2010 se han incrementado estas exportaciones dirigidas en su casi totalidad a Alemania, Italia, Países Bajos y Polonia. El valor de las importaciones de este capítulo es irrelevante y proceden de Portugal y Suecia.

El capítulo arancelario correspondiente al «Aluminio», ocupó el décimo primer lugar en el valor de lo exportado en 2010 en Galicia, gracias a la aceleración de las ventas de los dos principales países clientes, Francia con un incremento del 42,7% y Portugal con un 57,1%. En esta actividad también tienen un cierto peso las transacciones con Alemania y Reino Unido. Barras y perfiles de aluminio son el grueso de la exportación, siendo muy inferior lo exportado de aluminio en bruto, producto que sin embargo, es el más importante en el valor de lo importado. El valor de este último bien se duplicó en 2010 y su procedencia fue muy diversa: Bahrein, Mozambique, Noruega, Portugal y Reino Unido. Por otro lado, una de las materias primas básicas de la factoría de Alcoa en San Ciprián, mineral de aluminio, pertenece a otro capítulo arancelario, el de «Minerales, escorias y cenizas». En este caso, el valor total de lo importado en 2010 por este capítulo fue un 2,2% inferior al de 2010.

Finalmente, un capítulo sin peso en la actividad industrial gallega pero relevante en las estadísticas de comercio exterior es el de «Calzado». Ya se indicaba en el *Informe* de 2010 que su importancia se debía a la comercialización, por parte de las

empresas de confección de prendas de vestir, de bienes fabricados en otros lugares de España, productos complementarios a los de su actividad principal. En 2010 este capítulo arancelario ocupaba el lugar decimotercero en el *ranking* exportador gallego (259,1 millones de euros), y, sin embargo, en importaciones se quedaba en el lugar trigésimo cuarto con un valor de 39,3 millones de euros. En consonancia con la evolución del sector de la confección, el incremento del valor de las exportaciones de calzado en 2010 fue de un 10,6%.

2.4. Evolución de los índices que caracterizan al comercio gallego

Una elevada concentración y el predominio del comercio intraindustrial son dos rasgos que caracterizan la estructura de las transacciones de mercancías de Galicia con el extranjero. En este epígrafe se plantea la cuestión de cómo han evolucionado ambas características en 2010, período de recuperación del comercio tras la profunda desaceleración experimentada en 2009.

Como ya se ha efectuado en los dos *Informes* precedentes, para la medición de la concentración se ha utilizado un índice habitual en organización industrial para evaluar el grado de concentración de los mercados. Se trata del índice Hirschmann-Herfindalf normalizado. Su valor puede oscilar entre 0 y 1. Cuanto más próximo esté de 0 mayor será la dispersión y, por el contrario, cuanto más se aproxime a 1 mayor será la concentración. En la estructura de las exportaciones gallegas, los diez primeros capítulos arancelarios representaban el 75,7% del total exportado en 2010 frente al 74% de 2009. La pérdida de peso relativo del capítulo de automoción ha propiciado un descenso en el índice de concentración, cuyo valor fue de 0,30, 2 centésimas inferior al de hace un año. Ello indica que la distribución de las exportaciones por capítulos arancelarios en 2010 fue la más dispersa de las dos últimas décadas. Desde 2001 asistimos a un sistemático descenso en ese índice, así, Galicia va exportando una gama cada vez más amplia de mercancías por lo que su comercio ya no se puede resumir en que solo se venden coches, productos de alimentación, barcos y confección. El valor del índice para el primer semestre de 2011 es de 0,31, 1 centésima superior al de 2010, seguramente explicable por el incremento del peso de la automoción que pasó de representar el 32,8% al 33,2%.

La estructura de las importaciones ha estado tradicionalmente en Galicia más diversificada que la de las exportaciones. En 2010 se observó, aunque leve, una mayor concentración de este comercio que en los años precedentes, seguramente debido al incremento del peso del capítulo de «Combustibles minerales» (del 17,6% pasó al 23,1%) variación que, en parte, fue contrarrestada por el menor peso relativo de «Vehículos automóviles» (del 20,8% pasó al 16,7%). El valor del índice de concentración, 0,24, aumentó en una centésima. En el primer semestre de 2011, el peso relativo de combustibles minerales ascendió hasta el 27,2% (casi 4,3 puntos

más que un año antes) con lo cual, a pesar de la nueva pérdida de peso relativo de la automoción (13,5%), el coeficiente de localización alcanzó un valor de 0,26 cifra que no se alcanzaba desde 2004.

En cuanto al carácter intraindustrial del comercio gallego, en el *Informe* de 2009 se explicaba y discutían las ventajas e inconvenientes de los índices utilizados para su caracterización. En el análisis que se presenta a continuación se ha recurrido al Índice de Grubel-Lloyd sin corregir, cuyo valor, como el del índice de concentración, oscila entre 0 y 1. Cuanto más cercano se encuentre al valor 1 mayor será el comercio intraindustrial mientras que cuanto más próximo esté de 0 menor será este comercio. De hecho este índice nos expresa, en tanto por uno, el grado del comercio intraindustrial existente. En el contexto de este *Informe*, el resultado de este índice sugiere que, cuanto mayor sea su valor, se realiza en el mismo capítulo arancelario un volumen mayor de exportaciones e importaciones. Su valor tanto en 2010 como en el primer semestre de 2011 fue de 0,63 lo que indica que el 63% del comercio tuvo un carácter intraindustrial frente al 37% que fue, por tanto, interindustrial. Estos porcentajes apenas han oscilado desde 2007, si bien se ha de recordar que las cifras han de tomarse como indicativas ya que, en el interior de cada capítulo, se comercializan productos de características muy diferentes.

Entre las posibles clasificaciones del comercio intraindustrial consideramos aquella que distingue a este comercio por la supuesta calidad de los bienes exportados e importados. Para lograrlo, se calcula el índice de valor unitario (el cociente entre el valor de una unidad vendida en exportaciones y en importaciones). Ya se indicaba en los dos *Informes* precedentes que al relacionar calidad con peso puede que se comentan serios errores.¹ Bajo este criterio se distingue entre el comercio de tipo vertical de mayor calidad, de tipo vertical de menor calidad y de tipo horizontal. Por otro lado, en nuestro análisis hemos seleccionado los capítulos arancelarios cuyo peso relativo con respecto al total del comercio gallego sobrepase el 1% del valor de lo importado o lo exportado.

En 2010, el 71,7% del valor total exportado desde Galicia y el 65,9% de lo importado corresponde a un comercio en el que los productos exportados tienen una mayor calidad que los importados. La diferencia sustantiva con respecto a 2009 (los porcentajes anteriores eran entonces del 36% y del 46,6% respectivamente) se explica por la incorporación del sector de la automoción a este grupo. Recordemos que en 2009, en las importaciones gallegas correspondientes a esta actividad tuvieron un peso similar tanto los automóviles de turismo como las partes y accesorios. Ello se debió a las estrategias de distribución de la multinacional francesa. Por este motivo, en 2009, las transacciones de este capítulo arancelario se consideraron de tipo horizontal, mientras que en 2010 (gracias a que se exportaron vehículos y se importaron,

¹ Recordemos que el comercio se considera de tipo vertical de mayor calidad si el índice de valor unitario es mayor que 1,15, mientras que si es inferior a 0,87 se supone que es de menor calidad. Entre estos dos valores el comercio sería de tipo horizontal.

sobre todo, accesorios) fueron de tipo vertical debido a una mayor calidad (valor por unidad de producto vendida) de las exportaciones.

Por otro lado, también se incorporaron a este grupo de bienes de mayor calidad las transacciones de barcos, así como la pasta de madera y el papel. No obstante, observamos que en estos dos capítulos el comercio intraindustrial es escaso (el valor del índice de Grubel-Lloyd es de 0,12 y 0,10 respectivamente) ya que son, sobre todo, capítulos exportadores. También, en este grupo de bienes cuyo comercio es de tipo vertical de mayor calidad se incluyen las transacciones de combustible, lo que es razonable ya que se importa petróleo en bruto y se venden gasolinas. Igualmente se contempla todo el comercio de prendas de vestir sean o no de punto y el calzado, por el tráfico de perfeccionamiento y el papel de centro logístico que desempeña Galicia. El comercio intraindustrial en el segmento de la confección de prendas sean o no de punto es muy elevado y, lógicamente, no lo es el del sector del calzado. Otro grupo de bienes importante en la estructura comercial gallega encuadrado en este grupo, es el de la «Fundición, hierro y acero», con un comercio intraindustrial también alto y con un mayor valor de los productos que exportan (a Portugal y a países del Magreb) que los que se importan.

C.16 Comercio intraindustrial en el que las exportaciones son de más alta calidad que las importaciones
El peso en el valor de lo exportado o de lo importado supera el 1% del total

Capítulos	2010			
	Índice de Valor Unitario	Índice Grubel Lloyd	Peso en el valor de lo exportado (%)	Peso en el valor de lo importado (%)
Capítulo 26. Minerales metalíferos, escorias y cenizas	33,34	0,07	0,04	1,11
Capítulo 89. Barcos y demás artefactos flotantes	16,13	0,12	3,34	0,24
Capítulo 61. Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto	5,09	0,64	6,12	3,13
Capítulo 64. Calzado, polainas y artículos análogos; partes de estos artículos	1,88	0,26	1,74	0,29
Capítulo 27. Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación; materias bituminosas; ceras minerales	1,58	0,41	5,40	23,08
Capítulo 62. Prendas y complementos (accesorios), de vestir, excepto los de punto	1,41	0,73	10,49	6,58
Capítulo 76. Aluminio y sus manufacturas	1,38	0,92	1,88	1,73
Capítulo 87. Vehículos automóviles, tractores, velocípedos y demás vehículos terrestres, sus partes y accesorios	1,24	0,64	32,84	16,71
Capítulo 10. Cereales	1,19	0,38	0,32	1,48
Capítulo 72. Fundición, hierro y acero	1,18	0,68	2,50	5,33
Capítulo 47. Pasta de madera o de las demás materias fibrosas celulósicas; papel o cartón para reciclar (desperdicios y desechos)	1,16	0,10	1,70	0,10
Total		0,57	71,70	65,89

Finalmente, el índice de valor unitario más elevado se alcanzó en el capítulo de «Minerales metalíferos» (recordemos que el principal producto es el mineral de aluminio) pero, como cabría aguardar, el carácter intraindustrial del comercio es muy bajo predominando las importaciones. Lo mismo sucede con cereales, capítulo cuyo índice de valor unitario descendió con respecto a 2009.

Frente a los once capítulos arancelarios que en 2010 mostraban un comercio con un valor unitario de las exportaciones sensiblemente superior al de las importaciones, tan solo tres capítulos cumplieron las condiciones requeridas para poder caracterizar su comercio como horizontal. Ellos representan el 14,2% de lo exportado y el 15% de lo importado y, en todos, el comercio intraindustrial es muy elevado. Dos recogen las transacciones de mercancías que mantiene con el extranjero el sector mar-industria gallego. Así, el índice de valor unitario de los productos pesqueros está muy próximo a 1 al igual que el de las conservas de pescado, si bien, en este caso, el valor de lo que se exporta es algo superior al que se importa. Esta información sugiere que desde Galicia se comercializa una parte de producto final generado en otros países a un precio relativamente similar por el que fue adquirido. El tercer capítulo significativo en Galicia y con un comercio de carácter horizontal es el de la «Madera, carbón vegetal y manufacturas de la madera». En un epígrafe anterior observamos como el peso de las importaciones corresponde a la madera aserrada y en bruto mientras que la venta de tableros absorbe el mayor porcentaje de las exportaciones. Llama la atención que la diferencia entre el valor unitario entre ambos flujos de comercio, aun siendo favorable a las exportaciones, sea tan baja.

Por otro lado, en el comercio de ocho capítulos arancelarios el valor de lo que se exporta es sensiblemente inferior al de lo que se importa. Representan el 13,5% del total exportado y el 18,4% de lo importado. Se incorporaron a este grupo dos capítulos que en 2009 mostraban una situación distinta. Se trata del sector del plástico y sus manufacturas y el sector del mueble. En este apartado, son significativos, por su relevancia, varios capítulos. Las manufacturas de la piedra y del cemento, que si bien presentan un comercio intraindustrial bajo, se constata que el valor unitario de lo

C.17 Comercio intraindustrial de carácter horizontal

El peso en el valor de lo exportado o de lo importado supera el 1% del total

Capítulos	2010			
	Índice de Valor Unitario	Índice Grubel Lloyd	Peso en el valor de lo exportado (%)	Peso en el valor de lo importado (%)
Capítulo 44. Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera	1,14	0,73	2,12	1,32
Capítulo 16. Preparaciones de carne, pescado o de crustáceos, moluscos o demás invertebrados acuáticos	1,11	0,85	2,57	2,06
Capítulo 03. Pescados y crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos	0,98	0,90	6,65	8,93
Total		0,85	14,19	15,06

C.18 Comercio intraindustrial en el que las exportaciones son de más baja calidad que las importaciones

Capítulos	2010			
	Índice de Valor Unitario	Índice Grubel Lloyd	Peso en el valor de lo exportado (%)	Peso en el valor de lo importado (%)
Capítulo 68. Manufacturas de piedra, yeso fraguable, cemento, amianto (asbesto), mica o materias análogas	0,80	0,23	1,60	0,23
Capítulo 85. Máquinas, aparatos y material eléctrico, y sus partes; aparatos de grabación o reproducción de sonido, aparatos de grabación o reproducción de imagen y sonido en televisión, y las partes y accesorios de estos aparatos	0,77	0,86	3,64	2,98
Capítulo 39. Plásticos y sus manufacturas	0,68	0,61	0,66	1,62
Capítulo 84. Reactores nucleares, calderas, máquinas, aparatos y artefactos mecánicos; partes de estas máquinas o aparatos	0,56	0,87	1,85	2,60
Capítulo 30. Productos farmacéuticos	0,54	0,20	0,41	3,96
Capítulo 48. Papel y cartón; manufacturas de pasta de celulosa, de papel o cartón	0,40	0,68	0,60	1,28
Capítulo 94. Muebles; mobiliario medicoquirúrgico; artículos de cama y similares; aparatos de alumbrado no expresados ni comprendidos en otra parte; anuncios, letreros y placas indicadoras, luminosos y artículos similares; construcciones prefabricadas	0,21	0,69	0,51	1,07
Capítulo 99. Reservada para ciertos usos específicos determinados por las autoridades comunitarias competentes	0,04	0,94	1,10	1,34
Total		0,64	13,53	18,40

Fuente: Elaboración propia a partir de DataComex, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

que entra es superior al valor de los productos que se exportan. También, el conjunto de bienes de equipo, recogidos en los capítulos de «Aparatos y material eléctrico» y en el de «Calderas, máquinas y artefactos mecánicos», sostienen un comercio intraindustrial intenso, pero es mayor el valor unitario de las exportaciones que el de las importaciones. Lo mismo sucede en el capítulo de «Productos farmacéuticos», en el que el comercio intraindustrial es bajo, pero la diferencia en el valor entre ambos flujos es notable.

2.5. Nivel tecnológico de los productos objeto del comercio

La caracterización del tipo de mercancía objeto del comercio de Galicia con el extranjero y su comparación con la trayectoria seguida por el comercio español y mundial son elementos que nos permiten conocer las perspectivas de evolución de las exportaciones e importaciones gallegas en los próximos ejercicios.

Si se considera la clasificación de los bienes gallegos objeto del comercio teniendo en cuenta el nivel tecnológico² de los mismos se observa, por el lado de las exportaciones, una cierta especialización en los productos de un nivel tecnológico medio-alto

² La clasificación que figura en el cuadro 19 se elaboró por el INE siguiendo los criterios de Eurostat sobre la correspondencia entre el nivel de intensidad tecnológica y la CNAE-2009.

y bajo, situación relativamente similar a la de las importaciones. Esta estructura no se asemeja a la que presentó el comercio mundial en la última década en la que si bien predominaron las transacciones de mercancías de tecnología media-alta, el grupo de productos de tecnología alta representa algo más de la cuarta parte del valor total del comercio. Por otro lado, la irrupción en el mercado mundial de nuevos competidores procedentes de países emergentes (junto con la evolución de los precios de los crudos) motivó que la mayor tasa de crecimiento en la última década en el mundo se haya producido en las ventas del conjunto de mercancías catalogado como de tecnología media-baja, situación que sugiere que los países con un comercio especializado en este tipo de bienes se enfrentan a una competencia cada vez más fuerte.

Con las estadísticas disponibles del comercio gallego se han seleccionado los bienes industriales y se han clasificado por su intensidad tecnológica. Como ya se comentaba en el *Informe* correspondiente a 2009 estos resultados tienen que tomarse como indicativos, ya que determinados productos fabricados en sectores denominados genéricamente como de intensidad baja pueden llevar incorporada tecnología puntera y ser generadores de un elevado valor añadido. También se discutían allí afirmaciones como que el desarrollo de la actividad comercial tendría que venir acompañado por una mayor intensidad tecnológica en los productos. Evidentemente, dentro de sectores catalogados como de nivel tecnológico medio o bajo, en los que se incluyen la mayor parte de la actividad industrial gallega, cabe la especialización en segmentos de mercado o en productos en los que Galicia puede competir con éxito en los mercados internacionales.

De la observación de la evolución del comercio externo gallego por nivel tecnológico entre 2007 (antes del inicio de la crisis) y 2010 y el primer semestre de 2011 se extraen varias conclusiones. En primer lugar, se observa como ha aumentado el peso relativo de los productos de tecnología baja a costa de los de tecnología media-alta tanto en exportaciones como en importaciones, debido, sobre todo, al descenso del comercio en el sector de la automoción. Por otro lado, el incremento en el valor de las transacciones en refino de petróleo ha aumentado el peso relativo del comercio del conjunto de productos de tecnología media-baja. También observamos que persiste la irrelevancia del comercio gallego en productos con un nivel tecnológico alto, más en las exportaciones (sólo representaban el 1% del valor total) que en las importaciones. Estas últimas han pasado de absorber un 4,1% en 2007 a un 6,6% en 2010 debido a la compra de productos farmacéuticos. Finalmente y en términos de tasa de crecimiento, el valor de las exportaciones gallegas, tomando como referencia los dos años anteriores, ha descendido sensiblemente en los grupos de bienes de tecnología alta y media-alta. También ha caído, pero a una tasa inferior, en el grupo de bienes de tecnología media, mientras que desde el inicio de la crisis ha aumentado el valor de lo exportado en el grupo de tecnología baja gracias a la industria de la alimentación, pero sobre todo, por el comercio del sector de la confección de prendas de vestir. La evolución de las importaciones ha sido, diferente. Ante la evolución coyuntural del sector farmacéutico se ha incrementado la compra de bienes de gama tecnológica alta, mientras que ha descendido sensiblemente la de los otros tres grupos.

A continuación se exponen los resultados comparativos obtenidos tras analizar la evolución de 2007 a 2010 de las exportaciones gallegas y españolas por grado de intensidad tecnológica. Para lograr una mejor comprensión de estos resultados se efectúa un análisis sobre las características de la cuota gallega de exportaciones en el contexto español.

Con la crisis y el mayor incremento relativo del comercio español con respecto al gallego, se produjo una reducción del peso relativo o cuota de este último. En cuanto al conjunto de bienes industriales, las exportaciones han pasado de representar el 9,4% del total de España en 2007 al 8,5% en 2010. En las importaciones la caída ha sido inferior, del 5,5 al 5,3%. La cuota gallega del valor de lo exportado, no así lo de lo importado, es superior a la de cualquier otra variable macroeconómica. En exportaciones, este menor peso se ha producido en todos los grupos de bienes clasificados por nivel tecnológico, si bien cuanto más alta ha sido la intensidad tecnológica mayor ha sido la pérdida de cuota. No sucedió lo mismo con las importaciones, ya que las caídas más bruscas se produjeron en el grupo de bienes de tecnología media y media-baja mientras que se incrementó levemente el peso en las mercancías de tecnología alta.

Un modo de conocer cuales son los factores explicativos de la evolución del peso relativo de las exportaciones gallegas por intensidad tecnológica en el contexto español es a través de la utilización de la técnica del cambio de cuota.³ En síntesis, esta técnica consiste en descomponer la diferencia de la variación del crecimiento del comercio de ambas economías en tres componentes:⁴ la intensidad de la demanda

³ Efectuamos un ejercicio similar al que se realiza en «La evolución de la cuota de exportación de los productos españoles en la última década: El papel de la especialización comercial y de la competitividad». Boletín Económico del Banco de España. Mayo, 2011.

⁴ Algebraicamente la desagregación se efectúa de la siguiente manera:

$$(g-g^*) = \sum w_i (g_i^*-g^*) + \sum w_i^*(g_i-g_i^*) + \sum (w_i-w_i^*) (g_i-g_i^*)$$

En donde:

$g-g^*$ – Es la diferencia en la tasa de variación de las exportaciones totales de Galicia (g) y de España (g^*).

$\sum w_i (g_i^*-g^*)$ – Es el factor de intensidad de demanda (ID) en el que w_i es el peso relativo de las exportaciones gallegas de cada rama industrial y g_i^* es la tasa de variación de las exportaciones de cada rama en España.

$\sum w_i^*(g_i-g_i^*)$ – Es el factor de ventaja competitiva (VC) en el que g_i es la tasa de variación de las exportaciones de cada rama en Galicia y w_i^* es el peso relativo de las exportaciones españolas de cada rama industrial.

$\sum (w_i-w_i^*) (g_i-g_i^*)$ – Es el factor de localización (FL).

Los resultados numéricos (en tanto por cien) de la evolución de la cuota de las exportaciones gallegas en el contexto de las españolas, entre 2007 y 2010 y su desagregación son las siguientes:

Intensidad Tecnológica	($g-g^*$) Cambio de cuota	$\sum w_i (g_i^*-g^*)$ ID	$\sum w_i^*(g_i-g_i^*)$ VC	$\sum (w_i-w_i^*) (g_i-g_i^*)$ FL
Alta	-30,8	6,6	289,3	-326,7
Media-alta	-16,5	-6,2	-7,6	-2,7
Media-baja	-3,8	-8,6	14,0	-9,3
Baja	-1,2	6,5	-3,8	-3,8
Total	-9,4	-2,2	27,3	-34,6

(mide el efecto en la cuota gallega de la especialización española en cada grupo); la ventaja competitiva (mide el impacto de la variación de un grupo de bienes en Galicia con respecto a ese mismo grupo en España); y, el factor de localización (es

C.19 Evolución del comercio gallego según la intensidad tecnológica de las ramas industriales gallegas

Nivel tecnológico	Denominación (CNAE-2009)	Exportaciones (millones de euros)			Importaciones (millones de euros)		
		2007	2010	En.-Jun. 2011	2007	2010	En.-Jun. 2011
Alto	21. Fabricación de productos farmacéuticos	139,4	63,4	27,6	397,2	544,7	205,7
	26. Fabricación de productos informáticos, electrónicos y ópticos	51,1	65,5	39,3	134,6	126,9	47,6
	303. Construcción aeronáutica y espacial	1,0	18,8	0,7	3,0	3,2	0,7
	Alto	191,6	147,7	67,6	534,7	674,8	254,1
	% sobre el total	1,2	1,0	0,8	4,1	6,6	4,9
Medio-Alto	20. Industria química	287,0	323,5	165,6	490,3	478,3	291,1
	254. Fabricación de armas y municiones	0,7	1,1	0,0	0,5	4,4	2,3
	27. Fabricación de material y equipo eléctrico	685,7	501,8	286,1	470,2	310,3	230,0
	28. Fabricación de maquinaria y equipo	277,1	264,1	145,3	504,1	340,2	171,8
	29. Fabricación de vehículos de motor	6.635,3	4.898,2	2.959,0	3.602,4	2.324,0	955,7
	302. Fabricación de locomotoras y material ferroviario	0,1	0,1	0,1	0,6	5,7	0,1
	304. Fabricación de vehículos militares	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	309. Fabricación de otro material de transporte	5,7	1,2	0,3	29,2	9,5	3,7
	325. Fabricación de instrumentos y suministros médicos y odontológicos	4,4	6,3	1,9	10,4	13,6	6,6
	Medio-Alto	7.895,9	5.996,2	3.558,4	5.107,7	3.486,0	1.661,4
% sobre el total	49,8	42,2	43,7	38,9	33,9	31,9	
Medio-Bajo	182. Reproducción de soportes grabados	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	19. Coquerías y refino de petróleo	410,1	801,0	417,2	763,4	761,0	553,5
	22. Fabricación de productos de caucho y plástico	130,5	110,9	57,3	185,6	173,9	87,2
	23. Fabricación de otros productos minerales no metálicos	372,2	276,2	158,7	153,2	94,1	38,8
	24. Metalurgia; productos de hierro, acero y ferroaleaciones	628,4	690,9	376,6	1.410,3	867,2	468,2
	25. Fabricación de productos metálicos excepto maquinaria y equipo	200,0	196,4	100,4	298,3	205,7	108,9
	301. Construcción naval	949,3	498,2	595,2	40,6	32,7	10,3
	33. Reparación e instalación de maquinaria y equipo	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	Medio-Bajo	2.690,5	2.573,6	1.705,3	2.851,5	2.134,6	1.267,0
% sobre el total	17,0	18,1	20,9	21,7	20,8	24,3	

[Continúa]

C.19 Evolución del comercio gallego según la intensidad tecnológica de las ramas industriales gallegas (continuación)

Nivel tecnológico	Denominación (CNAE-2009)	Exportaciones (millones de euros)			Importaciones (millones de euros)		
		2007	2010	En.-Jun. 2011	2007	2010	En.-Jun. 2011
Bajo	10. Industria de la alimentación	1.596,9	1.606,2	906,5	1.779,4	1.637,5	911,5
	11. Fabricación de bebidas	42,6	37,9	21,9	13,6	14,0	7,7
	12. Industria del tabaco	0,1	0,4	0,2	0,0	0,0	0,0
	13. Industria textil	291,5	296,3	143,3	418,4	355,2	184,5
	14. Confección de prendas de vestir	2.141,4	2.531,3	1.248,1	1.523,7	1.359,1	638,0
	15. Industria del cuero y del calzado	235,9	318,2	147,6	67,8	76,4	40,3
	16. Industria de la madera y del corcho	347,1	263,6	145,9	419,4	155,8	55,1
	17. Industria del papel	312,1	342,6	144,2	178,2	188,0	92,6
	181 Artes gráficas	0,8	0,6	0,7	0,1	0,2	0,0
	31 Fabricación de muebles	78,3	58,5	34,8	168,8	127,8	66,1
	32. Otras industrias manufactureras	44,2	47,4	20,5	64,1	66,9	30,0
	Bajo	5.090,9	5.502,8	2.813,6	4.633,5	3.981,0	2.025,8
	% sobre el total	32,1	38,7	34,5	35,3	38,7	38,9
	Total	15.868,8	14.220,3	8.144,9	13.127,4	10.276,3	5.208,2

Nota: Los datos de 2007 y 2010 son definitivos; los de 2011 son provisionales.
Fuente: DataComex, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

el resultado de la interacción de los dos anteriores y recoge el efecto de si las exportaciones están especializadas en los grupos en los que Galicia presenta una ventaja competitiva).

Las razones que explican la evolución en el diferencial de variación entre 2007 y 2010 de las exportaciones en el conjunto de España y Galicia son diferentes en cada grupo de productos. El signo positivo de los bienes de intensidad de tecnología alta y baja muestra una mejoría en el factor de intensidad de la demanda en este grupo de mercancías, lo que no sucedió con los otros dos segmentos de bienes. Se ha observado que entre 2007 y 2010 mejoraron las ventajas competitivas en los grupos de intensidad alta y media-baja empeorando en los que usan tecnologías media-alta y baja. Finalmente, en este período, no se han logrado ventajas de localización en ninguno de los grupos.

De la descomposición del diferencial de la tasa de variación del comercio de mercancías con el exterior entre España y Galicia en los 31 sectores industriales, según la clasificación que figura en el cuadro 19, resulta que entre 2007 y 2010 globalmente se observó una mejoría de las ventajas competitivas gallegas y un empeoramiento de los otros dos componentes. En cuanto a los sectores más relevantes, cabe destacar los valores negativos obtenidos en los tres efectos en las exportaciones de las dos ramas determinantes del sector del transporte, automóviles y barcos. En cuanto a la con-

fección de prendas de vestir, mejora notablemente en este período de crisis, la intensidad de demanda con respecto al conjunto de España, pero empeoran las ventajas competitivas y los factores de localización. En la industria de la madera permanece estable su ventaja competitiva si bien empeoran débilmente la intensidad de su demanda y los factores de su localización.

2.6. Comparación del comercio externo de Galicia y de España en 2010. Los productos que se intercambian

Como ya había sucedido en los ejercicios anteriores la evolución del comercio gallego en 2010 mantuvo una trayectoria relativamente similar a la observada en el conjunto del comercio español, en el sentido de que, tras la profunda desaceleración experimentada en 2009, en ambos casos se recuperaron ambos flujos del comercio. Ahora bien, como ya se indicó anteriormente, el crecimiento en España del valor monetario tanto de las exportaciones como de las importaciones de bienes (un 16,8% y un 16,5% respectivamente) fue sensiblemente superior al observado en Galicia (6,8% y 4,1% respectivamente). Esa trayectoria de recuperación también persistió en el primer semestre de 2011, período en que el crecimiento monetario en España fue, respectivamente del 16,4% y del 19,4%, mientras que como también ya se ha comentado, en Galicia las exportaciones se incrementaron en un mayor porcentaje un 22,5% y las importaciones lo siguieron haciendo a una tasa más baja, un 7%. Este notable repunte en el comercio, determinante de que tanto el PIB español como el gallego, se mantuviera en este período con tasas de variación positivas, puede verse negativamente afectado por los problemas económicos que comienzan a vislumbrarse en países de la UE, territorio hacia el que, en ambos casos, se dirige la mayor parte del comercio.

Por otro lado, en 2010, Galicia con respecto al conjunto de España mantuvo un peso relativo en el valor de lo exportado superior al de otras variables macroeconómicas. En este año las exportaciones gallegas fueron el 8% de las españolas, 7 décimas menos que hace un año. El peso de las importaciones, un 5,7%, tradicionalmente es inferior al de las exportaciones y, con respecto a 2009, también descendió en 7 décimas.

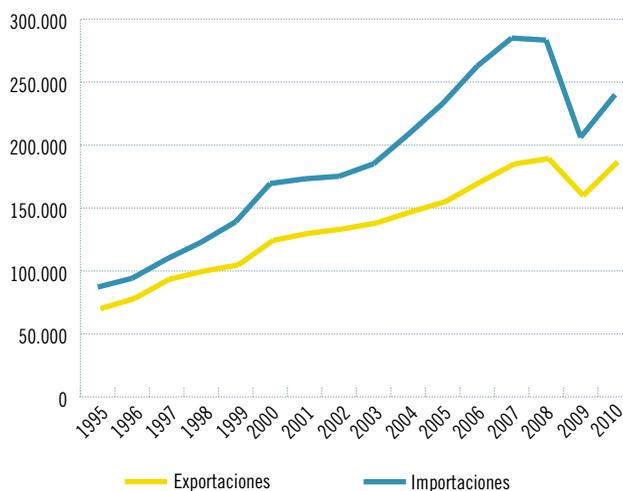
Tal y como ya se alertaba en los dos *Informes* precedentes, la relativa similitud en la evolución de las transacciones comerciales con el extranjero de ambos territorios no ha de ocultar las diferencias significativas existentes, tanto en términos generales como sectoriales. Así, mientras que en estos últimos años el saldo de la balanza comercial gallega fue positivo, los resultados en España de esta variable, si bien han mejorado en los años de crisis, siguen siendo muy negativos e, inclusive en 2010 el déficit fue más elevado que en 2009. El drástico freno de las importaciones españolas en 2009 (cayeron un 27,3%) muy superior al de las exportaciones (15,5%) había reducido casi a la mitad este déficit, pero la evolución similar de ambas variables en

2010 volvió a provocar un aumento del mismo con una tasa de cobertura española estabilizada (del 77,6% pasó al 77,8%). Sustituir el mercado interno por el externo fue una salida afortunada para el sector industrial español que, como el gallego, fue uno de los principales afectados por esta crisis. Así, tras el pesimismo de 2009, los años 2010 y 2011 fueron mejores. La calidad de los bienes vendidos, la elasticidad precio y renta de los mismos, la recuperación del consumo y del comercio mundial son en general, elementos que suelen explicar esta evolución. Por otro lado, este proceso seguido por el sector externo español tampoco ha de ocultar la excesiva dependencia de la economía de los bienes importados, por lo que parecen, inelásticos, ante la débil demanda interna española.

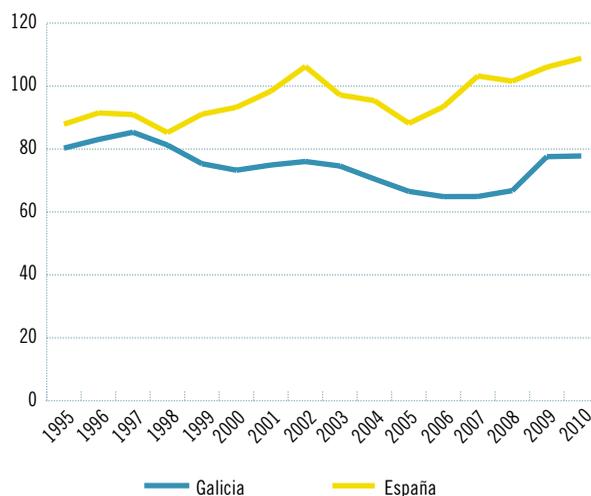
La recuperación del comercio en 2010, en un contexto de desaceleración de los agregados de la demanda interna, conllevó un incremento en el grado de apertura español. El índice pasó del 0,35 en 2009 a 0,40 en 2010, cifras, no obstante, inferiores a las de los ejercicios previos a la crisis. El incremento de 5 centésimas en el grado de apertura español redujo la diferencia con el índice gallego, el cual solo aumentó en 2 centésimas. No obstante, la brecha es todavía de 1 décima lo que permite concluir que la economía gallega está algo más volcada hacia el extranjero que la española, situación que suele ser habitual cuando se comparan economías de tan diferente tamaño.

Del mismo modo que en el comercio gallego, la mejoría en los flujos de exportación e importación en 2010 en España se produjo, en mayor o menor medida, en la práctica totalidad de los capítulos arancelarios más relevantes. En cuanto a las exportaciones, tras los resultados tan negativos de 2009, el cambio experimentado en 2010 no ha modificado significativamente el *ranking* exportador español. Como en Galicia, sigue liderado por los «Vehículos automóviles» con un peso relativo algo inferior al de 2009 (17,4%) pero a gran distancia del capítulo situado en segundo lugar. En valor, las exportaciones de vehículos y sus componentes se incrementaron un 11,2% (en Galicia el aumento fue de tan solo el 1,1%). En

G.15 Evolución de las exportaciones e importaciones en España. Millones de euros



G.16 Evolución de la tasa de cobertura (%) en Galicia y España



C.20 Evolución del comercio exterior español

Millones de euros

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Exportaciones	146.924,7	155.004,7	170.438,6	185.023,2	189.227,9	159.889,6	186.780,1
Importaciones	208.410,7	232.954,5	262.687,2	285.038,3	283.387,8	206.116,2	240.055,9
Saldo comercial	-61.486,0	-77.949,7	-92.248,6	-100.015,1	-94.159,9	-46.226,6	-53.275,8
Tasa de cobertura (%)	70,5	66,5	64,9	64,9	66,8	77,6	77,8
Grado de apertura	0,42	0,43	0,44	0,45	0,43	0,35	0,4

Fuente: DataComex, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio e INE.

ambos territorios es, sin duda, la actividad clave en el comportamiento de la demanda extranjera de mercancías. La novedad en España en 2010 fue el ascenso del capítulo de «Combustibles minerales» al cuarto lugar (en 2009 ocupaba el quinto) debido al incremento de un 32,7%, debido sobre todo a la subida de los precios. Las estrategias de las industrias petroleras son determinantes en estos últimos resultados. Por otro lado, los dos capítulos en los que se concentra el comercio de bienes de inversión («Calderas, máquinas y artefactos mecánicos; máquinas» y «Aparatos y material eléctrico») siguen ocupando en España el segundo y tercer lugar en el *ranking* exportador y en 2010 se observó una evolución positiva en ambos. Estos dos sectores junto con el comercio de la industria farmacéutica, que ocupa en España el quinto lugar, son actividades no tan destacadas en la estructura exportadora gallega. Así, mientras en Galicia las exportaciones del sector farmacéutico fueron muy bajas (tan solo 61,6 millones de euros lo que relega este capítulo al lugar trigésimo) en España representan el 4,5% del total. Madrid y Cataluña acaparan casi toda la exportación y también son significativas las cifras de Castilla-León. En sentido contrario, sectores determinantes en la estructura exportadora gallega como el de prendas y complementos de vestir sean o no de punto, o la actividad pesquera, no tienen un peso tan destacado en el conjunto del Estado, aunque su evolución también fue positiva. El capítulo de «Prendas de vestir, exceptuado el punto» en España ocupa el lugar decimocuarto, las de punto el vigésimo y la pesca el vigésimo octavo. Es precisamente el sector gallego el que propicia que ocupen esos lugares.

En España, en 2010, los cinco primeros capítulos según el valor de las exportaciones, coinciden, en distinto orden, con los de las importaciones. Por otro lado, estos últimos son los mismos y en el mismo orden que en 2009. Por tanto, el incremento de un 16,5% en el valor de lo importado no ha modificado la estructura del comercio, al menos en los capítulos más importantes. Estos cinco primeros capítulos absorben la mitad del valor total importado mientras que los correspondiente al *ranking* gallego casi representan las dos terceras partes de este valor. Como sucedía con las exportaciones, la mayoría de los principales capítulos experimentaron en 2010 una variación positiva. Solo descendió (1,7%) productos farmacéuticos y si bien su peso relativo sobre el total bajó en casi un punto, se mantuvo en el quinto lugar. El espectacular

C.21 Los cinco capítulos arancelarios más importantes en Galicia y España en importaciones y exportaciones. Año 2010

Galicia			España		
Exportaciones	Miles de €	% sobre el total	Exportaciones	Miles de €	% sobre el total
Capítulo 87. Vehículos automóviles, tractores, velocípedos y demás vehículos terrestres, sus partes y accesorios	4.896.512,9	32,8	Capítulo 87. Vehículos automóviles, tractores, velocípedos y demás vehículos terrestres, sus partes y accesorios	32.430.912,0	17,4
Capítulo 62. Prendas y complementos (accesorios), de vestir, excepto los de punto	1.564.684,3	10,5	Capítulo 84. Reactores nucleares, calderas, máquinas, aparatos y artefactos mecánicos; partes de estas máquinas o aparatos	13.810.624,6	7,4
Capítulo 3. Pescados y crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos	991.656,3	6,7	Capítulo 85. Máquinas, aparatos y material eléctrico, y sus partes	11.898.066,8	6,4
Capítulo 61. Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto	913.144,5	6,1	Capítulo 27. Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación; materias bituminosas; ceras minerales	9.650.659,0	5,2
Capítulo 27. Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación; materias bituminosas; ceras minerales	804.652,6	5,4	Capítulo 30. Productos farmacéuticos	8.381.550,4	4,5
% sobre el total		61,5	% sobre el total		40,8
Importaciones			Importaciones		
Capítulo 27. Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación; materias bituminosas; ceras minerales	3.161.489,2	24,0	Capítulo 27. Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación; materias bituminosas; ceras minerales	44.084.506,8	18,4
Capítulo 87. Vehículos automóviles, tractores, velocípedos y demás vehículos terrestres, sus partes y accesorios	2.289.293,6	17,4	Capítulo 87. Vehículos automóviles, tractores, velocípedos y demás vehículos terrestres, sus partes y accesorios	22.946.098,2	9,6
Capítulo 3. Pescados y crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos	1.223.314,6	9,3	Capítulo 84. Reactores nucleares, calderas, máquinas, aparatos y artefactos mecánicos; partes de estas máquinas o aparatos	21.698.717,7	9,0
Capítulo 62. Prendas y complementos (accesorios), de vestir, excepto los de punto	900.961,3	6,8	Capítulo 85. Máquinas, aparatos y material eléctrico, y sus partes	20.784.900,2	8,7
Capítulo 72. Fundición, hierro y acero	730.067,1	5,5	Capítulo 30. Productos farmacéuticos	11.077.377,2	4,6
% sobre el total		63,1	% sobre el total		50,2

Fuente: DataComex, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

aumento de combustibles minerales (29,8%) permitió que consolidara su primera posición, lugar que, gracias al incremento del 36,7%, también se alcanzó en Galicia a costa del sector de la automoción. En esta última actividad caía en un 16,5% el valor de lo importado por Galicia mientras que en el conjunto de la economía española

experimentaba un incremento del 7,4%. Como se indicó, en ambos casos ocupó el segundo lugar. Mientras que en España los capítulos de bienes de equipo y los productos farmacéuticos ocupaban los siguientes lugares, en Galicia, como en las exportaciones, fueron los productos de la pesca y la confección de prendas de vestir que no son de punto los otros dos capítulos con un mayor peso. No obstante, es importante subrayar el empuje que mostró la «Fundición, hierro y acero» en ambos territorios ya que si el crecimiento en Galicia de un 16%, por los motivos ya comentados, le permitió ascender al quinto lugar, en España el crecimiento fue del 49,6%, lo que le permitió colocarse en la sexta posición. La comunidad autónoma que en mayor medida contribuyó a este crecimiento fue el País Vasco, comunidad que de importar productos para sus plantas industriales por valor de 1.189,7 millones de euros en 2009, pasó a 2.074 millones de 2010.

Un modo sencillo de observar la importancia relativa del comercio externo gallego con respecto al español es a través del cálculo de los coeficientes de localización. Este ejercicio, por capítulos arancelarios, se efectuó en los dos *Informes* precedentes para varios años por lo que, a continuación, tomando como referencia 2010, se comparan los resultados de 2010 con los alcanzados en 1995 y 2007, año este último previo al inicio de la crisis. El cálculo de este coeficiente consiste en dividir el peso relativo que un capítulo arancelario tiene en Galicia por el peso de ese mismo capítulo en España. Para hacer más manejable la información alcanzada y como ya se hizo en el análisis del comercio intraindustrial, solo se han seleccionado los capítulos cuyo peso relativo en el comercio externo gallego fue superior en 2010 al 1% del total.

En 2010, doce capítulos con un peso superior al 1% del total exportado por Galicia de un total de dieciséis posibles, tenían un coeficiente de localización superior a 100. Ello sugiere que la especialización del comercio gallego en el contexto español en poco ha cambiado con respecto a los últimos años. En 2007 y 2009 superaban aquel valor trece capítulos y las novedades registradas en 2010 son la incorporación a este grupo de «Combustibles minerales» que, como ya se indicó, casi duplicó en un año el valor de sus exportaciones. Por otro lado, no figuran en esta lista dos capítulos en los que en los últimos años se habían efectuado operaciones muy peculiares. Se trata del capítulo 99 que recoge exportaciones excepcionales no recogidas en los restantes y el capítulo 28, «Productos químicos inorgánicos», debido a que operaciones puntuales ya comentadas en el *Informe* de 2009 no se repitieron. En cuanto a los capítulos que sí permanecen en esta clasificación, los resultados sugieren un incremento de la especialización del comercio externo gallego con respecto al español. En 2010, el primer lugar lo pasó a ocupar el sector pesquero, cuyo peso en la estructura del comercio exportador gallego fue más de seis veces superior al peso que este capítulo tuvo en el conjunto de España. No en vano, más de la mitad del comercio español de este sector se realizó desde Galicia. Un comportamiento similar fue el observado en prendas de vestir que no son de punto, conjunto de productos que en 2009 había alcanzado el coeficiente de localización más elevado de Galicia. Su peso en el contexto español se refleja en que, desde esta comunidad autónoma, gracias a las

plataformas de distribución del grupo Inditex, se exportó el 49,1% del total español. También Galicia está especializada en el comercio de conservas de pescado y si bien el coeficiente ha ido descendiendo desde 1995, año en el que la casi totalidad de las exportaciones españolas eran gallegas. El valor en 2010 de 543,7 del coeficiente apunta a que el 43,4% del total exportado por España se realizara desde Galicia.

El coeficiente de localización también tuvo un valor muy elevado, superior a 400, en actividades tradicionales de la industria gallega y en las que en su producción también refleja una cierta especialización de esta comunidad en el contexto español. Se trata de «Prendas y complementos de vestir de punto», «Madera y manufacturas de la madera», «Barcos» y «Pasta de papel». La especialización ya no ha sido tan acusada en otros sectores como la manufactura de la piedra, la automoción, el aluminio o los combustibles minerales.

En el ángulo contrario, de los capítulos con un valor exportado superior al 1% del total gallego, en cuatro (cuadro 23), el coeficiente de localización no solo no alcanzó el valor de 100 sino que, el valor de este indicador fue muy bajo. Se trata de la «Fundición, hierro y acero», actividad que, como ya se ha indicado, si bien ha mostrado una sensible recuperación en el comercio gallego en 2010, no tiene el mismo peso

C.22 Capítulos con un valor del coeficiente de localización superior a 100 y con un peso en la exportación total gallega superior al 1% en 2010

Exportaciones	Coeficiente de localización			Peso sobre el total de las exportaciones en Galicia		
	1995	2007	2010	1995	2007	2010
Capítulos						
Capítulo 3. Pescados y crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos	894,8	561,5	639,6	9,0	5,7	6,7
Capítulo 62. Prendas y complementos (accesorios), de vestir, excepto los de punto	427,4	562,0	614,4	2,7	7,8	10,5
Capítulo 16. Preparaciones de carne, pescado o crustáceos, moluscos o demás invertebrados acuáticos	900,4	541,9	543,7	3,6	2,3	2,6
Capítulo 61. Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto	293,1	508,7	469,7	1,3	4,8	6,1
Capítulo 44. Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera	604,7	364,7	416,2	3,5	2,2	2,1
Capítulo 89. Barcos y demás artefactos flotantes	223,8	510,7	409,5	2,2	5,7	3,3
Capítulo 47. Pasta de madera o de las demás materias fibrosas celulósicas; papel o cartón para reciclar (desperdicios y desechos)	803,2	372,0	403,5	5,0	1,2	1,7
Capítulo 68. Manufacturas de piedra, yeso fraguable, cemento, amianto (asbesto), mica o materias análogas	641,1	288,1	270,0	5,5	1,9	1,6
Capítulo 87. Vehículos automóviles, tractores, velocípedos y demás vehículos terrestres, sus partes y accesorios	161,6	189,6	189,1	38,4	39,8	32,8
Capítulo 64. Calzado, polainas y artículos análogos; partes de estos artículos	13,9	115,5	165,7	0,3	1,2	1,7
Capítulo 76. Aluminio y sus manufacturas	310,5	144,7	164,8	3,3	1,7	1,9
Capítulo 27. Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación; materias bituminosas; ceras minerales	131,3	52,7	104,4	2,7	2,5	5,4

C.23 Capítulos con un valor del coeficiente de localización inferior a 100 y con un peso en la exportación total gallega superior al 1% en 2010

Exportaciones	Coeficiente de localización			Peso sobre el total de las exportaciones en Galicia		
	1995	2007	2010	1995	2007	2010
Capítulos						
Capítulo 72. Fundición, hierro y acero	53,5	38,1	68,6	1,9	1,4	2,5
Capítulo 85. Máquinas, aparatos y material eléctrico, y sus partes; aparatos de grabación o reproducción de sonido, aparatos de grabación o reproducción de imagen y sonido en televisión, y las partes y accesorios de estos aparatos	21,4	65,5	57,1	1,4	4,3	3,6
Capítulo 99. Reservada para ciertos usos específicos determinados por las autoridades comunitarias competentes	48,6	122,2	39,6	0,7	2,5	1,1
Capítulo 84. Reactores nucleares, calderas, máquinas, aparatos y artefactos mecánicos; partes de estas máquinas o aparatos	23,7	21,1	25,0	2,2	1,8	1,8

Fuente: Elaboración propia a partir de DataComex, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

en la estructura gallega que en la española debido a la elevada implantación de este tipo de productos en otras comunidades autónomas. Lo mismo sucedió con los dos capítulos en los que se concentra una buena parte de los bienes de capital y que, como hemos observado, ocupan un lugar muy importante en la estructura productiva del comercio español con el extranjero.

En cuanto al coeficiente de localización de las importaciones de los diferentes capítulos arancelarios gallegos, de los 18 que superan el umbral del 1%, 11 presentan, en 2010, un coeficiente con un valor superior a 100. Todos ellos superaban este valor en 2007 y, salvo uno, también en 1995. No obstante, los resultados sugieren que la especialización es menor en las importaciones que en las exportaciones. Como en 2007 y 2009, las importaciones de conservas de pescado siguen siendo el grupo de bienes en los que el comercio gallego presenta una mayor especialización con respecto a España. Desde Galicia se importan un 34,4% del total español. También las actividades de la pesca mantuvieron en 2010 su elevada especialización (en 1995 este grupo de productos fue el que tuvo el coeficiente más elevado) y en tercer lugar, figura el capítulo 99 que, como ya se indicó, recoge transacciones especiales.

En los restantes ocho capítulos con un valor del coeficiente superior a 100, su evolución ha sido muy desigual. Nos referimos a un grupo de productos en los que el comercio gallego también está especializado en exportaciones (prendas de vestir, automoción, madera, aluminio, combustibles minerales) salvo dos excepciones. En el capítulo de «Cereales», el comercio intraindustrial es bajo y su especialización con respecto a España se ha ido incrementando en los últimos años. En 2010 absorbió el 11,2% de las importaciones totales españolas gracias al comercio de trigo y cebada. La otra excepción es «Fundición, hierro y acero», ya que si bien, en exportaciones, ante el peso de otras comunidades autónomas, Galicia no presenta una especialización relativa, no sucede lo mismo con las importaciones en cuyo comercio, el coeficiente alcanzó el valor de 160,7. Desde la compra de la siderurgia pública portuguesa

C.24 Capítulos con un valor del coeficiente de localización superior a 100 y con un peso en la importación total gallega superior al 1% en 2010

Importaciones	Coeficiente de localización			Peso sobre el total de las exportaciones en Galicia		
	1995	2007	2010	1995	2007	2010
Capítulos						
Capítulo 16. Preparaciones de carne, pescado o crustáceos, moluscos o demás invertebrados acuáticos	338,2	642,5	602,2	1,0	1,6	2,1
Capítulo 3. Pescados y crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos	657,1	579,0	497,5	16,3	9,5	8,9
Capítulo 99. Reservada para ciertos usos específicos determinados por las autoridades comunitarias competentes	158,4	103,1	349,9	0,0	0,4	1,3
Capítulo 62. Prendas y complementos (accesorios), de vestir, excepto los de punto	121,8	320,0	293,6	1,6	5,7	6,6
Capítulo 44. Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera	285,9	320,1	238,5	3,2	2,9	1,3
Capítulo 76. Aluminio y sus manufacturas	188,3	221,8	209,3	1,6	2,4	1,7
Capítulo 10. Cereales	144,9	120,4	196,0	2,1	1,0	1,5
Capítulo 87. Vehículos automóviles, tractores, velocípedos y demás vehículos terrestres, sus partes y accesorios	192,9	148,0	174,8	24,4	22,4	16,7
Capítulo 72. Fundición, hierro y acero	61,8	168,9	160,7	2,3	7,3	5,3
Capítulo 61. Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto	196,5	239,4	159,7	1,7	3,6	3,1
Capítulo 27. Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación; materias bituminosas; ceras minerales	179,2	113,7	125,7	15,0	17,0	23,1

Fuente: Elaboración propia a partir de DataComex, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

C.25 Capítulos con un valor del coeficiente de localización inferior a 100 y con un peso en la importación total gallega superior al 1% en 2010

Importaciones	Coeficiente de localización			Peso sobre el total de las exportaciones en Galicia		
	1995	2007	2010	1995	2007	2010
Capítulos						
Capítulo 48. Papel y cartón; manufacturas de pasta de celulosa, de papel o cartón	43,4	74,0	90,1	1,1	1,1	1,3
Capítulo 30. Productos farmacéuticos	22,6	82,8	85,8	0,4	2,4	4,0
Capítulo 94. Muebles; mobiliario medicoquirúrgico; artículos de cama y similares; aparatos de alumbrado no expresados ni comprendidos en otra parte; anuncios, letreros y placas indicadoras, luminosos y artículos similares; construcciones prefabricadas	34,3	87,3	81,7	0,2	1,2	1,1
Capítulo 26. Minerales metalíferos, escorias y cenizas	192,9	74,7	75,9	1,5	0,9	1,1
Capítulo 39. Plástico y sus manufacturas	44,9	50,5	51,6	1,6	1,6	1,6
Capítulo 85. Máquinas, aparatos y material eléctrico, y sus partes; aparatos de grabación o reproducción de sonido, aparatos de grabación o reproducción de imagen y sonido en televisión, y las partes y accesorios de estos aparatos	14,8	36,5	34,4	1,3	3,4	3,0
Capítulo 84. Reactores nucleares, calderas, máquinas, aparatos y artefactos mecánicos; partes de estas máquinas o aparatos	57,0	30,7	28,8	7,7	3,4	2,6

Fuente: Elaboración propia a partir de DataComex, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

por parte de la empresa de Narón, Megasa este coeficiente superó el valor de 100. En 1995 su valor era 61,8.

Con respecto a 2009 desaparecen de esta clasificación dos capítulos que ya no figuraban en 2007. Se trata, por un lado de «Extractos curtientes o tintóreos; taninos y sus derivados; pigmentos y demás materias colorantes; pinturas y barnices; mástiques; tintas», cuyo notable incremento de las importaciones procedentes de Alemania y Países Bajos no ha tenido continuidad y, por el otro, de «Metales metalíferos, escorias y cenizas», capítulo que en 2009 alcanzó un coeficiente de 108,9 (34,2 puntos más que en 2007) y que en 2010 ha retornado a los valores de los años anteriores al inicio de la actual crisis. Este cambio se ha debido a la recuperación de las importaciones en España (se incrementaron un 57%) frente a la caída de un 2,2% en Galicia. Más del 90% de los minerales de aluminio que se importan en España se dirigen a nuestra comunidad autónoma, pero en cuanto al resto de mercancías de este capítulo, salvo el manganeso, apenas si fueron relevantes en Galicia en 2010.

De los siete capítulos con un peso en las importaciones superior al 1% y en los que Galicia con respecto a España no está especializada, los coeficientes de localización difieren poco de los alcanzados en 2007. Además de la evolución ya comentada de «Minerales metalíferos, escorias y cenizas», se observa como los dos sectores de bienes de capital (máquinas, aparatos y material eléctrico; calderas, máquinas, aparatos y artefactos mecánicos) son los que presentan el coeficiente más bajo.

2.7. La distribución territorial del comercio externo gallego en 2010 y en el primer semestre de 2011

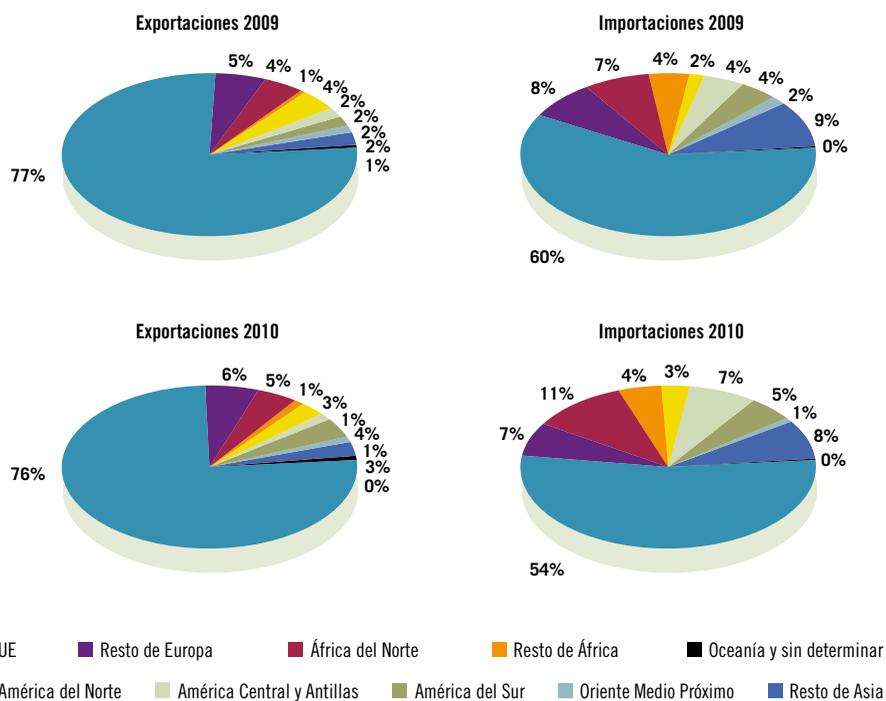
2.7.1. La distribución del comercio por grandes áreas territoriales

Las tres cuartas partes del valor de lo exportado por Galicia en 2010 se dirigieron a la UE. Esta proporción del 75% es muy elevada, pero ligeramente inferior, en 2 puntos, al porcentaje registrado en 2009. Como en los años anteriores, la exportación hacia las restantes grandes áreas no superó, en ningún caso, el 5% del total. El mayor incremento (del 2% pasó al 4%) se produjo en el conjunto de productos exportados a América del Sur, cuyo valor en 2010 se incrementó en un 111,6% debido a un aumento generalizado en las ventas de los capítulos más significativos del comercio, pero en especial, aquellos relacionados con el transporte (barcos y automoción). Las exportaciones aumentaron en la mayor parte de los países del área. Sobresalen, por su dimensión, las realizadas a cuatro territorios que absorbieron el 83,3% del total vendido en la zona. Se trata de: Brasil, en donde se registró un aumento de un 316,8% debido a una transacción singular (la venta de barcos), Venezuela (60,6%), Argentina (54,9%), y Chile (0,9%). También se incrementó en un 1% el peso relativo de las exportaciones dirigidas hacia el norte de África con un crecimiento en la zona de un 12,5%. En este territorio, el aumento del valor exportado en el capítulo de

«Fundición, hierro y acero» con Marruecos contrarrestó la menor venta del principal producto, «Vehículos automóviles» a Libia y también a Marruecos. También se incrementó en un punto el peso relativo del área geográfica denominada resto de Asia que comprende todo el continente, salvo los países del Oriente Medio. Las ventas gallegas se incrementaron un 26,5%. Las cifras del comercio con China se duplicaron (de 54,2 millones de euros se pasó a 113,5 millones) siendo, con diferencia, el primer cliente gallego de la zona. La demanda a Galicia del primer exportador e importador mundial se centró en productos pesqueros, prendas de vestir y desechos de cobre. También en el contexto del resto de Asia es relevante el comercio con Japón (cayó un 10,5%), Hong-Kong (subió un 19,3%) e India, país en el que las exportaciones gallegas aumentaron un 45,1% y se concentraron en la venta de electrodos de grafito.

Frente a estos tres territorios cuyas importaciones aumentaron sensiblemente, perdió peso relativo en el contexto gallego además de la UE, América del Norte (sin México), un 1%, debido a una menor exportación de «Aparatos y material eléctrico» a los EE.UU., lo que no pudo ser contrarrestado por el incremento en la venta de combustibles. También descendieron en un 1% las exportaciones a Oriente Medio. Su importancia relativa es pequeña (sólo representa el 1% de las exportaciones totales gallegas) y el comercio se concentra en la venta de prendas de vestir, «Aparatos y material eléctrico» y «Vehículos automóviles».

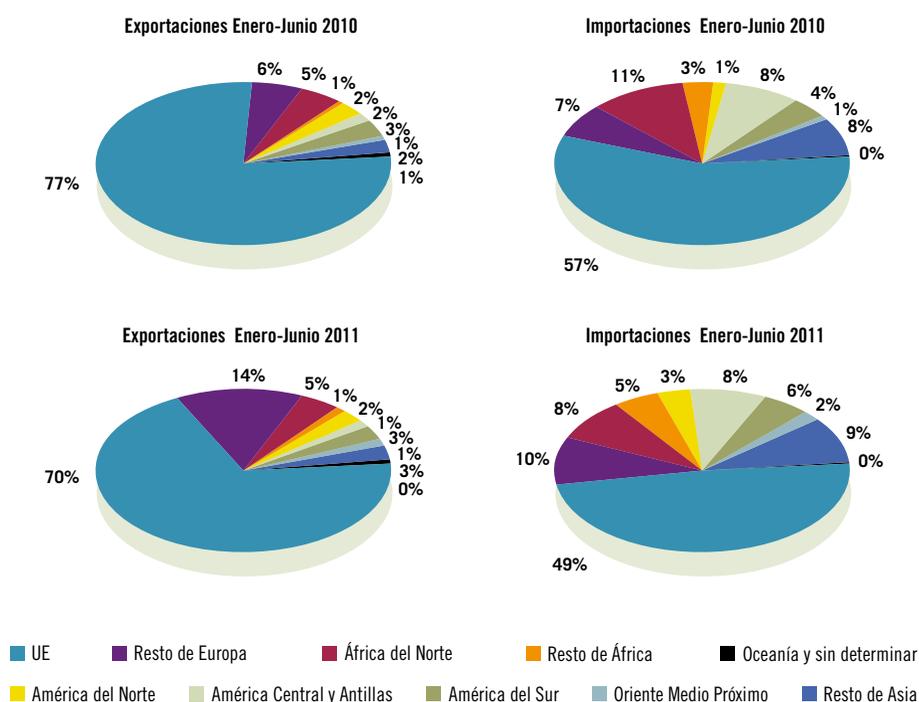
G.17 Distribución del valor del comercio exterior gallego por grandes áreas geográficas



En cuanto a las importaciones, las diferencias con respecto a la distribución del comercio en 2009 son mayores que las observadas en las exportaciones. El valor de las importaciones procedentes de la UE pasó de representar el 61% en 2009 al 53% en 2010, cayendo por tanto 8 puntos. La evolución del comercio de los productos líderes, en especial, los combustibles minerales, determinó este cambio sustantivo en la geografía comercial gallega. África del Norte se está constituyendo como un proveedor determinante del mercado gallego, hasta el punto que de absorber el 7% del total importado pasó al 11%. Además del incremento de la partida de combustibles minerales (de 494 millones se pasó a importar 959,3 millones de euros) procedente de Libia y de Argelia, también es reseñable el aumento de las compras de productos de confección sean o no de punto procedentes de Marruecos. Otro incremento elevado, del 4% al 7%, se registró en el área geográfica de América Central y Antillas debido al crudo mexicano, cuyo valor importado pasó de 358,7 millones a 723,2 millones de euros. Los aumentos en el peso relativo de otras áreas geográficas no fueron tan elevados.

Además de la UE, todo el continente asiático perdió peso relativo en la distribución territorial de las importaciones gallegas (del 11% se pasó al 9%). El comercio con Japón, seguramente influido por el desastre natural y, posteriormente, el nuclear, se redujo a menos de la mitad, desapareció el comercio con Irán y también cayó el

G.18 Distribución del valor del comercio externo gallego por grandes áreas geográficas



valor de las transacciones procedentes de Indonesia, segundo proveedor gallego de esta zona, debido al freno en la importación de hullas para las centrales térmicas gallegas. Sin embargo, el comercio procedente de China e India se mantuvo estabilizado y se incrementó la compra de petróleo a Qatar y de aluminio en bruto a Bahrein.

Como ocurrió en 2010, el mapa de las exportaciones gallegas experimentó otro vuelco en el primer semestre de 2011. Con respecto al mismo período del año anterior se observó una pérdida de 6 puntos en el peso relativo de la UE que, aun a pesar de ello, mantuvo una importancia determinante en la caracterización del comercio gallego ya que, del flujo exportador total, este territorio absorbe el 70%. Las exportaciones se desplazaron hacia la Europa no comunitaria hasta el extremo de pasar de vender Galicia en este breve período de tiempo un total de 413,5 millones de euros a 1.238,8 millones de euros. El grueso de este incremento se debe a la venta a Noruega de varios barcos por un valor de 451,1 millones de euros, lo que hace suponer que la ganancia porcentual en el peso relativo de este territorio será coyuntural y, por tanto, no perdurará más allá de 2011. Por otro lado, mientras se observa una pérdida de peso relativo en el Norte de África, en América del Norte y Central, se aprecia un incremento del comercio con el resto de Asia gracias al repunte de las ventas a China (como en 2010 destacan prendas de vestir y desechos del cobre), Hong-Kong (pesca) y también se han duplicado las exportaciones a la India, gracias de nuevo a la compra por parte de este país de electrodos. También, como en 2010, cayeron las exportaciones dirigidas a Japón.

En cuanto a las importaciones, el comercio procedente de la UE en el primer semestre de 2011, representaba la mitad del comercio total (el 57% un año antes) debido a un mayor peso de las importaciones de las restantes partes del mundo salvo África del Norte, territorio en el que, tras el elevado incremento observado en 2010, se registró una caída en la compra de crudo y en el segmento de prendas de vestir que no son de punto. El conflicto de Libia supuso una significativa caída de las importaciones de crudo a Galicia, en parte se palió con compras a Egipto, mientras que también descendió el valor de prendas de vestir adquiridas a Marruecos. En este período, por el contrario, se aceleró el valor de las importaciones procedentes del resto de Europa (por la adquisición de una mayor cantidad de crudo a Rusia y Noruega), del resto de África (ante la compra de combustibles minerales en Nigeria) y de América Central y Antillas, por el incremento de las transacciones de este mismo producto con México. En menor proporción aumentó el peso relativo de América del Sur y Asia. En este último continente también se diversificó la compra de crudo (Kazajstán, Arabia Saudí, Siria) lo que contrarrestó la caída del comercio con China, el principal proveedor gallego de esta zona geográfica.

2.7.2. La distribución del comercio por principales países

Seis países de la UE encabezaron tanto en 2009 como en 2010 el *ranking* exportador de Galicia. Ellos absorbían, aproximadamente, las dos terceras partes del valor total. Por ello, además de la concentración sectorial, el comercio gallego man-

tuvo su ya tradicional elevada concentración territorial, que se concretó en que los a quince países más importantes se dirigió en 2010 el 82,3% de las exportaciones totales (84,4% en 2009). No obstante, las estadísticas apuntan hacia una progresiva dispersión que se plasma en los resultados del primer semestre de 2011, en los que se observa que el peso de estos quince países bajó al 81,1%.

De estos países, en todos menos en cuatro, se registró en 2010 un crecimiento en el valor monetario de las exportaciones y, en buena parte de ellos, la tasa de variación fue de dos dígitos. Sobresalió Brasil con un incremento del 316,8% ante la singularidad de las transacciones efectuadas en ese ejercicio, y ya comentadas anteriormente. En cuanto a la UE, en un contexto de incremento de lo exportado hacia la mayoría de los países, es reseñable la posición de Italia que se consolida como el tercer país exportador de Galicia ya que es cliente de un conjunto de bienes muy variados (productos de la pesca; conservas de pescado; pasta de madera; prendas de vestir; «Aparatos y material eléctrico», y «Vehículos automóviles»). A una cierta

C.26 Valor de las exportaciones a los quince principales países

Países	2009		2010			Enero-Junio 2010		Enero-Junio 2011		
	Miles de €	Peso relativo	Miles de €	Peso relativo	Tasa de variación (%)	Miles de €	Peso relativo	Miles de €	Peso relativo	Tasa de variación (%)
Francia	4.944.081	35,4	4.846.297	32,5	-2,0	2.516.458	34,5	2.707.265	30,3	7,6
Portugal	2.158.590	15,5	2.263.584	15,2	4,9	1.050.975	14,4	1.150.375	12,9	9,5
Italia	967.829	6,9	1.139.847	7,6	17,8	554.201	7,6	568.956	6,4	2,7
Alemania	473.150	3,4	536.321	3,6	13,4	251.655	3,5	289.053	3,2	14,9
Reino Unido	420.003	3,0	493.561	3,3	17,5	222.245	3,0	257.710	2,9	16,0
Países Bajos	396.430	2,8	473.462	3,2	19,4	251.969	3,5	185.998	2,1	-26,2
Marruecos	369.092	2,6	397.868	2,7	7,8	207.387	2,8	191.636	2,1	-7,6
EE.UU.	568.272	4,1	376.898	2,5	-33,7	183.940	2,5	176.382	2,0	-4,1
Turquía	187.163	1,3	337.892	2,3	80,5	116.967	1,6	188.051	2,1	60,8
Bélgica	232.300	1,7	292.394	2,0	25,9	149.205	2,0	133.351	1,5	-10,6
Brasil	63.215	0,5	263.477	1,8	316,8	130.972	1,8	90.325	1,0	-31,0
Grecia	317.705	2,3	261.885	1,8	-17,6	122.867	1,7	138.730	1,6	12,9
Polonia	179.269	1,3	216.143	1,4	20,6	98.036	1,3	124.066	1,4	26,6
Noruega	356.239	2,6	203.200	1,4	-43,0	153.642	2,1	857.380	9,6	458,0
Argelia	143.487	1,0	176.497	1,2	23,0	74.017	1,0	181.117	2,0	144,7
Total 15 países	11.776.826	84,4	12.279.328	82,3	4,3	6.084.537	83,5	7.240.396	81,1	19,0
Resto de países	2.180.492	15,6	2.632.590	17,7	20,7	1.203.489	16,5	1.684.599	18,9	40,0
Total	13.957.318	100,0	14.911.918	100,0	6,8	7.288.025	100,0	8.924.994	100,0	22,5

Nota: Los datos de 2009 y 2010 son definitivos, 2011 son provisionales.
Fuente: DataComex, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

distancia se sitúan Alemania y Reino Unido. Son también significativos los repuntes en el comercio con Polonia (concentrado en pasta de madera, prendas de vestir y automóviles) y Turquía, país en el que se duplicó el valor de lo exportado en automoción.

Los resultados con los EE.UU. no fueron positivos. El brusco descenso en el valor de lo exportado se debió al comportamiento confluyente de varios capítulos. En 2009 se realizaron transacciones en el sector naval y en el grupo de «Aparatos y material eléctrico», ventas que no han tenido continuidad en 2010. También cayó el comercio con Noruega, aunque se recuperó en 2011, y con Grecia, debido a una transacción de 2009 muy particular y sin continuidad, operación de la que ya dábamos cuenta en el *Informe* anterior, correspondiente al capítulo 32 consistente en «Tintas de imprimir». El otro país en el que descendió el valor de lo exportado fue Francia, el principal destino de los productos gallegos. La caída de un 2% se debió al descenso experimentado por el conjunto de productos del sector de la automoción, actividad que explica casi la totalidad del comercio. Las exportaciones al mercado galo de este

C.27 Valor de las importaciones de los quince principales países

Países	2009		2010			Enero-Junio 2010		Enero-Junio 2011		
	Miles de €	Peso relativo	Miles de €	Peso relativo	Tasa de variación (%)	Miles de €	Peso relativo	Miles de €	Peso relativo	Tasa de variación (%)
Francia	2.904.809	22,1	2.541.968	18,6	-12,5	1.404.500	21,3	1.070.885	15,2	-23,8
Portugal	1.512.647	11,5	1.571.119	11,5	3,9	735.077	11,2	860.461	12,2	17,1
México	370.111	2,8	757.607	5,5	104,7	342.517	5,2	447.758	6,3	30,7
Libia	393.867	3,0	685.695	5,0	74,1	382.644	5,8	231.863	3,3	-39,4
Reino Unido	491.970	3,7	676.127	4,9	37,4	381.899	5,8	260.729	3,7	-31,7
Alemania	815.502	6,2	655.451	4,8	-19,6	300.208	4,6	344.303	4,9	14,7
China	553.238	4,2	562.610	4,1	1,7	250.578	3,8	246.004	3,5	-1,8
Italia	467.665	3,6	544.319	4,0	16,4	271.315	4,1	230.815	3,3	-14,9
Marruecos	414.316	3,1	421.657	3,1	1,8	220.731	3,3	190.594	2,7	-13,7
EE.UU.	200.638	1,5	395.994	2,9	97,4	94.371	1,4	217.212	3,1	130,2
Rusia	365.232	2,8	331.535	2,4	-9,2	118.373	1,8	291.406	4,1	146,2
Turquía	227.671	1,7	312.947	2,3	37,5	136.186	2,1	150.516	2,1	10,5
Suecia	268.357	2,0	305.404	2,2	13,8	171.387	2,6	121.826	1,7	-28,9
Argelia	83.434	0,6	276.034	2,0	230,8	69.307	1,1	22.327	0,3	-67,8
Argentina	194.451	1,5	242.934	1,8	24,9	59.885	0,9	138.399	2,0	131,1
Total 15 países	9.263.910	70,4	10.281.404	75,0	11,0	4.938.976	74,9	4.825.098	68,4	-2,3
Resto de países	3.900.339	29,6	3.418.292	25,0	-12,4	1.653.222	25,1	2.228.609	31,6	34,8
Total	13.164.249	100,0	13.699.696	100,0	4,1	6.592.198	100,0	7.053.708	100,0	7,0

Nota: Los datos de 2009 y 2010 son definitivos, 2011 son provisionales.
Fuente: DataComex, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

grupo de bienes descendieron un 5,6%, y ante su importancia, el aumento registrado en otros capítulos arancelarios no ha permitido que las tasas de variación totales sean positivas. Se constata, no obstante, que se redujo el valor de lo exportado en vehículos de turismo, si bien aumentó el de vehículos de transporte. En los resultados de este capítulo es determinante la estrategia de distribución de la multinacional francesa de la automoción instalada en Vigo.

Tras Francia, Portugal es el segundo lugar de destino de las exportaciones gallegas. En 2010 el valor total de las transacciones, que se caracterizaron por su diversificación, aumentó un 4,9%. Los rasgos más significativos de la evolución de este comercio en 2010 fue la recuperación de los sectores de «Fundición, hierro y acero» y el de «Aluminio y sus manufacturas». A ello se le ha de sumar el impulso en la venta de combustibles, cuyo valor duplicó al de 2009, incremento que de nuevo volvió a ser espectacular en 2011. En sentido contrario y seguramente motivado por la caída en el consumo ante la profunda crisis que atraviesa el país luso, han descendido, tanto en 2010 como en 2011, las ventas de prendas de vestir sean o no de punto.

En cuanto a la evolución territorial de las exportaciones gallegas en el primer semestre de 2011 se observa una recuperación del comercio con Francia, Grecia y Noruega. En ese último país, en estos seis meses se multiplicó por cuatro lo exportado en todo el año anterior. Por el contrario, como cabría esperar ante la singularidad de las exportaciones de 2010, descendieron las ventas a Brasil y también lo hicieron las destinadas a Bélgica (debido a los combustibles minerales), Países Bajos (caída en las venta de alcohol y de pasta de madera), Marruecos (descenso en el valor de lo exportado en prendas de vestir y en «Fundición, hierro y acero» y «Vehículos automóviles») y EE.UU. Se observa una sistemática caída de las ventas gallegas hacia ese último país, lo que contrasta con la aceleración de las importaciones.

C.28 Los diez primeros capítulos en el comercio gallego con Francia Año 2010

Exportaciones	2009		2010			Enero-Junio 2010		Enero-Junio 2011		
	Miles de €	Peso relativo	Miles de €	Peso relativo	Tasa de variación (%)	Miles de €	Peso relativo	Miles de €	Peso relativo	Tasa de variación (%)
Capítulo 87. Vehículos automóviles; tractor	3.976.714	80,4	3.755.115	77,5	-5,6	2.019.087	80,2	2.139.493	79,0	6,0
Capítulo 62. Prendas de vestir, no de punto	219.338	4,4	227.906	4,7	3,9	103.644	4,1	111.553	4,1	7,6
Capítulo 61. Prendas de vestir, de punto	117.637	2,4	118.133	2,4	0,4	48.074	1,9	49.188	1,8	2,3
Capítulo 16. Conservas de carne o pescado	101.200	2,0	112.202	2,3	10,9	59.107	2,3	71.306	2,6	20,6
Capítulo 76. Aluminio y sus manufacturas	64.253	1,3	91.662	1,9	42,7	37.701	1,5	56.459	2,1	49,8

[Continúa]

C.28 Los diez primeros capítulos en el comercio gallego con Francia
 Año 2010 (continuación)

Exportaciones	2009		2010			Enero-Junio 2010		Enero-Junio 2011		
	Miles de €	Peso relativo	Miles de €	Peso relativo	Tasa de variación (%)	Miles de €	Peso relativo	Miles de €	Peso relativo	Tasa de variación (%)
Capítulo 85. Aparatos y material eléctricos	50.867	1,0	91.531	1,9	79,9	23.382	0,9	39.213	1,4	67,7
Capítulo 68. Manufacturas de piedra, yeso	67.006	1,4	67.548	1,4	0,8	36.406	1,4	44.293	1,6	21,7
Capítulo 03. Pescados, crustáceos, moluscos	47.967	1,0	57.667	1,2	20,2	27.254	1,1	29.957	1,1	9,9
Capítulo 64. Calzado; sus partes	40.371	0,8	45.271	0,9	12,1	19.245	0,8	21.122	0,8	9,8
Capítulo 27. Combustibles, aceites mineral,	15.254	0,3	35.556	0,7	133,1	31.489	1,3	4.798	0,2	-84,8
Total 10 capítulos	4.700.607	95,1	4.602.591	95,0	-2,1	2.405.388	95,6	2.567.381	94,8	6,7
Resto de capítulos	243.475	4,9	243.706	5,0	0,1	111.070	4,4	139.885	5,2	25,9
Total	4.944.081	100,0	4.846.297	100,0	-2,0	2.516.458	100,0	2.707.265	100,0	7,6
Importaciones										
Capítulo 87. Vehículos automóviles; tractor	2.210.337	76,1	1.751.866	68,9	-20,7	1.040.270	74,1	656.948	61,3	-36,8
Capítulo 72. Fundición, hierro y acero	279.861	9,6	312.149	12,3	11,5	135.915	9,7	162.076	15,1	19,2
Capítulo 03. Pescados, crustáceos, moluscos	59.050	2,0	54.110	2,1	-8,4	19.669	1,4	24.308	2,3	23,6
Capítulo 10. Cereales	31.490	1,1	49.643	2,0	57,6	24.061	1,7	25.511	2,4	6,0
Capítulo 39. Materiales Plásticos y sus manufacturas	32.483	1,1	41.361	1,6	27,3	22.778	1,6	21.205	2,0	-6,9
Capítulo 76. Aluminio y sus manufacturas	31.912	1,1	35.151	1,4	10,1	19.729	1,4	16.994	1,6	-13,9
Capítulo 27. Combustibles, aceites mineral	26.078	0,9	31.452	1,2	20,6	7.388	0,5	26.886	2,5	263,9
Capítulo 30. Productos farmacéuticos	11.899	0,4	31.035	1,2	160,8	15.247	1,1	6.732	0,6	-55,8
Capítulo 48. Papel, cartón; sus manufacturas	24.816	0,9	25.063	1,0	1,0	12.614	0,9	11.902	1,1	-5,6
Capítulo 84. Máquinas y aparatos mecánicos	20.800	0,7	19.070	0,8	-8,3	9.678	0,7	8.445	0,8	-12,7
Total 10 capítulos	2.728.726	93,9	2.350.900	92,5	-13,8	1.307.349	93,1	961.007	89,7	-26,5
Resto de capítulos	176.083	6,1	191.068	7,5	8,5	97.152	6,9	109.878	10,3	13,1
Total	2.904.809	100,0	2.541.968	100,0	-12,5	1.404.500	100,0	1.070.885	100,0	-23,8

Nota: Los datos de 2009 y 2010 son definitivos, 2011 son provisionales.
 Fuente: DataComex, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

Al contrario que las exportaciones, el elevado incremento del valor del combustible mineral importado motivó, en 2010, una mayor concentración geográfica de las importaciones. El comercio proveniente de los quince países cuantitativamente más importantes representó el 75%, 4,6 puntos más que en 2009. No obstante, los resultados del primer semestre de 2011 reflejan una mayor dispersión ya que el comercio procedente de estos quince países disminuyó un 2,3%, incrementándose el del resto en un 34,8%.

Los resultados definitivos de 2010 que recogían un aumento total del 4,1%, ocultaban variaciones muy dispares. En dos países, México y EE.UU. se duplicó el valor de lo importado debido a las compras gallegas de combustibles en el primer caso y a las de pescado, combustibles y un producto no identificado apuntado en el capítulo arancelario 99, en el segundo. Se triplicó el valor de las mercancías procedentes de Argelia mientras que las de Libia (combustibles minerales) aumentaron un 74,1%. Como ya se ha explicado, ante el conflicto militar, el comercio con este país descendió significativamente en los seis primeros meses de 2011. En este período, con respecto al año anterior, de los quince países más significativos, en tres, hubo incrementos que superaron el 100%. Se trata de EE.UU. por un repunte de las importaciones gallegas de combustibles y cereales, de Rusia, debido a la compra de combustibles y de Argentina por la adquisición de pescado, productos químicos y residuos de la industria alimentaria.

A pesar del peso de los países exportadores de petróleo y gas en el conjunto de las importaciones gallegas, los dos principales proveedores siguen siendo Francia

C.29 Los diez primeros capítulos en el comercio gallego con Portugal

Exportaciones	2009		2010			Enero-Junio 2010		Enero-Junio 2011		
	Miles de €	Peso relativo	Miles de €	Peso relativo	Tasa de variación (%)	Miles de €	Peso relativo	Miles de €	Peso relativo	Tasa de variación (%)
Capítulo 03. Pescados, crustáceos, moluscos	282.460	13,1	286.773	12,7	1,5	136.888	13,0	134.418	11,7	-1,8
Capítulo 62. Prendas de vestir, no de punto	216.355	10,0	208.838	9,2	-3,5	101.235	9,6	85.623	7,4	-15,4
Capítulo 27. Combustibles, aceites mineral	76.300	3,5	161.171	7,1	111,2	63.847	6,1	114.874	10,0	79,9
Capítulo 72. Fundición, hierro y acero	107.115	5,0	150.937	6,7	40,9	65.256	6,2	83.219	7,2	27,5
Capítulo 61. Prendas de vestir, de punto	139.761	6,5	125.278	5,5	-10,4	52.454	5,0	50.428	4,4	-3,9
Capítulo 87. Vehículos automóviles; tractor	120.324	5,6	122.805	5,4	2,1	69.264	6,6	70.275	6,1	1,5

[Continúa]

C.29 Los diez primeros capítulos en el comercio gallego con Portugal (continuación)

Exportaciones	2009		2010			Enero-Junio 2010		Enero-Junio 2011		
	Miles de €	Peso relativo	Miles de €	Peso relativo	Tasa de variación (%)	Miles de €	Peso relativo	Miles de €	Peso relativo	Tasa de variación (%)
Capítulo 44. Madera y sus manufacturas	105.258	4,9	115.413	5,1	9,6	53.967	5,1	78.475	6,8	45,4
Capítulo 01. Animales vivos	79.209	3,7	93.088	4,1	17,5	44.332	4,2	52.918	4,6	19,4
Capítulo 02. Carne y despojos comestibles	84.074	3,9	92.412	4,1	9,9	44.263	4,2	44.274	3,8	0,0
Capítulo 16. Aluminio y sus manufacturas	53.782	2,5	84.468	3,7	57,1	43.834	4,2	39.221	3,4	-10,5
Total 10 capítulos	1.264.639	58,6	1.441.183	63,7	14,0	675.338	64,3	753.724	65,5	11,6
Resto de capítulos	893.951	41,4	822.401	36,3	-8,0	375.637	35,7	396.652	34,5	5,6
Total	2.158.590	100,0	2.263.584	100,0	4,9	1.050.975	100,0	1.150.375	100,0	9,5
Importaciones										
Capítulo 72. Fundición, hierro y acero	226.081	14,9	255.308	16,3	12,9	111.544	15,2	156.962	18,2	40,7
Capítulo 61. Prendas de vestir, de punto	197.603	13,1	190.756	12,1	-3,5	94.705	12,9	96.649	11,2	2,1
Capítulo 87. Vehículos automóviles; tractor	188.944	12,5	157.223	10,0	-16,8	73.021	9,9	95.248	11,1	30,4
Capítulo 03. Pescados, crustáceos, moluscos	106.437	7,0	134.654	8,6	26,5	56.050	7,6	68.746	8,0	22,7
Capítulo 62. Prendas de vestir, no de punto	112.577	7,4	113.295	7,2	0,6	55.981	7,6	63.125	7,3	12,8
Capítulo 94. Muebles, sillas, lámparas	59.397	3,9	61.639	3,9	3,8	31.796	4,3	33.688	3,9	5,9
Capítulo 44. Madera y sus manufacturas	75.109	5,0	60.562	3,9	-19,4	29.568	4,0	34.618	4,0	17,1
Capítulo 39. Materias plásticas; sus manufacturas	40.331	2,7	53.028	3,4	31,5	25.685	3,5	23.099	2,7	-10,1
Capítulo 73. Manufacturas de fundición, hierro/acero	41.999	2,8	48.597	3,1	15,7	23.882	3,2	23.177	2,7	-3,0
Capítulo 04. Leche, productos lácteos; huevos	57.361	3,8	48.241	3,1	-15,9	23.008	3,1	33.445	3,9	45,4
Total 10 capítulos	1.105.838	73,1	1.123.302	71,5	1,6	525.240	71,5	628.758	73,1	19,7
Resto de capítulos	406.809	26,9	447.818	28,5	10,1	209.837	28,5	231.703	26,9	10,4
Total	1.512.647	100,0	1.571.119	100,0	3,9	735.077	100,0	860.461	100,0	17,1

Nota: Los datos de 2009 y 2010 son definitivos, 2011 son provisionales.
Fuente: DataComex, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

y Portugal. El peso relativo del país galo ha ido descendiendo en los últimos años y en 2009, tras una caída de un 12,5%, representaba el 18,6% del valor total. Las importaciones del sector de la automoción, capítulo determinante en este comercio, explican, en buena parte, este fuerte descenso. En 2010 aumentó el valor del tráfico de partes y accesorios del automóvil si bien descendió el valor de los automóviles de turismo importados ya que, en 2009 se produjo un tráfico de mercancías inusual de este último producto. En ese mismo año se recuperó la «Fundición, hierro y acero», capítulo que junto con el de automoción absorben más del 80% del valor de lo importado por Galicia procedente de Francia. Lo más interesante de este comercio, en el primer semestre de 2011 fue el cese de las importaciones de vehículos y una caída en el segmento de componentes de automoción. En sentido contrario, se reactivaron las importaciones en «Fundición, hierro y acero» y también, las del sector pesquero.

En lo referente a Portugal, las importaciones aumentaron en 2010 un 3,9%, con un comercio más diversificado que el de Francia y con un crecimiento de las diferentes mercancías muy dispar. Se consolidó, como principal grupo de productos, el capítulo de «Fundición, hierro y acero», mientras que perdieron peso los capítulos que ocupaban el segundo y tercer puesto, «Prendas de vestir de punto» y «Vehículos automóviles». También hubo un retroceso en las importaciones de madera y en los productos lácteos. En el primer semestre de 2011, las importaciones gallegas procedentes de Portugal adquirieron un gran dinamismo. Con un incremento total del 17,1%, casi todos los capítulos con cierto tamaño aumentaron el valor de lo comercializado. Destacó la subida de un 40,7% del capítulo más importante, «Fundición, hierro y acero».

2.7.3. Comparación, en 2010 y en el primer semestre de 2011, de la distribución por países del comercio externo entre Galicia y España

Los elevados crecimientos, tanto del valor de las exportaciones como de las importaciones en España, en 2010 y en el primer semestre de 2011 no han alterado la distribución geográfica de este comercio. Los diez primeros países de destino de las exportaciones son los mismos y en el mismo orden en ambos períodos y también coinciden, aunque en distinto orden, con el *ranking* de 2009. El comercio se incrementó, en mayor o menor grado, en estos diez países a una tasa de variación que casi siempre fue de dos dígitos. Por otro lado, el mapa gallego discrepa muy poco del español con lo cual el destino geográfico de las exportaciones es muy similar, hasta el extremo de que en 2010 coinciden (en distinto orden) los diez principales países de destino de las exportaciones. En el caso español, el comercio no está tan concentrado en Francia y Portugal. Si bien Francia también lidera el *ranking* exportador español, Portugal ocupó el cuarto lugar (el tercero en 2009) ya que en el valor de sus compras es superado por Alemania e Italia. Un caso particular es el de este último país que, como observamos anteriormente, mostró un gran dinamismo en el contexto

del comercio gallego y ahora se comprueba que también en el conjunto de la economía española. Sus compras crecieron un 26,2% debido a una variación positiva en capítulos muy diversos como «Grasas y aceite animal», «Materias plásticas», «Prendas de vestir», «Aparatos y material eléctrico». Ello compensó las desaceleraciones en el valor de lo vendido de productos del sector primario y de la automoción. En el caso de Alemania, la situación fue similar a la de Italia. Mientras que la tasa de

C.30 Los diez principales países en la distribución del comercio exterior gallego y español Año 2010

Exportaciones	Galicia			España			
	Miles de €	Peso relativo	Tasa de variación (%)	Miles de €	Peso relativo	Tasa de variación (%)	
Francia	4.846.297	32,5	-2,0	Francia	33.941.584	18,2	9,8
Portugal	2.263.584	15,2	4,9	Alemania	19.576.442	10,5	10,6
Italia	1.139.847	7,6	17,8	Italia	16.488.631	8,8	26,2
Alemania	536.321	3,6	13,4	Portugal	16.439.589	8,8	11,8
Reino Unido	493.561	3,3	17,5	Reino Unido	11.540.764	6,2	14,4
Países Bajos	473.462	3,2	19,4	EE.UU.	6.592.465	3,5	15,5
Marruecos	397.868	2,7	7,8	Países Bajos	5.877.529	3,1	21,8
EE.UU.	376.898	2,5	-33,7	Bélgica	5.271.802	2,8	19,9
Turquía	337.892	2,3	80,5	Turquía	3.746.498	2,0	31,8
Bélgica	292.394	2,0	25,9	Marruecos	3.482.819	1,9	12,9
Resto de países	3.753.793	25,2	-9,6	Resto de países	63.821.948	34,2	21,5
Total	14.911.918	100,0	6,8	Total	186.780.071	100,0	16,8
Importaciones							
Francia	2.541.968	18,6	-12,5	Alemania	28.174.820	11,7	1,8
Portugal	1.571.119	11,5	3,9	Francia	26.037.734	10,8	7,9
México	757.607	5,5	104,7	China	18.916.433	7,9	30,8
Libia	685.695	5,0	74,1	Italia	16.965.449	7,1	13,7
Reino Unido	676.127	4,9	37,4	Reino Unido	10.944.105	4,6	10,5
Alemania	655.451	4,8	-19,6	Países Bajos	10.676.665	4,4	15,8
China	562.610	4,1	1,7	EE.UU.	9.650.477	4,0	14,2
Italia	544.319	4,0	16,4	Portugal	8.458.041	3,5	15,6
Marruecos	421.657	3,1	1,8	Rusia	6.070.021	2,5	32,7
EE.UU.	395.994	2,9	97,4	Bélgica	5.930.869	2,5	7,2
Resto de países	4.887.147	35,7	-4,0	Resto de países	98.231.234	40,9	22,9
Total	13.699.696	100,0	4,1	Total	240.055.850	100,0	16,5

variación gallega aumentaba un 13,4%, la española lo hizo en un 10,6% debido a la mayor venta de bienes del sector primario (frutas, legumbres, hortalizas, etc.), en un contexto de incremento de la mayor parte de los capítulos arancelarios relevantes, salvo la automoción. En cuanto a los restantes países, es significativo, en ambos territorios, el incremento del comercio con Turquía y la asimetría con EE.UU., al subir el valor de lo exportado por España mientras que descendía el de Galicia.

C.31 Los diez principales países en la distribución del comercio exterior gallego y español Primer semestre de 2011

Exportaciones	Galicia			España			
	Miles de €	Peso relativo	Tasa de variación (%)	Miles de €	Peso relativo	Tasa de variación (%)	
Francia	2.707.265	30,3	7,6	Francia	19.254.517	18,1	9,9
Portugal	1.150.375	12,9	9,5	Alemania	11.012.827	10,4	12,2
Noruega	857.380	9,6	458,0	Italia	8.724.780	8,2	6,7
Italia	568.956	6,4	2,7	Portugal	8.209.755	7,7	5,0
Alemania	289.053	3,2	14,9	Reino Unido	6.827.862	6,4	16,0
Reino Unido	257.710	2,9	16,0	EE.UU.	4.243.879	4,0	40,3
Marruecos	191.636	2,1	-7,6	Países Bajos	3.131.789	2,9	6,6
Turquía	188.051	2,1	60,8	Bélgica	3.018.318	2,8	18,3
Países Bajos	185.998	2,1	-26,2	Turquía	2.344.511	2,2	36,7
Argelia	181.117	2,0	144,7	Marruecos	2.089.296	2,0	19,4
Resto países	2.347.452	26,3	24,3	Resto países	37.505.420	35,3	24,2
Total	8.924.994	100,0	22,5	Total	106.362.956	100,0	16,4
Importaciones							
Francia	1.070.885	15,2	-23,8	Alemania	15.420.664	11,8	5,8
Portugal	860.461	12,2	17,1	Francia	14.650.882	11,2	10,2
México	447.758	6,3	30,7	China	9.035.094	6,9	5,1
Alemania	344.303	4,9	14,7	Italia	8.757.946	6,7	3,4
Rusia	291.406	4,1	146,2	Reino Unido	5.341.081	4,1	-6,6
Reino Unido	260.729	3,7	-31,7	EE.UU.	5.294.542	4,1	16,3
China	246.004	3,5	-1,8	Países Bajos	5.165.573	4,0	-3,2
Libia	231.863	3,3	-39,4	Rusia	4.760.083	3,6	72,3
Italia	230.815	3,3	-14,9	Portugal	4.539.696	3,5	7,8
EE.UU.	217.212	3,1	130,2	Bélgica	3.373.343	2,6	11,2
Resto países	2.852.271	40,4	23,4	Resto países	54.090.715	41,5	13,7
Total	7.053.708	100,0	7,0	Total	130.429.620	100,0	10,4

Nota: Datos provisionales.

Fuente: DataComex, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

La evolución de las exportaciones en el primer semestre de 2011 en España no difirió de la observada en 2010. Como ya indicamos, se mantuvieron los diez primeros países en los mismos puestos y, en todos ellos, las tasas de variación fueron positivas. Sobresalieron los incrementos de EE.UU. y Turquía. En contraste, hubo cambios en Galicia, ya reseñados. Se incorporó a este *ranking* Noruega (en el tercer lugar) y Argelia (en el décimo), fruto de un espectacular aumento de su comercio, a costa de Bélgica y EE.UU.

Recordemos que mientras en Galicia, Francia lideraba tanto el flujo exportador como el importador, en España el primer lugar del *ranking* importador lo ha ocupado tradicionalmente Alemania. Esta posición se mantuvo en 2010 y en el primer semestre de 2011. En este flujo importador, igual que en las exportaciones, también continuaron, en el caso español, los mismos diez países que en 2009 con la salvedad de que China subió una posición ya que el gasto de España aumentó en un 30,8%. China pasó a ocupar el tercer lugar de este *ranking*. En concreto, los incrementos se concentraron en pescado, productos químicos, manufacturas de cuero, prendas de vestir, máquinas, «Aparatos y material eléctrico», muebles y juguetes. Rusia ascendió del décimo al noveno lugar ante el notable aumento de la adquisición de combustibles minerales. Fue precisamente este mismo grupo de bienes el que motivó el reajuste en el *ranking* gallego. México y Libia pasaron al tercer y cuarto lugar mientras que se incorporó a los diez primeros puestos EE.UU. a costa de Rusia.

En el primer semestre de 2011 se mantuvo casi intacta la geografía del comercio español en lo referente a los países más importantes. Tan solo hubo el cambio de orden entre EE.UU. y los Países Bajos debido a una caída en las importaciones de este último. También, se intercambiaron los puestos Portugal y Rusia. Mientras que el segundo proveedor gallego fue el país luso, posición que ocupa tradicionalmente, en España se situó en el noveno lugar. En este período logró un crecimiento del comercio significativo, un 7,8%, pero inferior al de Galicia (17,1%). En cuanto a la evolución del comercio en España, lo más significativo fue el incremento de un 72,3% de las importaciones procedentes de Rusia (en Galicia aumentaron un 146,2%) debido a que se duplicó la factura de combustibles minerales. En este semestre han aumentado las importaciones con Francia y Alemania, mientras que China consolidó el tercer lugar a pesar de la desaceleración de sus importaciones.

III. La Inversión Extranjera Directa (IED)



1. Situación actual de la IED en el mundo

1.1. Comportamiento reciente de la inversión extranjera en el mundo

Tal y como comentábamos en la pasada edición del *Informe*, desde el año 2000 los flujos de inversión exterior en el mundo experimentaron una fuerte contracción a partir de 2001, para posteriormente registrar un largo período expansivo en los años centrales de la década, y volver a descender a partir de 2008. Esta evolución no es sino un reflejo de las tres etapas que han caracterizado el desempeño económico mundial desde el año 2000 en los países avanzados: *crisis puntocom* en 2001, período expansivo en los años centrales de la década y *crisis subprime* al final de la misma. Este elevado grado de correlación entre los ciclos de la economía mundial en países desarrollados y los ciclos de la inversión internacional se materializan por distintos canales de transmisión. Un período de crecimiento económico prolongado eleva los beneficios empresariales, presiona los tipos de interés a la baja y disipa la incertidumbre, lo que genera que las multinacionales de países desarrollados acometan fuertes planes de inversión, transmitiéndose de este modo el crecimiento económico al ciclo inversor.

En 2010 la inversión internacional creció un 5%, hasta los 1,24 billones de dólares, lo que supone una recuperación después de la fuerte caída del 37% producida en 2009. Cabe destacar que, pese a este incremento, la IED se sitúa todavía por debajo del volumen inversor previo a la crisis, al contrario que otras variables económicas, como el comercio internacional o la producción mundial, que recuperaron en 2010 el nivel anterior a 2007. La recuperación de la inversión internacional fue consecuencia principalmente de la mejora de la coyuntura económica producida en el pasado año, en el que la economía mundial avanzó más de un 5%, mejoraron los beneficios empresariales y se produjo una mejora en la accesibilidad al crédito internacional.

La recuperación de la inversión internacional en 2010 se debió principalmente al elevado atractivo que continúan presentando los países emergentes como receptores de inversión, así como al dinamismo que están mostrando sus grandes empresas —la mayoría públicas y pertenecientes al sector financiero o de materias primas— como inversoras en el mundo. En la medida en que la fortaleza en el consumo y la acumulación de capital se concentra en los países del sur, principalmente en Asia y América Latina, las multinacionales de países avanzados han apostado mayorita-

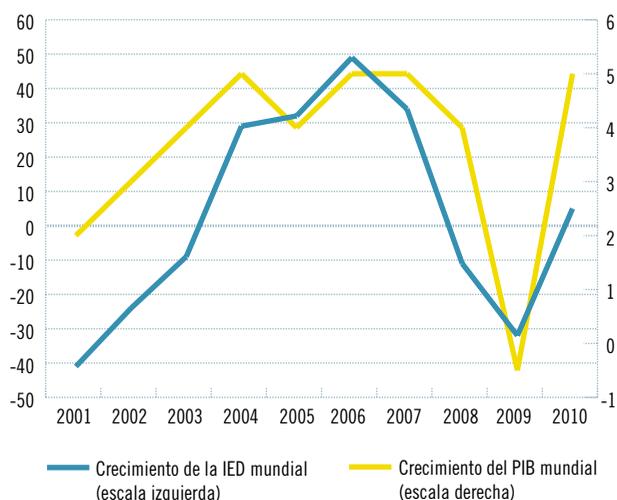
riamente por expandirse hacia estas economías, tanto para la apertura de oficinas de representación como para plantas productivas, buscando un más fácil acceso a nuevas bolsas de clientes así como mejorar su posicionamiento a escala global.

El año 2010 fue el primero en el que las economías emergentes o en transición absorbieron más de la mitad de la IED mundial, situándose China (segunda y 9% de la inversión total), Brasil (quinta y 4%), Rusia (octava y 3%), Arabia Saudí (decimosegunda y 2%), India (decimoquinta y 2%), México (decimoctava), Chile (decimonovena) e Indonesia (vigésima) entre los veinte primeros receptores. Al margen de este grupo de países, el principal receptor de IED en el mundo fue un año más EE.UU. (18% de la inversión total), a gran distancia de los demás, destacando también el tercer puesto de Hong Kong (5% del total), si bien este último, por ser un OFC,¹ no fue presumiblemente el destino final de la IED. Las economías europeas que más IED recibieron fueron Bélgica (5% del total), Alemania (4%), Reino Unido (4%) y Francia (3%).

La IED recibida por los países desarrollados se mantuvo prácticamente estable respecto a 2009, si bien el comportamiento entre las distintas regiones económicas del primer mundo fue desigual. Las operaciones registradas en la UE descendieron un 12%, debido principalmente a su estancamiento económico y a los problemas de deuda pública soberana, destacando la fuerte contracción registrada en Reino Unido (-35%), Italia (-52%) y Países Bajos (-146%). Otros países, sin embargo, experimentaron importantes incrementos, como Alemania (23%) o España (169%). EE.UU. incrementó su inversión recibida un 49% en volumen hasta los 228.000 millones de dólares y, si bien este fuerte aumento debe de ser contextualizado en la intensa caída en 2009, evidencia la mayor confianza percibida por los inversores respecto a otras posibles localizaciones de proyectos de inversión. Resulta destacable que la tercera mayor economía del mundo, Japón, experimentó un derrumbe de las operaciones de IED y tuvo unos flujos de inversión neta negativos en 2010.

En lo que respecta a las regiones económicas en desarrollo, cabe significar que las multinacionales siguen intensificando su apuesta por Asia debido a su elevado ritmo de crecimiento económico, el acceso a grandes bolsas de consumidores y a los costes moderados para la producción. Las inversiones exteriores en la región aumen-

G.1 Comparativa del crecimiento del PIB y de la IED en el mundo (%)



Fuente: UNCTAD.

¹ OFC: *Offshore Financial Center*.

taron un 11%, si bien ese crecimiento se produjo principalmente en Asia Oriental, que avanzó un 17%, destacando los buenos resultados de China y Hong Kong, y en el Sudeste Asiático, que creció un 109%, con Indonesia, Malasia y Singapur a la cabeza del crecimiento de IED recibida en la zona. Gran parte de esta inversión procede de la propia Asia, y más en particular de nuevos conglomerados industriales con gran capacidad inversora, como son CITIC (China), Reliance Group (India) y fondos soberanos como China Investment Corporation (CIC) y Temasek Holdings (Singapur). Sin embargo, la IED en Asia Occidental cayó un 11%, siendo Arabia Saudí el principal destino de las operaciones en la zona. Asimismo, el volumen inversor en el sur de Asia también se redujo un 27%, destacando la contracción registrada por India. En líneas generales, cabe afirmar que China sigue siendo, a gran distancia, el principal destino de la IED en Asia, con un volumen que cuadriplica el de India, y que los países ASEAN son cada vez más importantes receptores de inversión a nivel mundial, sobre todo en lo que a producción de manufacturas se refiere. Las operaciones de inversión entre países asiáticos se han intensificado, y hemos comenzado a observar las primeras operaciones de deslocalización desde China a países como Vietnam o Camboya, con costes más competitivos.

La IED dirigida hacia América Latina y Caribe avanzó un 13%, destacando el excepcional comportamiento mostrado por Sudamérica como captador de inversión, que recibió un 56% más que en el año precedente. Al igual que en años anteriores, Brasil concentró algo menos de la mitad de la IED captada por el continente, registrando además un avance del 56% interanual, seguido de México, y de los paraísos fiscales caribeños. Las economías latinoamericanas se han visto favorecidas por el interés de las multinacionales asiáticas, que han realizado grandes proyectos en industrias extractivas, y por el interés de los países avanzados, que han perseguido beneficiarse de las oportunidades ligadas al elevado crecimiento económico, saneamiento de las cuentas públicas, apertura exterior y estabilidad política en la región.

La inversión en África, por su parte, se contrajo un 9%, y estuvo concentrada, al igual que en años anteriores, en grandes proyectos en la industria del petróleo, llevados a cabo principalmente por empresas asiáticas en países del África Subsahariana, destacando el incremento de Ghana y las contracciones de Nigeria y Angola. La inversión exterior en el norte de África registró asimismo una suave caída, debido a la incertidumbre política que está experimentando esta zona. A este respecto cabe destacar que un gran número de países LCDs,² la mayoría de ellos localizados en el África Subsahariana, continúan quedándose prácticamente fuera de las operaciones de IED, con la excepción de algunas economías ricas en recursos naturales, que reciben grandes inversiones para llevar a cabo proyectos de extracción de minerales o recursos energéticos por parte de multinacionales con origen en los países avanzados o China. La IED recibida en 2010 por los países LLCD,³ países subdesarrollados sin

² LCDs: *Least Developed Countries*.

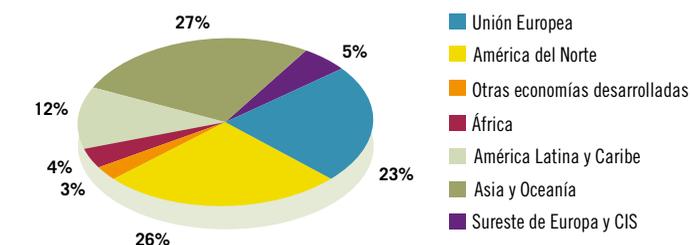
³ LLCD: *Landlocked Least Developed Countries*.

acceso al mar, supuso solamente el 4% del total de las inversiones que fueron a parar a los países en desarrollo. Los flujos de inversión sur-sur suponen, para estos países, una gran esperanza de cara a incrementar la recepción de proyectos internacionales en el futuro.

En lo que a IED emitida se refiere, los países desarrollados, que son sede de las principales multinacionales mundiales, que a su vez concentran la mayoría de la IED mundial, continuaron siendo los mayores emisores de inversión exterior, con un 71% del total. Este flujo de capital norte-sur es perfectamente coherente con la teoría económica convencional, que muestra que el capital fluye desde los países avanzados a los países en desarrollo buscando mayores tasas de retorno de la inversión. Sin embargo, esta tendencia ha comenzado a revertirse en mercados como, por ejemplo, el de deuda pública o en las bolsas, en las cuales el flujo de capital de los últimos años ha sido de sur a norte. En el ámbito de la inversión exterior este proceso se está produciendo a mucha menos velocidad. Por países, el principal inversor mundial fue EE.UU. —con casi una cuarta parte de la inversión total— seguido de Alemania (8% del total), Francia (6%) y Hong Kong (6%). Las inversiones exteriores de la UE, por su parte, crecieron un 10%, hasta los 407.000 millones de dólares, siendo el primer bloque económico mundial como emisor de IED.

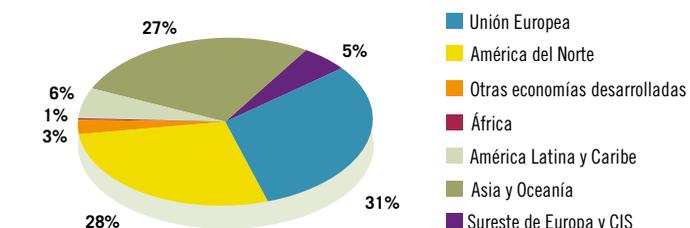
Las operaciones de inversión exterior por parte de los países emergentes aumentaron un 21% en volumen, más del doble del incremento registrado por los países avanzados. China (cuarta y 5% de cuota) y Rusia (octava y 4% de cuota) fueron los dos únicos países emergentes entre los veinte primeros inversores mundiales. Las nuevas operaciones desde Asia, en particular desde el área del sur, este y sudeste asiático vienen a mostrar nuevos patrones industriales de las grandes empresas de estos países, que buscan mejorar el posicionamiento a nivel internacional. Parte de esa inversión se ha materializado en adquisiciones de empresas latinoamericanas, que han sumado en total 20.000 millones de dólares. En manufacturas, las empresas asiáticas también se han mostrado particularmente proactivas comprando y tomando participaciones de empresas de países avanzados.

G.2 IED recibida por áreas geográficas
Año 2010



Fuente: UNCTAD.

G.3 IED emitida por áreas geográficas
Año 2010



Fuente: UNCTAD.

Las inversiones procedentes de América Latina crecieron un 67%, debido a las operaciones de *M&A*⁴ llevadas a cabo por multinacionales mexicanas y brasileñas, si bien la inversión latinoamericana continúa siendo aproximadamente la mitad que la procedente de Asia. En 2010 asistimos a la intensificación del proceso de inversiones sur-sur, como demuestra el hecho de que la IED emitida por los países en desarrollo hacia las economías en transición (antigua URSS) se multiplicaron por cinco en la pasada década o que las inversiones *greenfield* de países en desarrollo hacia estos países crecieron un 60% en 2010. En el incremento de las relaciones económicas sur-sur juega un importante papel el poder político, que resulta crítico en numerosas economías cuyas principales empresas se encuentran fuertemente influenciadas por las decisiones gubernamentales.

La recuperación de la inversión internacional en 2010 no se produjo de manera generalizada en todas las ramas económicas. La IED en el sector servicios continuó su senda descendente iniciada al principio de la *crisis subprime*, y las ramas de consultoría, transporte, comunicaciones o *utilities* retrocedieron respecto a niveles de 2009, siendo particularmente acusada la contracción en el sector financiero. En las manufacturas, el comportamiento fue desigual, produciéndose los principales descensos en las operaciones de inversión en el sector del metal y en el electrónico. Otros sectores, como bebida, comida, tabaco, textil y automóviles se recuperaron, mientras que la industria química y farmacéutica registró un volumen de IED similar a 2009. Las operaciones en el sector primario, medidas por la actividad en las industrias extractivas, sufrieron una contracción. En lo que a las operaciones de IED se refiere, las operaciones de fusión y adquisición transfronteriza (*M&As*) incrementaron su valor un 36% en 2010, doblándose las operaciones efectuadas en países en desarrollo. Los beneficios reinvertidos en las filiales fueron el principal responsable del incremento de los flujos de IED en el pasado año, mientras que las otras formas de IED, inversión en *equity* y préstamos intraempresa, se contrajeron.

En 2010 hubo 14.142 proyectos *greenfield* o de inversión nueva, prácticamente la misma cantidad que en el año anterior. De esos proyectos un 81,8% procedieron de países desarrollados, principalmente de la UE (con Alemania, Reino Unido y Francia a la cabeza) y EE.UU. Los países avanzados continúan siendo los principales inversores *greenfield* del mundo, y no se aprecia que en los últimos años los países emergentes hayan ido ganando peso como emisores de inversión para este tipo de proyectos, al contrario de lo que ha sucedido en las operaciones de *M&A* y en los flujos de inversión total. En lo que a recepción de proyectos *greenfield* se refiere, los países desarrollados recibieron un 54% de los proyectos, y los países en desarrollo un 46%. Una gran parte de estas operaciones van a parar a Asia, que con más de 4.600 proyectos es la zona del mundo que más proyectos *greenfield* recibe, por encima de la UE.

⁴ *M&As: Mergers and Acquisitions* (fusiones y adquisiciones).

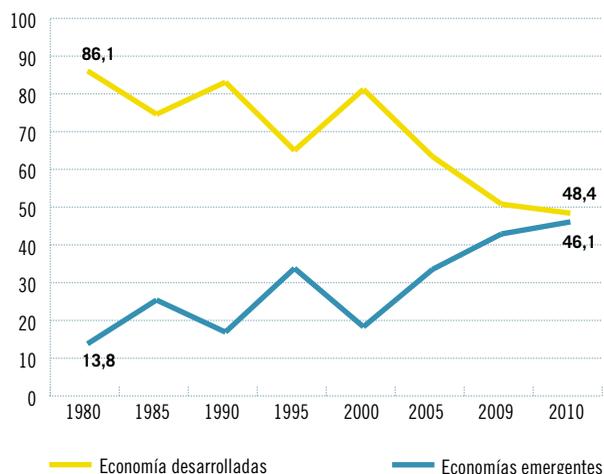
1.2. Tendencias de la inversión extranjera en el mundo

Durante los últimos tres años de crisis económica mundial, los países emergentes han ido ganando terreno rápidamente a los países avanzados en el ámbito de la inversión exterior. En lo que a emisiones de IED se refiere, las multinacionales con sede en los países desarrollados han limitado sus planes expansivos debido al elevado clima de incertidumbre y la caída de beneficios, mientras que las grandes empresas de países emergentes han aprovechado el menor valor en bolsa de las primeras para tomar participaciones en las mismas. Como resultado, los países emergentes concentraban un 13,5% en 2007, habiendo ascendido esta cifra a 24,7% a finales de 2010, un volumen de inversión que han perdido los países desarrollados, cuya cuota mundial de inversión emitida ha caído desde el 84% al 70%. De modo similar, en lo que a inversión recibida se refiere, los problemas macroeconómicos que han atravesado durante los últimos tres años la UE y EE.UU. han generado una intensificación del desplazamiento de la actividad productiva a países emergentes, que han mostrado una gran capacidad de crecimiento. En 2007 estos países absorbían un 29% de la IED en el mundo mientras que en 2010 esta cifra se ha incrementado hasta un 46%, una cuota que han perdido los países avanzados, que han experimentado un descenso desde el 66% al 48%.

Una gran parte de la IED emitida por países en desarrollo se materializa a través de empresas multinacionales de titularidad pública (*state-owned enterprises*), cuyas decisiones guardan un equilibrio entre las estrictamente empresariales y las motivaciones políticas. Las inversiones procedentes de estos países están siendo acogidas de diferente modo por los países receptores de inversión, dependiendo del grado de relación bilateral y del sector objeto de la inversión. Estos países, que se muestran abiertos a las inversiones procedentes de países emergentes en los mercados de valores, inversiones bursátiles y otras emisiones, conservan ciertas reticencias a perder la «nacionalidad» de multinacionales, especialmente aquellas que operan en ámbitos estratégicos. Esta cuestión está suscitando un gran interés en distintos foros de inversión internacional y es motivo de discusión en el ámbito actual de la IED.

De acuerdo con la UNCTAD, existen al menos 650 *stated-owned TNCs*⁵ con más de 8.500 filiales fuera de su país de origen. De ellas, 345 están en países en desarrollo, en particular en Asia, que concentran más de un tercio de las empresas

G.4 Distribución porcentual de la IED recibida en las economías desarrolladas emergentes (%)



Fuente: UNCTAD. De acuerdo con la clasificación de UNCTAD, las economías emergentes no incluyen las economías en transición, es decir, aquellas que formaban parte de la URSS.

⁵ *Stated-owned TNCs*: Empresas transnacionales.

estatales en el mundo. Estas empresas, pese a suponer tan solo el 1% de todas las empresas transnacionales mundiales, concentraron un 11% de la IED mundial en 2010. Algunas de ellas, que protagonizaron grandes operaciones de inversión (un valor superior a los 3.000 millones de dólares en 2010), fueron la india Bharti (que compró la teleco nigeriana Zain Africa por 10.700 millones de dólares, la segunda mayor operación de inversión en el mundo el pasado año), la petrolera china Sinopec que compró Repsol Brasil o la rusa Vimpelkom con una operación sobre una operadora de comunicaciones ucraniana.

En lo que a fondos soberanos se refiere, actualmente existen en el mundo alrededor de ochenta, con una capacidad inversora estimada cercana a los 3 billones de dólares. Estos fondos están siendo cada vez más importantes, y solo en 2010 más de veinte gobiernos, casi todos de economías emergentes, anunciaron su predisposición a crear algún fondo soberano. En 2010 la IED por parte de dichos fondos descendió desde los 26.500 millones de dólares de 2009 hasta los 10.000 millones de dólares, habiéndose producido las principales operaciones en infraestructuras, venta minorista, transporte, recursos naturales y sector energético. Los principales motivos de esta caída fue la escasez de inversión por parte de los fondos árabes, que decidieron desplazar la inversión hacia el mercado doméstico, así como de la incertidumbre generalizada en el sector financiero que evitó mayores operaciones en el mismo, al contrario que en años anteriores. Las principales operaciones realizadas por fondos soberanos fueron protagonizadas por el Canada Pension Investment Board en la australiana Intoll Group, por Qatar Holding en la británica Harrods y por China Investment Corporation en la energética estadounidense AES Corp.

En lo que a política económica y reguladora se refiere, alrededor de dos tercios de las medidas tomadas favorecieron una mayor apertura a las inversiones y al capital exterior, y un mayor esfuerzo promocional tanto para la recepción de inversiones como para la captación de inversión foránea. Estas medidas fueron tomadas principalmente en Asia y en África, y estuvieron centradas en facilitar los procesos de admisión para la creación de empresas y la expansión de *zonas económicas especiales*. En total se firmaron 178 nuevos IIAs⁶ con lo que a finales de 2010 se superaron los 6.000 acuerdos en el mundo para favorecer las inversiones bilaterales. Por el contrario, un tercio de las nuevas medidas tomadas tuvieron un carácter restrictivo y condujeron a un mayor proteccionismo frente a la inversión exterior, en particular en los sectores de materias primas y financiero. Al margen de las dos formas habituales de producción internacional, existen otros modos de entrada en mercados exteriores que son escasamente tratados pero que, sin embargo, ocupan un espacio muy notorio en los planes de expansión empresarial, tales como los contratos de *outsourcing*, franquicias, licencias, *joint-ventures*... llamados *non-equity modes* (NEMs). Estas operaciones generaron un volumen de negocio de 2 billones de dólares en el pasado año, especialmente debido a los contratos de producción de manufacturas y al *outsourcing* de servicios.

⁶ IIAs: *International Investment Agreements*.

1.3. Previsiones

Desde la segunda mitad de 2009 hemos venido observando una recuperación gradual de las operaciones de inversión exterior, que se han visto confirmadas por el crecimiento experimentado por la IED en 2010. La UNCTAD prevé que dicha recuperación tenga continuidad a lo largo de 2011, en el que se alcanzarán los 1,4-1,6 billones de dólares según el organismo. De cara a 2012 el volumen de IED se incrementaría hasta los 1,7 billones de dólares, que llegarían a alcanzar 1,9 billones de dólares en 2013. Los fundamentos para estas positivas previsiones sería la recuperación de aquellos factores que previamente se habían deteriorado, principalmente la mayor disponibilidad de liquidez por parte de los *holdings* de las empresas multinacionales, una nueva oleada de reestructuraciones corporativas e industriales o el incremento del valor en bolsa de las grandes empresas. Estos factores, además, se verían alimentados por las políticas monetarias y fiscales aplicadas por los gobiernos durante el período recesivo.

Sin embargo, estas previsiones fueron elaboradas en los meses previos al reciente deterioro de la coyuntura económica mundial, por lo que podrían ser excesivamente optimistas. La propia UNCTAD reconoce diversos riesgos para la estabilización de la economía mundial, tales como fallos en la gobernanza económica global, la extensión a otros países de la crisis de deuda soberana, los desequilibrios en los sistemas financieros en los países desarrollados, así como el recalentamiento en el crecimiento de los países emergentes y la inflación asociada a éstos. Estos factores de riesgo parecen haberse confirmado una vez que se han publicado las estimaciones del FMI de crecimiento mundial para 2011 y 2012, que prevén una ralentización desde el 5,1% en 2010, al 4% para los dos años siguientes. Resulta particularmente destacable el exiguo ritmo de crecimiento para las economías avanzadas, de un 1,8% para la UE y un 1,5% para EE.UU., lo que sin duda provocará un menor número de operaciones de IED en el mundo, habida cuenta de que estas dos economías son las principales inversoras mundiales.

Las economías emergentes, con un crecimiento estimado para los próximos años por encima del 6%, deberían continuar siendo las principales destinatarias de la IED mundial, e igualmente deberían de continuar asumiendo un papel más destacado como inversoras. Los datos de la OCDE para el primer semestre de 2011 vienen a confirmar este análisis, ya que se produjo una contracción del 13% de la IED recibida por los países OCDE respecto al semestre inmediatamente anterior, mientras que grandes economías en desarrollo, como China, India, Indonesia o Sudáfrica, registraron importantes avances. En lo que a IED emitida se refiere, por el contrario, resulta significativo que, frente al incremento en las operaciones de inversión registrado por EE.UU., Francia o Japón, algunas economías emergentes, como China o Brasil, registraron una menor inversión en los seis primeros meses de 2011. En cualquier caso, esta es una tendencia que tendrá que ser confirmada con los datos de la segunda mitad de ese ejercicio.

2. La IED en España

2.1. La IED de entrada en España

2.1.1. La IED recibida por España en 2010 y primera mitad de 2011

La inversión exterior en España durante la última década se ha caracterizado por una gran irregularidad, con inversiones por encima de los 30.000 millones de euros en el período 2000-2002 y 2007-2008 y otras notablemente inferiores, cercanas a los 15.000 millones de euros, en el resto de los años. En términos generales, la serie de

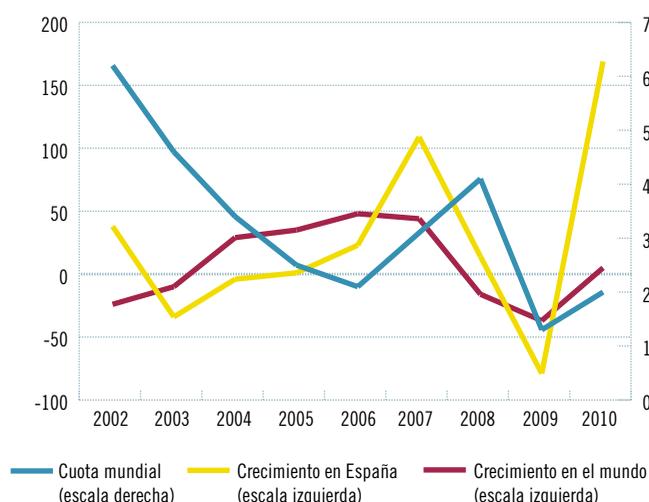
IED recibida por España alcanza sus mayores «picos» en aquellos ejercicios en los que se producen operaciones de gran envergadura de compra sobre empresas españolas, como fue el caso de France Telecom sobre Amena, ENEL y EON sobre Endesa, o Imperial Tobacco sobre Altadis. Por el contrario, los años de mayor caída fueron 2003 y 2009, coincidentes con períodos de contracción en la economía mundial y ausencia de operaciones de inversión de envergadura en España.

Después de la fuerte caída que se produjo en 2009, cercana al 43%, en 2010 la inversión exterior en España comenzó a recuperarse, alcanzando los 23.000 millones de euros, un 38,3% más que en el año anterior. La cuota española sobre el total de la IED mundial fue cercana al 2%, muy superior al 0,8% de 2009, pero inferior a la cuota histórica, situada en el 3,2%. España se sitúa de este modo en la posición decimocuarta mundial —siendo séptima la posición en IED

recibida acumulada— y sexta europea. Este volumen inversor, pese a ser inferior a la media de la década anterior y a las elevadas cifras alcanzadas en los años 2007-2008, supone una clara recuperación respecto a la fuerte contracción experimentada en 2009, año en el que se alcanzó uno de los registros más bajos de la serie histórica. El incremento de la IED refleja la recuperación de la economía mundial durante el año 2010 por parte de los países desarrollados, principales inversores en España, en particular por parte de las grandes economías europeas y de EE.UU.

El primer inversor en 2010 fue un país emergente, México, con inversiones superiores a 6.500 millones de euros, un 28,4% de la IED total, debido a una operación puntual de reinversión en la filial española de Cemex. El segundo país con mayor inversión fue Países Bajos, debido a diversas operaciones de toma de participación

G.5 Crecimiento de la IED en el mundo, en España y cuota mundial (%)



Nota: Los datos utilizados para este gráfico en el caso de España difieren con los de Registro de Inversiones, porque utilizan diferente metodología. Según UNCTAD el crecimiento de la IED en España fue de 169% y según el Registro de Inversiones de un 38%.

Fuente: UNCTAD.

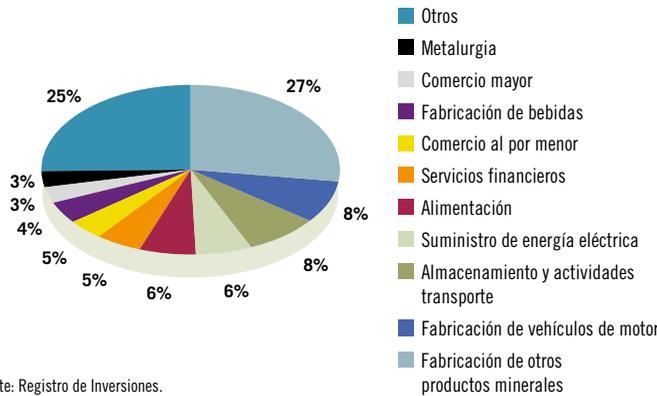
realizadas por sociedades instrumentales sobre diversas empresas españolas. El tercer mayor inversor fue EE.UU., con un 9,3% del total, con operaciones destacadas en comercio al por menor, fabricación de vehículos y energía, y el cuarto, Francia, con un 9%, realizando fuertes inversiones en el sector financiero. En quinto y sexto lugar, con un 8% de la cuota total, figuran las otras dos principales economías europeas, Reino Unido y Alemania.

Resulta destacable que en las posiciones octava y novena figuran Brasil y Venezuela, que han llevado a cabo inversiones por valor cercano a los 1.000 millones de euros en el primer caso y 500 millones en el segundo. De este modo, América Latina presenta una cuota sobre el total de la IED recibida por España del 34%, cercano al 37% de la UE, principal inversor en España. Este patrón inversor es similar al registrado en los últimos diez años, en los que EE.UU., las principales economías europeas y México fueron los emisores más importantes de IED hacia España, pero con un mayor peso de las economías emergentes frente a las desarrolladas. Resulta significativo que en los dos últimos años los principales inversores en España hayan sido países emergentes (Emiratos Árabes Unidos en 2010 y México en 2011), lo que sugiere un mayor interés por nuestro país tanto de los fondos soberanos como de las «multilatinas», lo cual resulta especialmente positivo dada la actual coyuntura en la que la emisión de IED está avanzando rápidamente en estos países.

En lo que a sectores de inversión se refiere, 2010 estuvo caracterizado por una notable diversificación. El primer sector de inversión, con un 27% del total, fue la Fabricación de otros productos minerales no metálicos, más concretamente en el subsector Fabricación de cemento, debido a la comentada inversión llevada a cabo por México en una multinacional de este país establecida en España. El segundo sector de inversión, con un 8% del total, fue la Fabricación de vehículos de motor, gracias a sendas inversiones realizadas por Alemania y EE.UU. El tercer sector que más IED recibió, también con un 8% sobre el total anual, fue el Almacenamiento y actividades anexas al transporte terrestre, debido fundamentalmente a una gran operación de compra sobre el capital de una importante empresa española de infraestructuras. El cuarto sector fue el de Suministro de energía eléctrica, gas y agua, concretamente en el sector de Producción de energía eléctrica de origen eólico, debido a varias operaciones entre las que destacan las llevadas a cabo por una gran empresa italiana del sector energético. El quinto sector con mayor IED fue la Industria de la alimentación, destacando la operación de adquisición por un gran grupo lácteo francés de una empresa española.

Otros sectores con inversión destacada fueron los Servicios financieros, el Comercio al por mayor y al por menor, la Fabricación de bebidas o la Metalurgia. Esta inversión difiere notablemente de los que han sido los tres principales sectores de inversión en los últimos años: el Comercio al por mayor, el Suministro de energía eléctrica, gas y agua y las Telecomunicaciones. Ello se debe fundamentalmente a la ausencia de inversión en 2010 por parte de grupos empresariales o fondos que habían realizado grandes operaciones de adquisición de empresas españolas en los

G.6 Distribución porcentual de los principales sectores de inversión en España. Año 2010



Fuente: Registro de Inversiones.

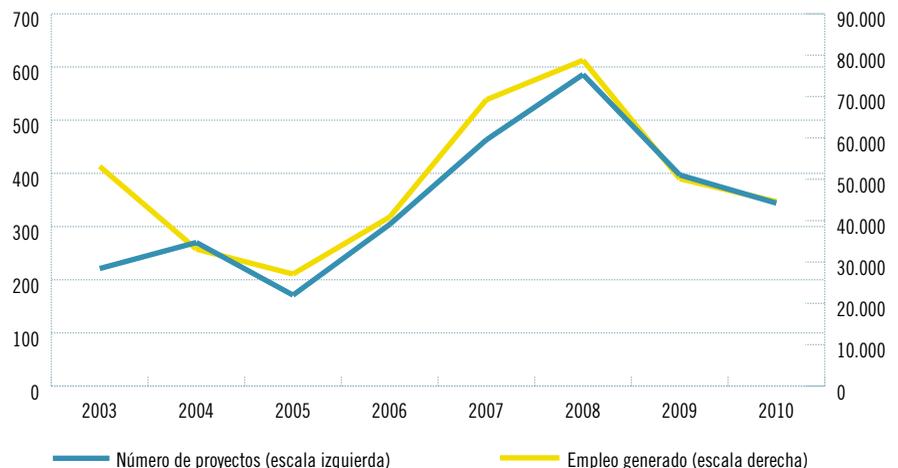
últimos años, como había sido el caso de France Telecom o el fondo soberano emiratí IPIC (International Petroleum Investment Company), principal inversor en el pasado ejercicio.

Además de las operaciones de fusión y adquisición, de la toma de participación en el capital, de la reinversión de beneficios en filiales y de los préstamos intragrupo, para obtener una perspectiva completa de la IED recibida en un país debemos de analizar los proyectos *greenfield* o de inversión nueva. En España se registraron 344 de estos proyectos en el pasado año, lo que supone un 0,8%

menos que el anterior, y un nivel muy alejado del máximo alcanzado en 2008 de 586 proyectos. Estas inversiones generaron alrededor de 44.600 puestos de trabajo, con una media de 113 empleos por proyecto, y se produjeron principalmente en los sectores textil (23% del total), debido a la implantación de cadenas de moda internacionales, productos de consumo (12%), teniendo lugar la mayoría en apertura de tiendas, *software* (9%), alimentación y tabaco (7%) y consultoría y servicios financieros (5%). Las empresas más activas fueron Auchan, Carrefour, H&M, LVMH Group y Fiat.

Algunas de las operaciones más relevantes que han tenido lugar a lo largo del año 2010, hasta el cierre de la elaboración de este *Informe*, fueron la venta del 15%

G.7 Evolución de proyectos *greenfield* en España



Fuente: UNCTAD basada en *FDI Markets*.

de Abertis por parte de ACS a CVC Capital Partners (por 2.863 millones de euros), la venta de Dragados SPL por parte de ACS al fondo de infraestructuras de JP Morgan (por 720 millones de euros) y la venta del 80% de Endesa Gas a Goldman Sachs (por 800 millones de euros).

Primer semestre de 2011

De acuerdo con los datos del Registro de Inversiones, España captó 11.600 millones de euros de inversión exterior en los seis primeros meses de 2011, lo que supone un crecimiento del 105% en términos interanuales. Sin embargo, respecto al semestre inmediatamente anterior la IED descendió un 33%, si bien este dato debe de ser contextualizado en el excepcional último trimestre de 2011 en el que se registraron entradas de inversiones exteriores por un monto de 13.000 millones de euros. Queda por tanto esperar a la segunda mitad del año para confirmar que la IED en España se sigue recuperando después del incremento registrado en 2010, en el que será determinante el devenir de la crisis económica en la UE, principal inversor en España. La cifra ofrecida por el Banco de España para el primer semestre del año —que utiliza una metodología diferente a la del Registro de Inversión— fue de 9.400 millones de euros.

El primer inversor en ese período, a una gran distancia de los demás, fue Francia, con una inversión superior a 5.000 millones de euros, un 46% del total. El segundo inversor fue el Reino Unido (14% del total), seguido de Luxemburgo (8,3%), Alemania (5,3%) y EE.UU. (5,1%). El único país en desarrollo con inversiones destacadas para España en ese período fue Uruguay, con menos de 100 millones de euros de inversión. En lo que a la distribución sectorial se refiere, el principal sector fue el de Telecomunicaciones, seguido de Servicios financieros y de Fabricación de minerales no metálicos. Respecto a los proyectos *greenfield*, en el primer semestre se realizaron en España 178, un 3% menos en relación con el mismo período del año anterior.

Previsiones

Según el *Economist Intelligence Unit* (EIU), la IED recibida por España debería situarse en los 20.000 millones de dólares en 2011, cifra que, vista la evolución de los primeros seis meses, parece que se quedará corta. Para 2012 prevén el mismo volumen inversor, que comenzaría a incrementarse a medio y largo plazo, debido fundamentalmente a la recuperación de la economía mundial. Más concretamente, se prevén 26.000 millones de dólares para 2013, 32.000 para 2014 y 36.000 para 2015. En cualquier caso, estas previsiones dependen en gran medida de la resolución de los principales focos de incertidumbre existentes en la economía mundial, principalmente los relativos a EE.UU. y la UE, y de que se produzcan grandes operaciones de fusión y adquisición de empresas españolas por parte de multinacionales foráneas en los próximos años.

2.1.2. La IED establecida en España (stock)

La inversión exterior acumulada en España según los últimos datos disponibles⁷ era de 380.000 millones de euros, repartidos en 269.000 millones de fondos propios y 111.000 millones de financiación exterior desde empresas del grupo. Del total de este *stock* establecido en España, un 84% es inversión productiva, generadora de riqueza y, el resto, un 16%, inversión en Entidades de Tenencia de Valores Extranjeros (ETVE), cuyo principal objetivo es aprovecharse del ventajoso marco fiscal español para articular operaciones de inversión entre varios países. El total del *stock* de IED español en relación con el PIB, que nos ofrece el grado de incidencia de la IED en el total de la actividad económica, era a finales de 2009 del 43%, cifra inferior a la media europea, del 46%, pero superior a la media de la OCDE, cercana al 30%.⁸

La relevancia de la inversión exterior en la economía española también queda constatada con el número de empresas extranjeras registradas, que superan las 11.800, por el número de empleos generados por las mismas, superior a 1.300.000 personas, o a través de la cifra de negocio de estas empresas, superior a los 370.000 millones de euros. No obstante, cabe significar que estos datos referidos al número de empresas, empleados y cifra de negocio de la inversión acumulada en España, correspondientes al cierre del año 2009, son significativamente inferiores a los registrados a finales de 2008. De acuerdo con los datos del Registro de Inversiones, la gran mayoría de las empresas foráneas establecidas en España cuentan con menos de 10 millones de euros de inmovilizado material, emplean a menos de 500 personas y el porcentaje de inversión extranjera es superior al 75% del total.

La cuota española se situó a finales de 2010 en el 3,2% de la inversión mundial, muy superior al 2,1% que tenía en el año 2000, pero una décima menos de la registrada en 2005. España continúa siendo el séptimo principal receptor de inversión en el mundo en términos acumulados, por detrás de EE.UU., Hong Kong (China), Reino Unido, Francia, Alemania y Bélgica, y por delante de potencias económicas como China, Canadá, Brasil o Rusia. En lo que a países inversores se refiere, existe una gran concentración en economías de la OCDE, que suman el 96,5% del total de la IED instalada en España, perteneciendo una gran mayoría a la UE-15.

El primer inversor en España es Italia, debido principalmente a la operación de compra de Endesa por parte del grupo energético Enel, siendo una de las operaciones de inversión de mayor volumen realizadas en España. El segundo inversor es EE.UU., destacando el establecimiento de grandes empresas de sectores como el informático (IBM o Helwett Packard), farmacéutico (Dupont o Dow Chemical) o de automóviles (Ford u Opel). El tercer mayor inversor es Reino Unido, siendo de gran relevancia la compra de Altadis por parte de Imperial Tobacco. Otro país inversor destacado es Francia, en especial debido a las operaciones de inversión y reinver-

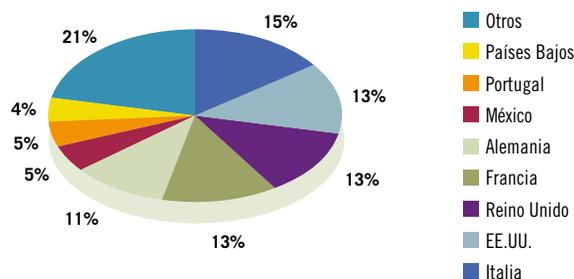
⁷ Datos de posición según el Registro de Inversiones a 31 de diciembre de 2009.

⁸ Datos del *Economist Intelligence Unit*.

sión de empresas como France Telecom, Peugeot o Renault. Entre los 25 primeros inversores en España únicamente hay tres países emergentes, México, con una cuota sobre el total del 4,9% (siendo el sexto mayor inversor), y Emiratos Árabes Unidos y Arabia Saudí, con una cuota sobre el total del 0,8% y 0,6% respectivamente.

En lo que a sectores de inversión se refiere, resulta destacable como primer sector de inversión el Suministro de energía eléctrica, gas y agua con una quinta parte de la inversión total registrada en España, debido a la comentada operación sobre Endesa. El segundo sector con mayor inversión extranjera acumulada es el Comercio al por mayor y al por menor, con un 11,7% del total, en gran parte debido a las grandes cadenas de distribución implantadas en España durante los últimos años. El tercer sector fue la Información y comunicaciones, gracias a las inversiones mencionadas por parte de France Telecom, seguido de las Actividades financieras y de seguros, la Construcción y las Actividades inmobiliarias. En cuanto al empleo creado por la IED, el Comercio al por mayor y al por menor es, a gran distancia, el que mayor número de personas emplea en España, con más de 300.000, seguido de Actividades administrativas y de seguros con 186.000 empleos y, a cierta distancia, Hostelería e Información y comunicaciones.

G.8 Distribución porcentual de los países inversores en España. Año 2010



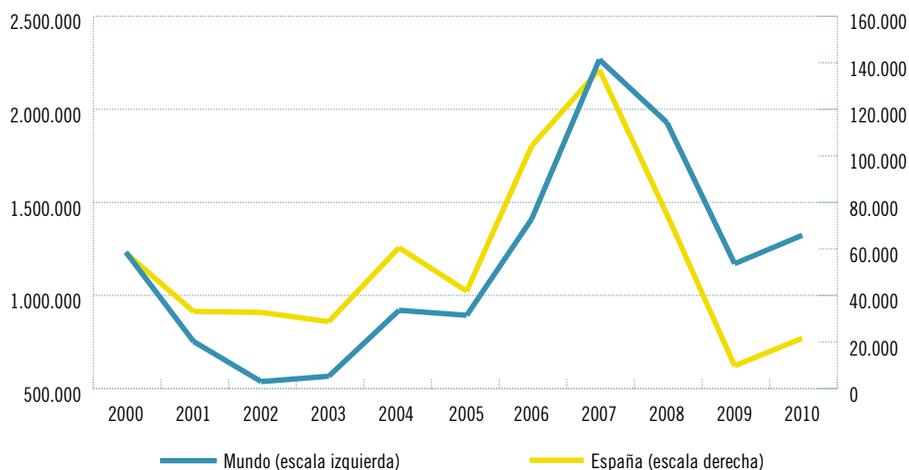
Fuente: Registro de Inversiones.

2.2. La IED de salida

2.2.1. La inversión exterior española en 2010 y primera mitad de 2011

Tal y como se comentaba en la anterior edición de este *Informe*, la inversión exterior española depende de la actividad internacional de un reducido número de multinacionales del sector Bancario, Energético, de Telecomunicaciones, Constructor, Petrolero y Textil, fundamentalmente. Aquellos años en los que estas empresas han realizado operaciones de compra sobre empresas locales, sobre todo en América Latina, Reino Unido y EE.UU., los flujos de IED emitida por España crecieron enormemente, como fue el caso de los últimos ejercicios con las operaciones de compra de O2 por parte de Telefónica, BAA por Ferrovial o Abbey por el Banco Santander. Las multinacionales españolas han incrementado durante los últimos diez años su presencia en el mundo, y la IED española avanzó un 411% entre 2000 y 2010, mientras que la IED mundial lo hizo en 156%, lo que provocó un incremento de la cuota de IED emitida desde el 1,6% en el año 2000 hasta el 3,2% en 2010.

G.9 Evolución de la IED emitida en España y en el mundo



Fuente: UNCTAD (millones de dólares). Datos para España del Banco de España (millones de euros).

Según los datos del Registro de Inversiones, la inversión exterior española creció un 57% hasta los 38.000 millones de euros en 2010, lo que supone una recuperación con respecto a 2009, en el que se registró el volumen inversor más reducido desde 1998. El dato para 2010 resulta positivo, ya que pese a situarse en niveles notablemente inferiores a la media de la última década, podría estar anticipando un cambio de tendencia. Cabe recordar a este respecto que las multinacionales españolas, si bien no son inmunes a la crisis económica, se ven mucho menos perjudicadas que las pymes, debido a su gran exposición internacional y a que algunas de ellas ya cuentan con mayor volumen de negocio en el exterior que en España. Del total del volumen inversor de 2010, alrededor de 10.000 millones de euros fueron operaciones a través de ETVEs, que se efectuaron por medio de sociedades establecidas en los Países Bajos.

El primer país receptor de la inversión española fue precisamente Países Bajos, con un 23% del total, debido a que la operación de compra de la empresa de telecomunicaciones brasileña Vivo por parte de Telefónica —una de las mayores operaciones de inversión en el mundo en el pasado año, de más de 7.000 millones de euros— se realizó a través de una sociedad constituida en dicho país. Reino Unido fue el segundo receptor de IED española en 2010, debido, entre otras operaciones, a una inversión del Santander sobre el banco inglés de su propiedad Santander Abbey. El tercer país de destino de la inversión fue Suiza, con un 9% del total, debido a la articulación de alguna gran operación de una empresa en el sector de los Servicios financieros. Resulta muy destacable que el cuarto y séptimo destinos con mayor volumen de inversión fuesen dos países emergentes, México y China. En el primer caso, debido a las operaciones financieras de un gran grupo empresarial localizado

en España y en el segundo por la adquisición de 5% del China Citic Bank por parte del BBVA, posiblemente la operación con mayores implicaciones estratégicas de las que se llevaron a cabo el año pasado en España. Otros países de destino con una inversión superior a 1.000 millones de euros fueron Irlanda, EE.UU. y Venezuela.

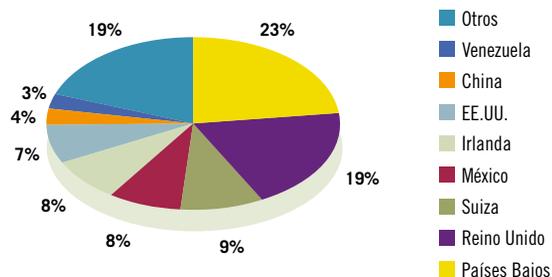
Las principales operaciones de inversión llevadas a cabo por grandes empresas españolas en 2010 se articularon a través de sociedades instrumentales establecidas principalmente en Países Bajos y Suiza. Por este motivo, el sector Servicios financieros ha sido el primer emisor de inversión española, según el Registro de Inversiones, concentrando un 34% de la IED total de 2010, si bien resulta obvio que el destino final de estas inversiones fueron otras ramas de actividad. El segundo sector de inversión, con un 29% del total, fue Telecomunicaciones, seguido de Actividades de investigación y desarrollo con un 9%. Otros sectores con inversiones relevantes fueron Suministro de energía eléctrica, gas y aire, Fabricación de bebidas y Metalurgia.

En lo que a inversiones *greenfield* se refiere, en 2010 las empresas españolas llevaron a cabo un total de 625 de estos proyectos en el exterior, doce menos que en 2009. El principal sector de inversión fue el textil, con 157 proyectos, muchos de ellos resultado del intenso proceso expansivo de tiendas de Inditex. Otros dos sectores destacados, con casi 60 proyectos cada uno, fueron Hoteles y turismo y Productos de consumo, seguidos de Servicios financieros y Energías renovables con más de 30 proyectos. Los principales destinos en los que tuvieron lugar estas inversiones, entre los que se encuentran grandes economías emergentes, fueron EE.UU., China, Brasil, Reino Unido, Francia, México y Rusia.

Primer semestre 2011

La inversión exterior española alcanzó los 15.000 millones de euros en los primeros seis meses del año, lo que supone un crecimiento del 65% en términos interanuales pero una contracción del 44% respecto al semestre inmediatamente anterior. En cualquier caso, y al igual que sucedía con la recepción de inversiones, el deterioro de la coyuntura económica mundial después de la primavera de 2011 podría reducir el número de operaciones de inversión internacional llevadas a cabo en el resto del año. Resulta muy destacable que más del 75% de la IED española haya ido a parar a mercados emergentes, no solamente de América Latina sino también de otras áreas geográficas.

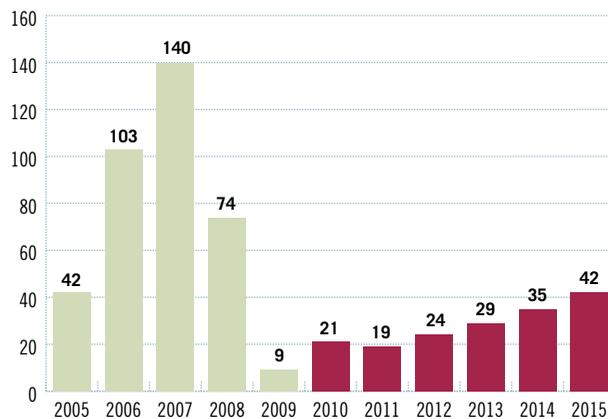
G.10 Distribución porcentual de los principales destinos de la IED española. Año 2010



Fuente: Registro de Inversiones.

El primer destino de la inversión española fue Polonia, con un 26% del total, debido a la compra por parte del Banco Santander del tercer mayor banco polaco, el Bank Zashodni, por un volumen cercano a los 4.000 millones de euros. El segundo país que más inversión española recibió en la primera mitad de 2011 fue Turquía, también con un 26% sobre el total, debido igualmente a la toma de participación de un banco turco (Turkine Garanti Bankasi) por parte de uno español. Estas dos operaciones llevadas a cabo en el sector financiero supusieron más del 50% de la inversión española en el exterior para el período referido. El tercer país destino de la inversión fue Brasil, con un 17% del total, destacando la operación de compra de Iberdrola de la distribuidora brasileña de electricidad Elektro. Otros países con inversiones destacadas fueron Canadá (6% del total), Alemania (5%), Argentina (2%), México (2%) y Reino Unido (2%).

G.11 Proyecciones de la IED emitida por España
Miles de millones de dólares



Fuente: *Economist Intelligence Unit*.

En lo que a inversiones *greenfield* se refiere, en la primera mitad de 2011 se registraron 314 proyectos, una cifra similar al semestre inmediatamente anterior, por lo que posiblemente en 2011 veremos, al igual que en 2009 y 2010, alrededor de 600 proyectos *greenfield* llevados a cabo por empresas españolas en el exterior. Por lo que a sectores y destinos se refiere, en los primeros meses de 2011 tuvo continuidad la tendencia observada en los dos últimos años, caracterizada por una gran concentración de proyectos en el sector Textil, y, en menor medida, en el sector de Productos de consumo y Servicios financieros, y por una expansión a grandes mercados, tanto de países avanzados (Reino Unido, EE.UU.) como a países emergentes (China, Brasil).

En lo que a inversiones *greenfield* se refiere, en la primera mitad de 2011 se registraron 314 proyectos, una cifra similar al semestre inmediatamente anterior, por lo que posiblemente en 2011 veremos, al igual que en 2009 y 2010, alrededor de 600 proyectos *greenfield* llevados a cabo por empresas españolas en el exterior. Por lo que a sectores y destinos se refiere, en los primeros meses de 2011 tuvo continuidad la tendencia observada en los dos últimos años, caracterizada por una gran concentración de proyectos en el sector Textil, y, en menor medida, en el sector de Productos de consumo y Servicios financieros, y por una expansión a grandes mercados, tanto de países avanzados (Reino Unido, EE.UU.) como a países emergentes (China, Brasil).

Previsiones

Después del abrupto descenso de la inversión exterior española durante los últimos años, en línea con la desaceleración y posterior contracción del ciclo económico, para los próximos ejercicios el *Economist Intelligence Unit* prevé una moderada recuperación de la inversión exterior. Esta inversión iría aumentando desde los 19.000 millones de dólares en 2011 hasta los 42.000 millones de dólares en 2015, resultando destacable que los volúmenes alcanzados estarían muy por debajo de las cifras *record* de inversión alcanzadas en el período previo a la crisis. En cualquier caso, las previsiones de inversión exterior española para el año 2011 podrían quedar alejadas de la cifra real a juzgar por el positivo comportamiento de la IED en el primer semestre del año debido a las operaciones mencionadas.

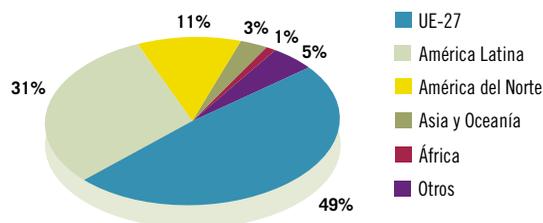
2.2.2. La IED española en el exterior (stock)

Según datos del Registro de Inversiones, a finales de 2009 el *stock* de inversión exterior española en el exterior era de 378.000 millones de euros, siendo un 17% de esa inversión en ETVs. En total existen en España más de 8.500 empresas con presencia en el exterior a través de inversiones directas, con una cifra de negocio de 380.000 millones al año, y que dan empleo a 1.400.000 de personas. Cabe destacar que respecto al *stock* registrado a finales de 2008, la cifra de negocio de estas empresas se redujo un 10% y sin embargo los resultados avanzaron un 45%, lo cual se explica por los ingresos financieros o extraordinarios de las grandes empresas españolas. Resulta asimismo interesante el hecho de que una mayoría de las empresas españolas con presencia en el exterior estén a su vez participadas por empresas extranjeras en España. La cuota española sobre el total de las inversiones exteriores era a finales de 2010 del 3,2%, el doble que en el año 2000 y 4,5 veces más que en 1990. España es el décimo país con mayor *stock* de IED emitida, por detrás de EE.UU., Reino Unido, Francia, Alemania, Hong Kong (China), Suiza, Países Bajos, Japón y Bélgica.

El primer destino de la inversión española es el Reino Unido, con más de 48.000 millones de euros de *stock*, un 15% del total, debido principalmente a grandes operaciones de compra o tomas de participación llevadas a cabo por parte del Santander, Ferrovial o Iberdrola. El segundo país con mayor inversión española es Brasil, con 42.000 millones de euros, un 13% del total, cifra detrás de la que se encuentra el desembarco de las grandes empresas españolas en los años noventa y 2000 y, más recientemente, importantes operaciones de compra sobre empresas nacionales por parte del Santander y de Telefónica. Otros países con importantes volúmenes de inversión española son EE.UU., con un 11% del total, México (7,2%), Países Bajos (6,8%), Portugal (6,8%), Luxemburgo (5%), Francia (4,3%) y Chile (3,1%). En total, un 71% de la inversión española ha ido a parar a países de la OCDE, un 49% a la UE-27, un 11,3% a América del Norte, un 31% a América Latina y tan solo un 2,9% a Asia.

El reparto sectorial de la inversión, al igual que el geográfico, depende en gran medida de los sectores correspondientes a las principales empresas multinacionales españolas. La intensa actividad internacional de los dos grandes bancos, Santander y BBVA, provoca que Actividades financieras y de seguros sea el primer sector de inversión española en el exterior con más de 110.000 millones de euros, más de un tercio de la inversión total. El segundo sector con mayor inversión fue el de manufacturas, con 55.000 millones de euros, un 17% del total. El tercer sector fue Información y comunicaciones, con un 14% del total, debido a la actividad expansiva de

G.12 Distribución porcentual del *stock* de inversión española en el exterior



Fuente: Registro de Inversiones. Posición a 31 de diciembre de 2009

Telefónica. Con un 8%, Suministro de energía eléctrica, ocupó el cuarto lugar, debido a las operaciones exteriores de toma de participación en empresas locales y a la reinversión efectuada por Endesa e Iberdrola. Otros sectores con inversiones españolas relevantes en el exterior han sido los de Construcción, Comercio al por mayor y al por menor y Transporte y almacenamiento.

3. La IED en Galicia

3.1. La inversión exterior en Galicia

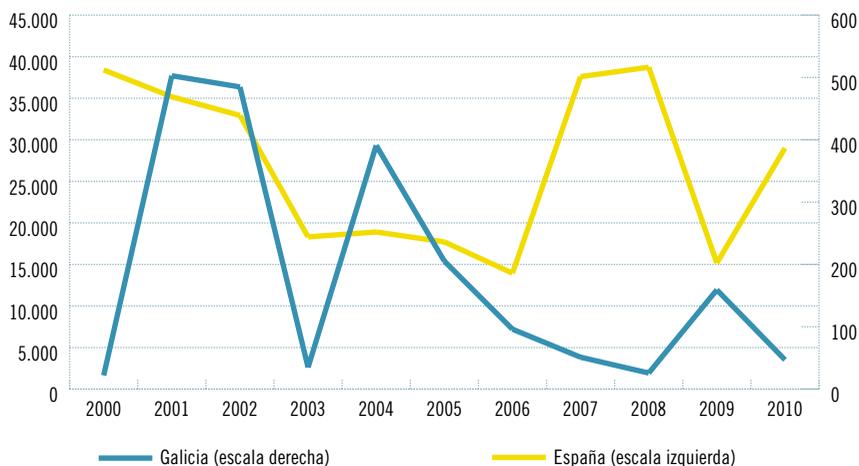
3.1.1. *La evolución en 2010 y primera mitad de 2011*

En la pasada década la inversión exterior en Galicia se comportó de manera irregular y altamente volátil, con años de entradas de flujos alrededor de los 400 millones de euros y otros con una inversión por debajo de los 50 millones de euros. Parece existir cierta tendencia a la baja en la segunda mitad de la década, en la que la inversión recibida se contrajo progresivamente hasta alcanzar los 26 millones de euros en 2008, si bien volvería a recuperarse en 2009 debido a dos destacadas operaciones financieras puntuales.

En 2010 la IED volvió a contraerse hasta los 47 millones de euros, un 70% menos que en el año anterior, si bien esta fuerte caída debe de ser contextualizada en el elevado volumen de inversión de 2009 debido a las dos operaciones mencionadas. A este respecto cabe destacar que, si aislamos las operaciones financieras referidas, Galicia hubiese captado solamente 19 millones de euros en 2009, año que hubiese sido el quinto consecutivo de caída de IED recibida, contexto en el cual los 47 millones recibidos en 2010 podrían significar un cambio de tendencia. En cualquier caso, el desempeño de la IED captada por Galicia parece discreto, como explica la caída del 76% respecto a la inversión media de la década anterior o que solamente haya recibido un 0,2% de la inversión total de ese año en España, una cuota muy por debajo de su contribución al PIB o a las exportaciones españolas.

Al igual que en el año anterior, Portugal fue el primer inversor en Galicia, con más de 26 millones de euros, un 56% sobre el total. La práctica totalidad de esta inversión fue a parar al sector de Servicios financieros, y más concretamente, al subsector de Otra intermediación monetaria. El segundo país que más invirtió en Galicia, con 8 millones de euros, un 17% del total, fue Reino Unido, debido a una única operación por el volumen indicado en el sector Químico. El tercer mayor inversor fue México, con más de 3 millones de euros, fundamentalmente en el sector Inmobiliario y en la Construcción de edificios. Tanto Suiza como Venezuela registraron igualmente inversiones por un importe superior al millón de euros. Resulta destacable que, pese a tratarse de volúmenes de inversión reducidos, un numeroso grupo de países emer-

G.13 Evolución de la IED en España y Galicia
Millones de euros



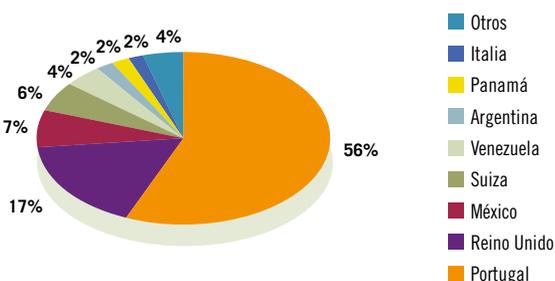
Fuente: Registro de inversiones.

gentes registraron inversiones en Galicia en 2010, como China, Rusia, Bielorrusia, Brasil, Argentina o Uruguay.

Las dos operaciones mencionadas, realizadas respectivamente por Portugal y Reino Unido, llevaron a los sectores de Servicios financieros e Industria química a ser los principales receptores de IED en Galicia en el pasado año, concentrando entre ambos más de un 70% de la inversión total. El tercer sector que más inversión extranjera recibió fue la Programación, consultoría y otras actividades relacionadas, con casi 3 millones de euros. Otros sectores con inversiones superiores al millón de euros fueron la Construcción de edificios, las Actividades inmobiliarias y el Comercio al por mayor y al por menor.

En 2010 Galicia ocupó el lugar decimoprimer por comunidades autónomas y, en términos de crecimiento, fue la cuarta que peor evolucionó. Este descenso se debe fundamentalmente a la inexistencia de grandes operaciones de inversión en nuestra comunidad autónoma durante el pasado año, como lo fueron las realizadas por Benteley, Cimpor o la Caixa Geral de Depósitos en los años anteriores. Este descenso, que parece dar continuidad a la escasa inversión recibida durante los últimos años de la década pasada, evidencia el escaso atractivo de Galicia para la inversión exterior y el posicionamiento de

G.14 Distribución porcentual del stock de inversión española en el exterior



Fuente: Registro de Inversiones.

C.1 La IED recibida por comunidades autónomas Año 2010

	Miles de €	TVI (en %) 2010-2009
1. Comunidad de Madrid	8.338.219	-19
2. Cataluña	4.572.497	142
3. Andalucía	1.221.409	279
4. Islas Canarias	862.452	993
5. País Vasco	253.329	-66
6. Islas Baleares	158.427	-62
7. Comunidad Valenciana	156.166	-72
8. Navarra	109.842	295
9. Castilla-La Mancha	55.367	-69
10. Aragón	47.479	-91
11. Galicia	47.374	-70
12. La Rioja	36.414	913
13. Extremadura	30.400	6
14. Principado de Asturias	28.628	351
15. Región de Murcia	23.513	101
16. Castilla y León	12.928	-83
17. Cantabria	3.667	-70
18. Ceuta y Melilla	3	-100

Fuente: Registro de Inversiones.

Cataluña (86), Comunidad Valenciana (39), Andalucía (29), País Vasco (15) y Castilla-La Mancha (15). La evolución de estos proyectos de inversión nueva en Galicia es sensiblemente mejor que la IED recibida en forma de participación en capital. Algunas empresas que llevaron a cabo estas operaciones fueron H&M, Carrefour, Metro, Fiat o Enercon.

Primer semestre 2011

La IED registrada por Galicia en los primeros seis meses de 2011 registró un avance muy positivo, alcanzando los 130 millones de euros, lo que supone un 207% respecto al semestre inmediatamente anterior y un 2.400% en términos internacionales, ya que en la primera mitad de 2010 apenas hubo inversión. Galicia fue la octava comunidad autónoma que más inversión exterior recibió, con una cuota sobre el total del 1,1%, superior a la de los últimos años, si bien este dato debe de ser contextualizado por el «efecto sede», que provoca que gran parte de la inversión se contabilice en la Comunidad de Madrid y en Cataluña por ser las sedes de las principales multinacionales, independientemente de dónde se realice la actividad productiva.

las empresas extranjeras instaladas en actividades y sectores maduros, lo que no favorece la reinversión de beneficios. Estos datos, además, alejan a Galicia de la positiva tendencia iniciada por España en el pasado año en términos de atracción de IED.

En cualquier caso, cabe recordar que los datos de inversiones exteriores para un solo año en las CC.AA. dependen fundamentalmente de la materialización de fuertes operaciones de toma de participación en capital, superiores a 3 millones de euros, que son las que contabiliza el Registro de Inversiones. Por ello, el análisis de la evolución de inversión exterior en Galicia debe de ser completado con los proyectos *greenfield* realizados y anunciados que recoge la base de datos FDI Markets. En este sentido, cabe destacar que Galicia recibió 14 de estos proyectos en el pasado año, siendo la séptima comunidad autónoma a este respecto, por detrás de la Comunidad de Madrid (96),

Este volumen de inversión se concentró en dos operaciones puntuales; la primera de ellas fue llevada a cabo por Reino Unido, por 67 millones de euros, en el sector Químico, pudiendo deberse a la toma de participación en una empresa del sector del Aluminio establecida en Galicia. En el segundo caso se trata de la compra por el conglomerado industrial chino CITIC (China International Trust and Investment Company) de la calderera porriñesa Gándara Censa, operación valorada en 50 millones de euros, anunciada ya en 2010, y que finalmente se registró en el primer semestre de 2011. Las implicaciones estratégicas de esta operación podrían ser muy beneficiosas para Galicia, ya que detrás de la rama del grupo industrial compradora, Citic Heavy Industries, se encuentra Citic Bank, entidad financiera del holding, que ya han anunciado su intención de potenciar y diversificar la fábrica. Esta inversión, además, podría tener un «efecto arrastre» sobre otras empresas chinas que podrían desembarcar en Galicia durante los próximos años, al situar a nuestra comunidad autónoma en el mapa de los grandes inversores de dicho país.

Como consecuencia de ambas operaciones, Reino Unido y China fueron los principales inversores en Galicia en la primera mitad del año, y los sectores de Industria química y Fabricación de productos metálicos, los que registraron una mayor inversión. Una tercera operación, si bien muy alejada de la importancia de las dos anteriores, fue la inversión realizada por una sociedad localizada en Luxemburgo en el sector de Suministro de energía eléctrica. A lo largo de 2011 tampoco se han registrado noticias positivas acerca del posible establecimiento en Salvaterra de Miño del proyecto de Mitsubishi para fabricar baterías de litio para coches eléctricos, por lo que esta posibilidad parece mucho más alejada que en el pasado año. El proyecto parece haberse detenido debido a la crisis económica en Japón y a los escasos avances en la implantación y apoyo público al coche eléctrico en España. Una positiva noticia sobre inversión exterior en Galicia es la confirmación de la multinacional francesa de componentes SNOP de invertir 12 millones de euros en una nueva planta en Nigrán (Pontevedra). La nueva planta, que podría generar 150 nuevos puestos de trabajo, estaría operativa a lo largo de 2012.

3.1.2. *La IED acumulada en Galicia (stock)*⁹

Tal y como se ha comentado, la distribución de la inversión exterior establecida en España responde a la localización de las sedes de las principales multinacionales, que es donde se contabiliza la inversión independientemente de donde se acabe materializando la actividad económica. En este contexto, Cataluña es la primera comunidad autónoma receptora de inversión, con más de 27.000 millones de euros, un 24,2% del total, seguida de la Comunidad de Madrid, con un 19,3% del total y Andalucía, con un 14,6%. Galicia ocupa el decimoprimer puesto en términos de IED acumulada, con un total de 3.400 millones de euros, un 3% del total, por detrás

⁹ Datos del Registro de Inversiones a 31 de diciembre de 2009.

C.2 La IED recibida acumulada por comunidad autónoma. Año 2009

	Millones de €	% sobre el total
1. Cataluña	27.471	24,2
2. Comunidad de Madrid	21.892	19,3
3. Andalucía	16.521	14,6
4. Aragón	5.813	5,1
5. Comunidad Valenciana	5.530	4,9
6. Islas Canarias	4.972	4,4
7. Principado de Asturias	4.669	4,1
8. Castilla y León	4.516	4,0
9. País Vasco	3.832	3,4
10. Islas Baleares	3.682	3,2
11. Galicia	3.422	3,0
12. Región de Murcia	3.083	2,7
13. Castilla-La Mancha	2.990	2,6
14. Navarra	1.953	1,7
15. Cantabria	1.640	1,4
16. Extremadura	1.038	0,9
17. La Rioja	477	0,4

Fuente: Registro de Inversiones. Posición de *stock* a 31 de diciembre de 2009.

de otras comunidades autónomas, aparentemente con menor atractivo para la inversión exterior. En términos de empleo creado, Galicia ocupa la posición octava, con cerca de 51.000 puestos de trabajo generados por las empresas extranjeras establecidas en la comunidad autónoma, un 3,9% del total de España.

En lo que al patrón geográfico de procedencia de las empresas extranjeras que se han establecido en Galicia, destaca la elevada concentración en países avanzados, como Alemania (Faurecia Automotive, Mollertech Ourense o SGL Carbón), Francia (Peugeot-Citroën Automóviles España, Wagon Automotive o Coaxis España), Reino Unido (GKN Driveline Vigo o Picobello Andalucita), EE.UU. (Genetech España, General Dynamics o Alcoa Inespal) o Japón (Denso Sistemas Térmicos España). El establecimiento de empresas procedentes de países emergentes es todavía una asignatura pendiente, no solo en Galicia sino también en España, si bien

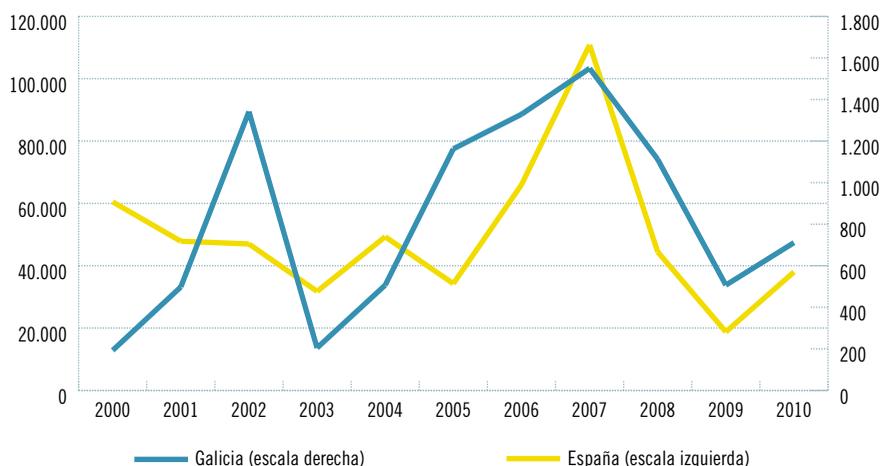
existen algunos casos destacados como el comentado de CITIC o de la empresa china Daxiong, que recientemente ha anunciado que fabricará 200.000 toneladas anuales de acero en As Pontes.

3.2. La IED de Galicia en el exterior

3.1.1. La evolución en 2010 y primera mitad de 2011

La inversión exterior gallega se ha comportado en términos generales de manera más positiva que la inversión exterior recibida por Galicia. Las operaciones de inversión exterior protagonizadas por empresas gallegas se intensificaron en la segunda mitad de la pasada década, en la que se registraron volúmenes de inversión superiores a los 1.000 millones de euros entre los años 2005 y 2008. En 2009, como resultado de la adversa coyuntura económica, tanto en Galicia como en el resto de España, la inversión exterior gallega cayó a la mitad, y en 2010 comenzó a recuperarse, creciendo un 4,9% y alcanzando los 711 millones de euros. Estas operaciones expansivas reflejan la mejora de la situación económica en el pasado año, que incrementó la confianza empresarial, y la toma de conciencia de la necesidad de diversificar y

G.15 Evolución de la IED emitida por España y Galicia
Millones de euros



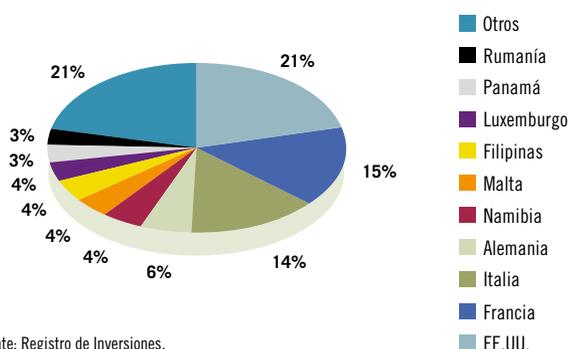
Fuente: Registro de Inversiones.

apostar por los mercados internacionales por parte de los empresarios y directivos de las firmas gallegas. Pero principalmente se debe a la actividad del grupo Inditex, que ha mantenido su fuerte apuesta por la expansión exterior pese a la adversa coyuntura, al contrario que otras empresas gallegas. La cuota de la inversión exterior gallega en el total de España fue del 1,9%, ligeramente superior a la media registrada en la década pasada, pero notablemente inferior al 2,7% de cuota histórica.

El primer destino de la inversión gallega fue EE.UU., con 151 millones de euros, un 21% del total, debido principalmente a inversiones en dos sectores. El primero sería el de Comercio al por menor debido a una operación de ampliación de capital llevada a cabo por Inditex con el objetivo de obtener recursos para su expansión en Norteamérica. El segundo sector es Construcción de edificios en el que se han realizado operaciones en los EE.UU. por casi 80 millones de euros. El segundo país que más inversión gallega recibió fue Francia, con 109 millones de euros, un 15% del total, con un patrón inversor muy similar al estadounidense, en el que la totalidad de la inversión se encuentra concentrada en el sector de Comercio al por menor y el sector de Actividades inmobiliarias. El tercer país con mayor inversión fue Italia, con 100 millones de euros, un 14% del total, debido a una fuerte operación llevada a cabo en el primer trimestre del año nuevamente en el sector de Comercio al por menor debido a una operación de Inditex para dotar de mayor capital a Zara Italia.

El cuarto destino inversor, con un volumen significativamente inferior, de 38 millones de euros (5% del total) fue Alemania, debido igualmente a una operación en el sector Comercio al por menor. El quinto país que más IED gallega recibió fue Namibia, con 30 millones de euros (4%), por las operaciones de reinversión en el sector de Pesca y acuicultura. Otros países destacados, con inversiones superiores a

G.16 Distribución porcentual de la procedencia de IED de entrada en Galicia desde el año 2000 (% sobre el total)



Fuente: Registro de Inversiones.

los 20 millones de euros fueron Malta, Filipinas, Luxemburgo, Panamá, Rumanía, Marruecos y Países Bajos, lo que resulta reseñable por tratarse de destinos no habituales en los planes expansivos de las empresas gallegas. Al igual que en años anteriores, existe una escasa apuesta de la inversión gallega por los mercados emergentes, y solamente Brasil, que recibió un 2% del total, o China, con un 1%, recibieron inversiones superiores a los 5 millones de euros. En cualquier caso, pese a una masiva presencia de las economías de la OCDE entre los principales

destino de la IED gallega, el patrón inversor sigue estando caracterizado por una mayor diversificación que en otras comunidades autónomas.

Durante los últimos diez años, las inversiones gallegas en el exterior se han concentrado en siete sectores, debido a la actividad internacional de grandes empresas localizadas en nuestra comunidad autónoma: Financiero (debido a las sociedades de cartera residentes en Galicia), Textil (fundamentalmente Inditex), Fabricación de productos minerales (Cupire Padesa), Comercio al por menor (Roberto Verino, Adolfo Domínguez), Automoción (PSA, Grupo Copo), Pesca y acuicultura (Pescanova, Iberconsa) y Construcción (Fadesa, Grupo San José). En 2010 la expansión internacional por parte de Inditex se encuentran detrás de los 278 millones de euros invertidos en el exterior en el sector Confección de prendas de vestir, que concentra un 48% de la IED total emitida por Galicia en ese ejercicio. En segundo lugar resulta destacable los 128 millones de euros invertidos en el sector de Comercio al por mayor, segundo sector en importancia con un 18% del total, por diversas operaciones realizadas en numerosos países, destacando las materializadas en Francia. El tercer sector con mayor inversión exterior gallega fue el de Actividades inmobiliarias con 94 millones de euros, un 13% del total, debido a operaciones llevadas a cabo en EE.UU. Otros sectores de interés, con inversiones superiores a los 20 millones de euros, son Construcción de edificios (5,6% de la inversión total), Pesca y acuicultura (4,9%), Servicios técnicos de arquitectura e ingeniería (4,7%), Personas físicas (4,1%), Industria de la alimentación (4,1%) y Servicios financieros (3%).

En lo que a la balanza de inversión exterior se refiere, cabe destacar que, a medida que Galicia alcanzaba mayores cotas de desarrollo económico, la inversión exterior gallega iba situándose gradualmente por encima de la inversión recibida del exterior. Dicha diferencia se agudizó a partir de la pasada década, en la que la media fue de 870 millones de euros en el primer caso y 187 millones de euros en el segundo. Este *gap* comenzó a reducirse a comienzos de la crisis económica, debido al fuerte descenso de la inversión exterior gallega en los ejercicios 2008 y 2009. En 2010 la di-

ferencia entre IED recibida e IED emitida volvió a ensancharse, habida cuenta de los 47 millones de euros de IED recibida frente a los 711 millones de euros de IED emitida. Ello se debe, en gran parte, a la fuerte apuesta por el exterior del grupo Inditex en una coyuntura caracterizada por la ausencia de operaciones de inversión internacional en nuestra comunidad autónoma.

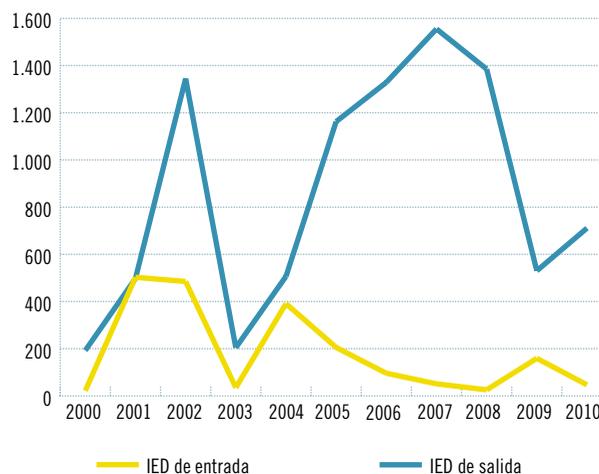
Primer semestre 2011

En los primeros seis meses de 2011 las empresas gallegas invirtieron 248 millones de euros en el exterior, un 4% menos que en el semestre inmediatamente anterior y un 48% menos en términos interanuales. Las cifras de IED emitida por

Galicia vienen a reflejar el regreso a la incertidumbre económica y el deterioro de la coyuntura económica en el mundo, además de las dificultades por las que atraviesan un importante número de empresas gallegas, más preocupadas en mantener su actividad actual que en acometer nuevos planes expansivos. Galicia fue la octava comunidad autónoma que más invirtió en el período, con una cuota sobre el total de 1,5%, y se desacopló del ciclo inversor de la economía española, que avanzó considerablemente en términos interanuales. En cualquier caso, tal y como hemos señalado en otras ocasiones, las interpretaciones sobre datos de inversión exterior necesitan plazos más amplios que un solo semestre, por lo que habrá que esperar al dato a final de año para extraer conclusiones más significativas acerca de la evolución de la IED gallega en el exterior.

Al igual que en 2010, Inditex parece la única de las empresas gallegas que sigue apostando fuertemente por la expansión internacional. Una operación de esta empresa sobre su filial en Bélgica fue la más importante del primer semestre del año en Galicia, por una cuantía de 191 millones de euros, un 77% del total. La segunda en importancia fue igualmente llevada a cabo en el sector Confección de prendas de vestir y se produjo en los EE.UU., por lo que podría estar también relacionada con la actividad internacional del mismo grupo. El tercer país que más IED gallega recibió fue Serbia, con 11 millones de euros, un 4,4% del total, seguido de Guatemala, con casi 4 millones de euros, debido a inversiones realizadas en el sector Pesquero. Portugal fue el quinto mayor inversor, por operaciones llevadas a cabo también en Pesca y acuicultura y en el sector Financiero. Hay que reseñar que, a lo largo de 2011, podrían materializarse sendas operaciones llevadas a cabo por Viza, que proyecta abrir una planta en Tánger por un montante de 11 millones de euros, y por el

G.17 IED de entrada y salida en Galicia
Millones de euros



Fuente: Registro de Inversiones.

C.3 IED de salida acumulada por comunidad autónoma. Año 2009

	Millones de €	% sobre el total
1. Comunidad de Madrid	177.874	56,5
2. Cantabria	40.625	12,9
3. Cataluña	31.165	9,9
4. País Vasco	29.361	9,3
5. Galicia	10.267	3,3
6. Principado de Asturias	7.339	2,3
7. Andalucía	6.535	2,1
8. Comunidad Valenciana	5.470	1,7
9. Islas Baleares	2.520	0,8
10. Aragón	1.153	0,4
11. Navarra	860	0,3
12. Castilla y León	538	0,2
13. Región de Murcia	487	0,2
14. Castilla-La Mancha	333	0,1
15. Islas Canarias	238	0,1
16. La Rioja	59	0,0
17. Extremadura	35	0,0

Fuente: Registro de Inversiones. Posición de *stock* a 31 de diciembre de 2009.

de *stock* (a 31 de diciembre de 2009), se sitúa por delante de algunas CC.AA. con mayor potencial económico, debido fundamentalmente a la actividad exterior de sus grandes empresas. Entre ellas destaca por encima de todas Inditex, pero también Adolfo Domínguez, Roberto Verino o Caramelo, las del sector pesquero y conservero, como Pescanova, Jealsa Rianxeira y Calvo, o constructor, como Fadesa Inmobiliaria y Constructora San José.

Grupo Copo, que tiene intención de abrir dos fábricas, una en Brasil y otra en la República Checa, por un importe total de más de 4 millones de euros.

3.1.2. La IED gallega acumulada en el exterior¹⁰

Galicia cuenta con un *stock* de inversión exterior de 10.267 millones de euros, un 3,3% del total, siendo la quinta comunidad autónoma que más IED ha emitido, después de la Comunidad de Madrid, Cantabria, Cataluña y el País Vasco. Cabe destacar que estas cuatro últimas CC.AA. concentran gran parte de la IED española al ser sedes de empresas multinacionales con una fuerte internacionalización, como sería el caso de Telefónica o Endesa (Madrid), Banco Santander (Cantabria), BBVA o Iberdrola (País Vasco) y Gas Natural o Akbar (Cataluña). Galicia, que ha incrementado su cuota en la inversión acumulada en el total nacional un 36% desde la última contabilización

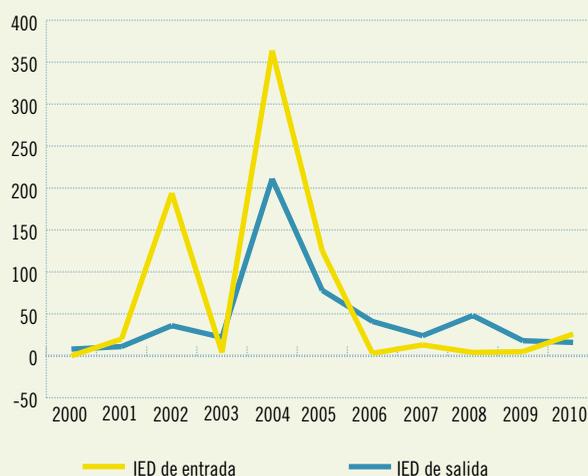
¹⁰ Datos a 31 de diciembre de 2009.

La relación de inversión bilateral con Portugal

La inversión de Portugal en Galicia alcanzó los 26,7 millones de euros en 2010, el volumen más elevado desde 2005. El elevado monto inversor se debió fundamentalmente a una gran operación en el sector Financiero, pero, más allá de ella, hubo inversiones más modestas procedentes de Portugal en otros 18 sectores, lo que refleja las sólidas relaciones económicas entre las pymes portuguesas y gallegas. Galicia fue la cuarta comunidad autónoma que registró más inversión portuguesa, después de Madrid, Cataluña y Castilla-La Mancha. Por el contrario, la inversión de Galicia en Portugal descendió hasta los 16 millones de euros, la cifra más reducida desde el año 2001, lo que está relacionado con la madurez de la economía portuguesa en los sectores en los que operan las grandes empresas gallegas y con la mayor preferencia por la diversificación por parte de las mismas.

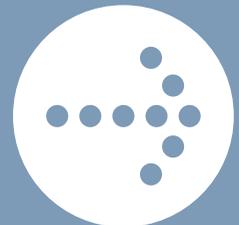
En lo que a sectores económicos se refiere, la inversión bilateral entre ambas economías se encuentra altamente concentrada en el sector de Productos minerales no metálicos, si bien también ha habido otros como Servicios financieros, Energía, Construcción, Industria química o Pesca y acuicultura. Tradicionalmente, la inversión de Portugal en Galicia ha sido superior a la de Galicia en Portugal, fundamentalmente debido a la diferencia de tamaño y, por lo tanto, de capacidad inversora en ambas economías; sin embargo en los últimos años habíamos observado lo contrario, debido a la caída de la actividad económica en Portugal. A pesar de ello, en 2010 la IED portuguesa en Galicia superó en 10 millones de euros a la IED gallega en Portugal.

G.18 Inversión bilateral Galicia-Portugal
Millones de euros



Fuente: Registro de Inversiones.

IV. La empresa gallega ante la internacionalización y análisis de países



Encuesta de opinión a las empresas gallegas

Consideramos útil pulsar la opinión de los agentes sociales que protagonizan en última instancia el proceso de internacionalización, los empresarios. Nos basamos, como en *Informes* anteriores, en una encuesta directa cuyos resultados presentamos en forma sucinta al objeto de destacar el perfil sintético de las respuestas y opiniones prevalecientes en el colectivo.

Características de la Encuesta

La muestra sometida a análisis procede de una encuesta similar a la de años anteriores, que nos ofrece un panorama significativo de la experiencia e inquietudes del colectivo empresarial. Con la encuesta se pretende obtener una imagen clara de la posición de los agentes empresariales.

La muestra obtenida cubre 36 sectores de actividad, si bien las respuestas se concentran en la industria alimentaria, pesca y acuicultura, textil, productos metálicos y maquinaria e industria de la madera. Como es habitual una parte sustancial de las respuestas se concentró en otras actividades.

El 50,5% de las respuestas empresariales corresponden a empresas con facturación inferior a los 3 millones de euros, el 18,2% entre 3 y 6 millones, el 19,2% entre 6 y 30 millones, y un 12,1% tienen una facturación superior.

En cuanto al tamaño de las plantillas, el 69,7% no superan los 50 trabajadores, un 20,2% se sitúan en el tramo de 50 a 250 trabajadores y solamente un 6,1% superan los 250 empleados. Un 4% no hacen constar la dimensión de su plantilla.

Principales resultados

1. El 71,7% de las empresas encuestadas prevén incrementar sus ventas en los mercados de exportación frente a un 4% que guardan una contracción de las mismas

La mayoría de las respuestas restantes apuntan hacia una estabilidad respecto a años anteriores. Es significativo destacar el incremento tendencial de las opi-

niones a favor de una intensificación de las exportaciones. La encuesta anterior, correspondiente al 2010, arrojaba opiniones favorables a un incremento de la actividad exportadora del 68% y contrarias del 6%. Son datos congruentes con la reactivación de la actividad exportadora a consecuencia de la crisis.

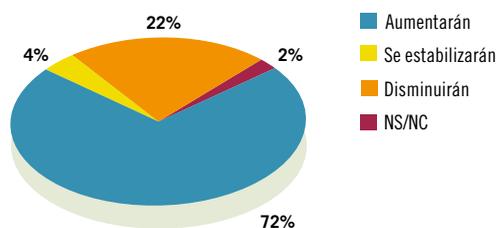
2. El 51,9% de las empresas proyectan aumentar sus exportaciones mediante el acceso a nuevos mercados y el 51,5% espera intensificar sus inversiones directas en el exterior por el mismo procedimiento. El porcentaje de las empresas que prevén un mantenimiento de la actividad en sus mercados habituales, tanto en exportaciones como en inversiones, se sitúa respectivamente en el 46,1% y en el 30,3%

De nuevo se comprueba el efecto de la intensificación de la actividad empresarial en el exterior. En la encuesta del año anterior la previsión de acceso a nuevos mercados se situaba en el 47,2% y 37% para exportación e inversión respectivamente. El mantenimiento de la presencia era en cambio superior: 50% y 55,6% respectivamente. La empresa gallega parece orientarse hacia una clara diversificación de sus mercados externos.

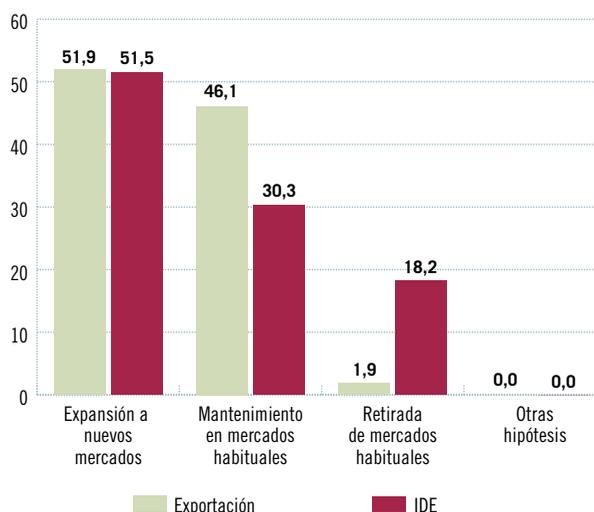
3. El 42,6% de las empresas informantes prevén exportaciones a la UE-27 (un 27,5% del total hacia Francia y un 32,5% hacia Portugal), el 36,1% proyectan inversiones directas en la UE-27 (38,5% de las mismas en Francia y 23,8% en Portugal). Son también significativos los flujos previstos hacia Latinoamérica (16% para exportaciones y 30,6% para inversiones) e incluso hacia los grandes países emergentes: China (4,5% de intención exportadora y 8,3% en inversiones) e India (1,9% y 5,6%, respectivamente)

Si bien no observamos modificaciones significativas en cuanto a la orientación de los flujos de exportación prevista, si en cambio son manifiestas las alteraciones en el

G.1 Evolución prevista de las posibilidades de exportación durante los próximos 12 meses (% de respuestas)



G.2 Previsiones de exportación e inversión en las circunstancias actuales (% de respuestas)



C.1 Áreas de actuación previstas en exportación e inversión (% de respuestas)

	Exportación	IDE
Francia	11,7	13,9
Portugal	13,8	8,3
Resto de países de la UE-27	17,0	13,9
Resto de Europa	10,1	0,0
EE.UU. y Canadá	6,1	2,8
Latinoamérica	16,0	30,6
China	4,5	8,3
India	1,9	5,6
Resto de países de Asia y Oceanía	6,6	2,8
Norte de África (Marruecos, Argelia, Túnez, Libia y Egipto)	7,2	8,3
Resto de África	5,1	5,6
Total	100,0	100,0

esquema geográfico de las inversiones en el exterior. La zona euro ve rebajada su participación como receptora de inversiones desde el 57,9% de 2010 hasta el actual 32,5%, al tiempo que se reactivan las perspectivas de China (2,6% en 2010) y de India que no aparecía siquiera como opción contemplada. Son modificaciones igualmente alentadoras que apuntan al interés creciente de Brasil y China en los planes empresariales.

4. En las estrategias utilizadas para el acceso a nuevos mercados, tres son los procedimientos preferidos: exportación con apoyo de un socio local (26%), investigación de mercado (24,3%) y asesoramiento en el mercado de destino (20,4%)

Las respuestas no ofrecen cambios importantes en relación con la encuesta realizada un año antes. Las tres vías indicadas se mantienen a considerable distancia de todas las siguientes. A este respecto cabe resaltar la mayor atención al procedimiento de apertura de una oficina en el país de destino (8,8% de intención este año contra 5,4% el anterior). El tipo de negocio o actividad tiene aquí, como es natural, un peso relevante.

C.2 Áreas de actuación previstas en exportación e inversión (% de respuestas)

Realizando una investigación de mercado	24,3
Buscando asesoramiento en un mercado de destino	20,4
Exportando mi producto o servicio con la ayuda de un socio local	26,0
Franquiciando en el exterior	2,2
Externalizando una actividad de mi empresa	3,9
Abriendo una oficina en el exterior	8,8
Instalando una planta productiva	1,7
A través de una <i>joint-venture</i>	6,1
Otros	6,6
Total	100,0

C.3 Coyuntura económica y planes de internacionalización (% de respuestas)

¿En que medida interfiere la coyuntura actual en sus planes?	
Poco: ya que siempre hay países o segmentos de mercado aptos para la internacionalización	25,2
Poco: los planes de la empresa son a largo plazo y no se ven afectados	12,2
Mucho: es un momento de incertidumbre internacional y optamos por la prudencia	32,2
Mucho: resulta complicado obtener financiación para nuevos proyectos	23,5
Otros	7,0
Total	100,0

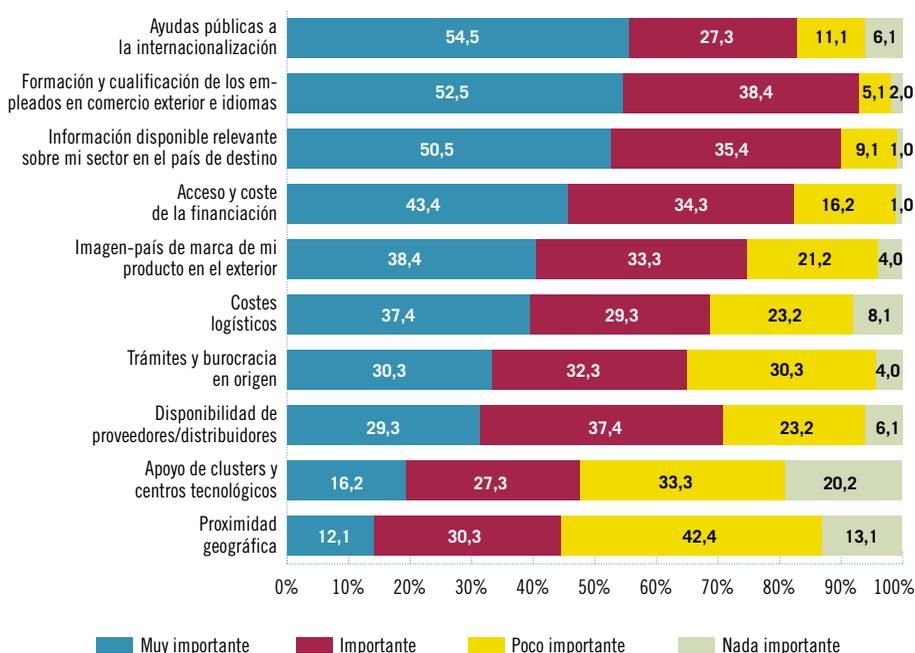
5. Influencia de los factores coyunturales; si bien siguen predominando las opiniones a favor del peso decisivo de la coyuntura, este disminuye a favor de una mayor autonomía de las decisiones: el peso de la coyuntura se califica alto (55,7%) si bien parece perder relevancia (62,5% en la encuesta de 2010)

En cuanto a las razones que pesan en la atención concedida a la crisis en el proceso de decisión conserva la importancia relativa del endurecimiento del suministro de crédito (en torno al 23,5%) y se produce una mejora en la desconfianza ante la incertidumbre que aqueja a los mercados externos (32,3% contra 38,9% en 2010).

6. ¿Cuáles son los factores en origen que propician el proceso de internacionalización? Superan la consideración de muy importantes o importantes, (82% a 91% de las respuestas), los factores siguientes: las ayudas públicas, la formación y posesión de idiomas en el cuadro de personal y la disposición de información adecuada del país de destino. Mantienen su relevancia en relación con la encuesta de 2010 los de acceso a la financiación, imagen del producto que se exporta y los costes logísticos (67% a 78% de las respuestas)

El acceso a la financiación adquiere ahora la mayor consideración (puesto 4º, 6º en la encuesta del año anterior).

G.3 Factores de decisión de internacionalización relativos al entorno empresarial



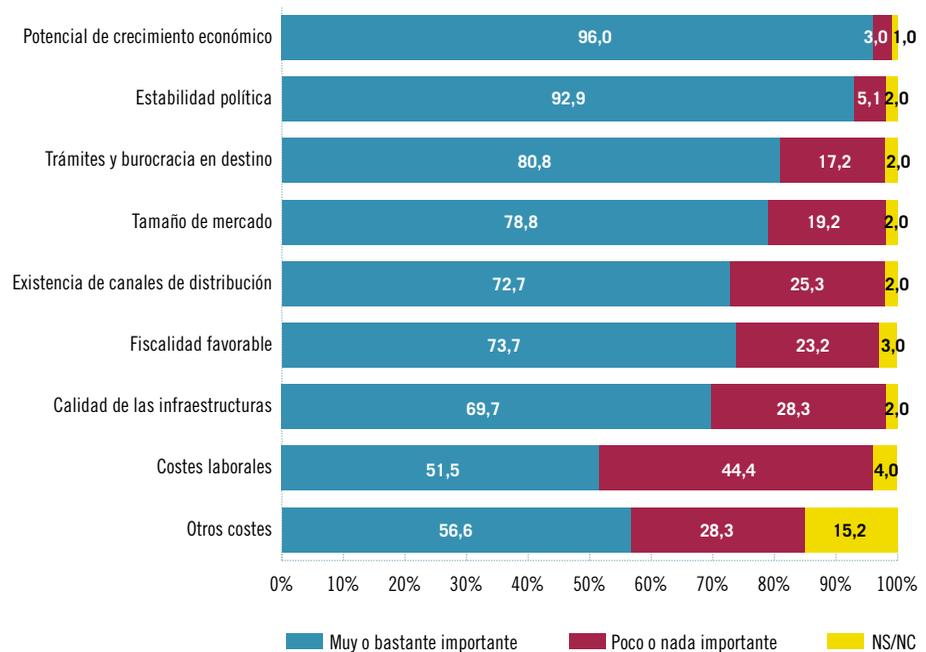
7. ¿Cuáles son los factores en destino que propician el proceso de internacionalización? Superan la consideración de muy importantes o importantes, (81% a 96% de las respuestas), los factores de atracción de potencial de crecimiento, estabilidad política y facilidades de tramitación y burocracia en los países de destino. Siguen en importancia, (73% a 79% de las respuestas), los factores de tamaño del mercado de destino, canales de distribución adecuados y fiscalidad favorable

Pierde importancia relativa respecto a la encuesta anterior la ponderación de los canales de distribución, (del 3º al 6º lugar) ganando en consideración los costes ligados a la tramitación de permisos y autorizaciones.

8. Grado de conocimiento y uso de la oferta de instrumentos a favor de la internacionalización. Resulta satisfactorio comprobar su elevada difusión. El conocimiento, sea utilizado o no, supera con creces el 75% de las empresas encuestadas, bien es cierto que estas se cuentan probablemente entre las más informadas. Solamente los servicios de apoyo a la licitación y los préstamos COFIDES están por debajo de este estándar

Los seminarios informativos junto con la información *on line* y las líneas de financiación específicas encabezan de nuevo los recursos mejor valorados.

G.4 Factores de decisión de internacionalización relativos al país de destino



C.4 Conocimiento y uso de los instrumentos de ayuda disponibles para las tareas de internacionalización (%)

	Lo conozco y lo utilizo	Lo conozco pero no lo utilizo	No lo conozco	NS/NC
Seminarios de información sobre mercados exteriores (Cámaras, IGAPE, ICEX)	66,7	22,2	8,1	3,0
Información <i>on line</i> : (Bygalicia, IGAPE, Cámaras, FOEXGA, Oficinas comerciales, Exportgalicia, SALT-CEG)	60,6	26,3	7,1	6,1
Líneas de apoyo financiero a proyectos de internacionalización (ICEX, IGAPE)	52,5	37,4	10,1	0,0
Servicios gratuitos de consultoría (aprendiendo a exportar, ICEX, IGAPE)	41,4	40,4	17,2	1,0
Plan de Iniciación a la Promoción Exterior (PIPE)	36,4	49,5	13,1	1,0
Plan de Fomento das Exportacións Galegas (FOEXGA)	30,3	47,5	22,2	0,0
Programas de contratación de empleados para comercio exterior (Cámaras, IGAPE, ICEX)	28,3	59,6	10,1	2,0
Cobertura de riesgo económico y político en las operaciones (línea ICEX-CESCE)	19,2	58,6	20,2	2,0
Líneas de financiación a tipo de interés cero (línea ICEX-ICO)	18,2	68,7	12,1	1,0
Servicios de apoyo a la licitación internacional (CEG, IGAPE)	17,2	50,5	31,3	1,0
Préstamos a medio y largo plazo y préstamos multiproyecto (COFIDES)	1,0	54,5	42,4	2,0

Análisis de países con potencial comercial para las empresas gallegas: México, Rusia y Turquía

Se realiza a continuación un análisis individual para algunos de los mercados de mayor interés para las empresas gallegas, tanto en lo referido a exportación como a implantación en el exterior. El objetivo de estos artículos, realizados por colaboradores externos, es profundizar en las principales oportunidades de negocio que presentan los países analizados, así como sus barreras comerciales y de inversión específicas, y otros aspectos más destacados relativos al clima de negocios, aspectos todos ellos que las empresas gallegas deberían de tener presentes en su proceso de internacionalización. En esta edición se analizan tres países con elevado potencial comercial para las empresas gallegas: México, Rusia y Turquía.

México: La oportunidad que aguarda a las empresas gallegas

Francisco J. Garzón Morales

Técnico Comercial y Economista del Estado

Consejero Jefe de la Oficina Económica y Comercial de España en México

A pesar de no haber sido incluido desde el principio en el selecto grupo de los BRIC que Goldman Sachs con tanto éxito introdujo como concepto hace ya más de una década, México se sitúa por derecho propio entre los grandes mercados emergentes del mundo, junto a China, Brasil o la India. A todos ellos les une su tamaño en términos económicos y demográficos, su acceso a recursos naturales y su importante potencial de crecimiento, y México no es una excepción.

Para el empresariado español, México constituye, en efecto, un destino preferente, como atestigua el hecho de ser el primer mercado de nuestras exportaciones en Latinoamérica, y el segundo destino de la Inversión Extranjera Directa (IED) emitida por nuestro país a esta región en la última década, tan solo detrás de Brasil.

México: un mercado atractivo

La adecuada gestión de la política económica en México desde finales de los años noventa, tras no pocos episodios de crisis en el pasado, ha dado paso por fin a una estabilización macroeconómica que parece consolidada.

Los excesos en el endeudamiento de los años setenta, tuvieron su colofón en la moratoria de los pagos internacionales de México en 1982, lo que se considera convencionalmente como el hito que desató la crisis internacional de la deuda de los ochenta. Y tras cierta estabilización durante los primeros años de mandato de Salinas de Gortari, sin tiempo prácticamente para recuperarse, de nuevo una política desacertada en la emisión de deuda llevó irremediablemente a la devaluación de finales de 1994 y la «crisis del tequila». Los períodos de auge sucedidos por crisis financieras, devaluaciones e hiperinflación, parecían irremediables para la economía mexicana.

Sin embargo, desde entonces, una política económica basada en el control presupuestario y de la deuda, en las reformas y en la apertura económica al exterior, ha dado sus frutos. La última vez que México presentó una inflación de dos dígitos fue en 1999, encontrándose en la actualidad este indicador en el entorno del 3,5% anual. Por su parte, el saldo presupuestario se ha mantenido bajo control, con moderados déficits y algún superávit ocasional desde mediados de los noventa. En los dos últimos años, en el contexto de la crisis internacional, se han registrado déficits en torno al 2,5% del PIB. Paralelamente, la deuda pública, tras cierto repunte en

los últimos años, ha venido a situarse en torno al 30% del PIB, mientras la deuda exterior, pública y privada, representa el 17% del PIB, y las reservas internacionales de México se encuentran en máximos históricos.

Se configura, por tanto, un escenario sin desequilibrios internos o externos, propicio para la creación de empleo, la inversión y el crecimiento económico sostenible. Unas condiciones de las que sin duda desearían poder disfrutar la gran mayoría de las economías europeas en estos momentos de crisis.

En este contexto de partida, México tiene entre sus atractivos algunas características que comparte con el resto de grandes países emergentes, mientras que cuenta con fortalezas, en cambio, que le diferencian de ellos.

Al igual que el resto, México es un gran mercado, como demuestran sus 112 millones de habitantes y sus 1,24 billones de dólares de PIB, que le sitúan como la 14ª mayor economía del mundo. Adicionalmente, su renta per cápita, estimada por el FMI en 11.210 dólares para 2012, le sitúa como un país de renta media-baja con capacidades de consumo nada desdeñables.

Con respecto al comercio, la apuesta de México por la apertura comercial y los intercambios exteriores como motor de la competitividad y del crecimiento no tiene parangón en el mundo. De hecho, México es el país del mundo (tras la Unión Europea) con mayor número de acuerdos de libre comercio, con un total de 10 tratados de Libre Comercio y un Acuerdo de Asociación Económica (AAE), que le da acceso preferencial a los mercados de 43 países, que representan más del 60% del PIB mundial, incluyendo los mayores del mundo como EE.UU., Canadá, la Unión Europea y Japón.

Como resultado, México cuenta con la proporción entre flujos comerciales y PIB más elevada del conjunto de grandes países emergentes, con un cociente del 59% entre 2008 -2010,¹ mientras que China registró un 55,4% en igual período, Rusia un 51,5%, la India un 47,7% y Brasil, a mayor distancia y con la economía menos abierta del grupo, un 23,8%.

Si exceptuamos a China, que si bien posee grandes recursos naturales, sus exportaciones corresponden en más de un 93% a productos manufacturados, todos estos países son grandes productores y exportadores de productos básicos. México no es una excepción, y tiene en el petróleo uno de los principales sustentos de su balanza comercial (y de sus cuentas públicas). Sin embargo, la suma de productos agrícolas y de petróleo y minerales sobre el conjunto de sus exportaciones, que alcanzó en 2010 un 23% del total,² es mucho menor que la de India (36,1%), Brasil (61,9%, con un 34% de productos agrícolas) y Rusia (75,6%, fundamentalmente petróleo y minerales). Esto hace que México sea menos vulnerable a la evolución de los precios internacionales de los productos básicos que el resto de países emergentes.

¹ OMC, *Statistics Database, Country Profile*.

² OMC, *Statistics Database, Country Profile*.

Pero quizá el principal hecho diferencial de México y uno de sus principales atractivos sean sus 3.000 km de frontera compartida con EE.UU., es decir, su acceso al principal mercado del mundo. Tras la firma en 1994 del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), el aumento de los intercambios ha sido incesante. Baste decir que EE.UU. absorbió en 2010 el 79% de las exportaciones mexicanas al mundo, y a su vez supuso el país de origen del 48% de sus importaciones. Pero más importante si cabe es el gran volumen inversor procedente del vecino del norte. Según datos de la Secretaría de Economía mexicana, en la última década EE.UU. ha acumulado el 51% del total de IED recibida por México.

En efecto, las facilidades del TLCAN y un entorno jurídico estable, unidas a una mano de obra con menores costes al tiempo que bien formada, han convertido a México en destino preferente de inversiones destinadas a abastecer al mercado americano de todo tipo de bienes de consumo y duraderos, bien sea directamente o a través de la maquila. Empresas no solo americanas, sino europeas (muchas de ellas españolas) y asiáticas han aprovechado esta ventaja y convertido a México en uno de los principales destinos de inversión del mundo. No en vano México, excluyendo a las economías desarrolladas, es el quinto país del mundo en *stock* acumulado de IED recibida.³

Presencia española y gallega en México

Es difícil exagerar la importancia de las relaciones económicas y comerciales entre México y España, desde cualquiera de sus posibles facetas, ya sea desde el punto de vista comercial, o el de las inversiones. Sin embargo, en este contexto, quizá Galicia no está aprovechando todo el potencial de los intercambios ni de las oportunidades de inversión, lo que debe ser un acicate para que el empresariado gallego dirija su mirada hacia este gran mercado.

Comercio⁴

México es el quinto destino en el mundo de las exportaciones españolas, tan solo detrás del conjunto de Europa, EE.UU., Turquía y Marruecos, y constituye además el primer destino de nuestra exportación a Latinoamérica, con el 28% del total exportado a esa región en 2010 (el 1,5% de la exportación total española). Las exportaciones españolas a México alcanzaron en 2010 la cifra de 2.806 millones de euros, lo que representó un aumento del 13,6% con relación a 2009.

³ Tras China, Brasil, Singapur y Rusia. UNCTAD *World Investment Report*, 2011.

⁴ Cabe destacar que en virtud del Tratado de Libre Comercio entre la UE y México (TLCUEM), de julio de 2000, las exportaciones españolas a México gozan de un tratamiento preferencial, que en el caso de la mayor parte de los productos industriales implica el acceso al mercado mexicano en ausencia total de aranceles.

En 2010 la cuota de mercado de España en México fue del 1,07%, que si bien ha venido descendiendo desde el 1,48% de 2005, nos permite seguir manteniéndonos entre los 3 principales proveedores europeos detrás de Alemania e Italia.

Por su parte, si bien México se encontraba en 2010 en el puesto 21 entre los países proveedores de España, en este año fue nuestro segundo proveedor latinoamericano, superado sólo por Brasil (por un pequeño margen de tan solo 80 millones de euros) y registrando el 24% del total importado de la mencionada región.

Como se puede observar en el cuadro 1, la suma de los flujos comerciales entre ambos países en los últimos tres años se sitúa cerca de los 6.000 millones de euros, con un saldo comercial que resulta favorable a uno u otro país en función de la evolución de los precios del petróleo, que representa cerca del 75% de las exportaciones mexicanas a nuestro país, mucho menos diversificadas.

C.1 Comercio exterior de Galicia y España con respecto a México

Miles de euros

	2008			2009			2010		
	X	I	Saldo	X	I	Saldo	X	I	Saldo
Galicia	160.705	765.330	-604.624	141.588	370.111	-228.523	114.638	757.607	-642.969
España	2.806.502	3.201.531	-395.030	2.471.012	2.054.109	416.903	2.805.973	2.969.891	-163.917

Fuente: DataComex, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

Por el contrario, los flujos comerciales entre Galicia y México, independientemente de que se ven igualmente afectados por la evolución de los precios del petróleo (95% de las importaciones gallegas de México en 2010), reflejan en los últimos años cierto descenso de las exportaciones gallegas y un claro déficit para la comunidad autónoma.

Con respecto al contenido de las exportaciones españolas a México, están relativamente diversificadas, y predominan los rubros de corte industrial, siendo los principales productos los vehículos automóviles (13,5% del total en valor), combustibles (12,2%), máquinas y aparatos mecánicos (11,8%), vehículos especiales (8,5%) y aparatos y material eléctrico (7,1%), que en su conjunto explican más de la mitad de la importación mexicana de productos españoles con casi 1.500 millones de euros. Les siguen las prendas de vestir, bebidas excepto zumo, productos químicos orgánicos, plásticos y libros y publicaciones.

Por su parte, las exportaciones gallegas a México están en cambio muy concentradas en el sector de moda y complementos de moda, suponiendo estos rubros más de dos terceras partes del total en 2010, seguidos de lejos por los aparatos y material eléctrico (5,2%), las materias plásticas (3%), los muebles (3%) y las conservas (2,5%).

Cabe destacar, por tanto, la elevada participación de la moda entre las exportaciones gallegas a México, sobre todo si tenemos en cuenta que este sector se encuentra en torno al 21% del total de exportaciones de esta comunidad autónoma al mundo. Si tomamos además en consideración la composición del conjunto de exportaciones españolas, observamos que existe un amplio margen para una mayor diversificación y protagonismo de otros sectores, quizá de mayor valor añadido.

Inversión

No cabe duda de que es en el ámbito de las inversiones donde se observa la verdadera magnitud de las relaciones económicas entre España y México. Desde el año 2000 hasta la fecha, la inversión española en este país se aproxima a los 40.000 millones de dólares, según datos de la Secretaría de Economía mexicana, lo que representa en torno al 15% del total de inversión extranjera directa recibida por México en este período. Esto sitúa a nuestro país como segundo principal inversor en México, superado, tan solo por EE.UU., con un 51% del total, como hemos mencionado con anterioridad.

Si bien algunas operaciones, como las primeras compras de BBVA se iniciaron con anterioridad, el grueso de la inversión española comenzó a llegar a México hacia finales de los años noventa, una vez superados los efectos del «tequilazo». Desde entonces, los flujos de inversión han sido continuos, hasta configurar una presencia horizontal, en prácticamente todos los sectores de la economía, en toda la geografía mexicana, y con una multitud tanto de grandes como de medianas y pequeñas empresas.

El sector donde se concentra una mayor parte de la inversión española es el financiero y de seguros, con Mapfre y la presencia notable de BBVA Bancomer y Santander, primera y tercera entidad bancaria del país, respectivamente, La Caixa con el 20% del capital de Inbursa, y la CAM, que adquirió la entidad Crédito Inmobiliario en 2009.

En el ámbito de la energía, el protagonismo de las empresas españolas es también indudable, con Iberdrola y Gas Natural Fenosa generando para la empresa pública Compañía Federal de Electricidad (CFE) en torno a una cuarta parte de la energía eléctrica consumida en el país, y otras como Abengoa, Elecnor y Sener, que se han adjudicado concursos para la construcción y operación de centrales de ciclo combinado, igualmente para el suministro de electricidad a la CFE. A lo anterior hay que añadir el creciente desarrollo del sector eólico, con empresas como Acciona, Iberdrola, Renovalia, ACS y Gas Natural, todas ellas con importantes proyectos en Oaxaca, donde se encuentra el mayor recurso eólico del país.

Sin embargo, quizá en los últimos años, el principal protagonismo ha provenido de la participación de empresas concesionarias, constructoras e ingenierías, en el desarrollo del Plan Nacional de Infraestructuras,⁵ con empresas como OHL, Acciona,

⁵ Programa Nacional de Infraestructuras 2007-2012, que planteaba, entre otros, la construcción de aeropuertos, puertos, construcción, modernización y ampliación de carreteras y caminos rurales,

FCC, Aldesa, Isolux, Ineco, Ayesa, Azvi, y un largo etcétera, construyendo algunas de las infraestructuras de carreteras, ferrocarril y aguas, más importantes de México.

A todo lo anterior hay que añadir, sin ánimo de ser exhaustivo, la importante presencia de Telefónica como segundo operador de telefonía móvil del país, consultoras e ingenierías como Indra, Everis e IDOM, y una pluralidad de empresas en muchos otros sectores como el del automóvil, el aeronáutico, el agroindustrial, el comercio y, por supuesto, el hotelero, con la presencia de las grandes cadenas españolas en los principales puntos de desarrollo turístico del país.

Por su parte, entre esta destacable presencia de empresas españolas en general, la participación de empresas gallegas tiene aún margen para crecer. De acuerdo con datos de la Secretaría de Estado de Comercio Exterior,⁶ entre 2000 y 2011 Galicia ha emitido una inversión directa de 245 millones de euros a México, colocándose en sexto lugar entre las comunidades autónomas con inversión en el país.

Para poner este dato en perspectiva, debemos decir que Galicia, en el mencionado período, es la quinta comunidad autónoma emisora de inversión directa al mundo. Sin embargo, su participación,⁷ del 2,2%, en el total de inversión española, más que dobla su participación en la inversión española en México.

Las empresas gallegas que gozan de mayor presencia son Adolfo Domínguez e Inditex, con tiendas de todas sus marcas presentes en México, pero también encontramos empresas en sectores muy diversos, como Pescanova, Eurolatón, o las franquicias de Clean&Clean. Adicionalmente, cierto número de empresas se han instalado con delegaciones comerciales para mejorar la distribución de sus productos en México, principalmente empresas del sector de la moda, pero también de otros como puede ser la empresa Invernaderos Fertri, o más recientemente el fabricante de masas congeladas Ingapan.

Oportunidades para la empresa gallega

Desde el punto de vista comercial, la exportación gallega a México está excesivamente concentrada en los sectores de textil y moda, mientras que existe una demanda de productos españoles de determinados rubros de tecnología industrial, química

vías férreas, corredores multimodales, más servicios de agua potable y alcantarillado, el aumento de la capacidad neta de generación de energía eléctrica y elevar el número de usuarios en la telefonía fija y móvil, en Internet y en banda ancha. Este ambicioso Plan representa grandes oportunidades para las empresas españolas de infraestructuras y de gestión de infraestructuras en sentido amplio. Si bien es importante señalar que muchos proyectos se han ralentizado, la previsión es que este esfuerzo se mantenga con la nueva Administración mexicana a partir de 2012.

⁶ Datos de inversión extraídos de <http://datainvox.comercio.es>.

⁷ Cabe señalar que las primeras cuatro CC.AA., Madrid, Cataluña, País Vasco y Cantabria, son responsables de más del 90% de la inversión española en el exterior.

y semimanufacturas que podría ser aprovechada en mayor medida por empresas gallegas. De hecho, estos rubros tienen una mayor importancia entre el conjunto de las exportaciones gallegas que la mostrada hasta la fecha en las exportaciones a México. Adicionalmente, hay otros sectores, como el del vino y las conservas, que si bien tienen una posición razonable entre las exportaciones gallegas a México, aún tienen recorrido en este mercado dada la creciente demanda de los mismos.

En el ámbito de las inversiones, el tamaño y características del mercado no parecen justificar que la inversión gallega en México sea la tercera parte de la emitida a Argentina y la quinta parte de la emitida a Brasil. Existen oportunidades en múltiples sectores, pero quizá vale la pena referirse brevemente a algunos de los más importantes en la actualidad con presencia española.

En primer lugar, como ya hemos mencionado, se viene ejecutando desde 2007, un importante Plan Nacional de Infraestructuras, en los sectores de infraestructuras de transportes, energía y medio ambiente, que ha atraído el interés de todas las grandes constructoras y concesionarias españolas, seguidas a su vez por múltiples empresas dedicadas a la ingeniería, consultoría, y gestión y supervisión de proyectos. Sin duda hay cabida para que empresas gallegas sigan esta misma senda, como demuestra la reciente instalación en México de la ingeniería y consultoría ICEACSA.

En segundo lugar, la Administración mexicana está impulsando decididamente el desarrollo de las energías renovables en el país, de forma singular la energía eólica. En efecto, en el Istmo de Tehuantepec, Oaxaca, uno de los lugares de mayor recurso eólico del mundo, hay actualmente cerca de 3.000 Mw en fase de construcción o desarrollo, y hay proyectos para el desarrollo de varios miles de Mw adicionales tanto en Oaxaca como en Baja California y Tamaulipas. Como es sabido, la industria eólica tiene una importante presencia en Galicia, tercera comunidad autónoma en términos de capacidad instalada en España, y no cabe duda de que empresas gallegas dedicadas a la consultoría, ingeniería, instalación o mantenimiento pueden tener en México oportunidades de hacer negocios. Además, aunque más incipiente en México, también hay interés por el desarrollo de la energía fotovoltaica, con un gran potencial, así como la biomasa, o la geotérmica.

Adicionalmente, se está observando una importante afluencia de empresas españolas del sector de las TIC, lo que la Asociación Multisectorial TIC gallega, INEO, parece estar dispuesta a aprovechar, como demuestra su reciente alianza con el clúster tecnológico mexicano INTEQSOFTEC, en Querétaro, para impulsar la cooperación empresarial y la expansión del sector TIC de Galicia en México.

Por último, cabe mencionar que liderado por la Comisión Nacional de Acuicultura y Pesca (Conapesca), México se encuentra inmerso en un Plan de Modernización de Flota Pesquera Mayor 2010-2012, que pretende renovar hasta 2.500 embarcaciones de la flota de sardina, camarón, calamar y tiburón, lo que puede dar pie a oportunidades de colaboración con astilleros mexicanos, siendo como es la industria pesquera gallega una de las principales del mundo.

Para su acercamiento al mercado mexicano las empresas gallegas cuentan con un amplio apoyo institucional, tanto de la Administración española a través del ICEX y, en destino, de las Oficinas Económicas y Comerciales de España en México DF y Monterrey, como de la Xunta de Galicia, que recientemente ha abierto en México, en colaboración con la Confederación de Empresarios de Galicia (CEG), una oficina de la Red Pexga de plataformas empresariales en el exterior de Galicia.

En definitiva, el mercado mexicano, por la estabilidad de su economía, su tamaño, apertura al exterior, cercanía al mercado americano y necesidades de desarrollo en sectores clave con amplia complementariedad con la oferta española exportable de bienes y servicios, reúne múltiples oportunidades de comercio e inversión para las empresas españolas. Una oportunidad que aguarda también a las empresas gallegas.

Rusia, la otra Europa: Consejos prácticos para hacer negocios en Rusia

Javier Burgos Belascoain

Técnico Comercial y Economista del Estado

Consejero Jefe de la Oficina Económica y Comercial de España en Moscú

1. Introducción

Después de más de cuatro años viviendo en Rusia tratando de apoyar a las empresas españolas a introducirse y consolidar su posición en este mercado, he tenido la oportunidad de conocer muchos casos de éxito, no pocos problemas y escuchar la opinión de muchos empresarios españoles. Desde el primer momento, me sorprendió en general al visitar las ferias, salvo en el año 2009, año de la crisis, los mensajes optimistas que me transmitían las empresas españolas. De todas esas opiniones se me quedaron grabadas dos de ellas:

La de un empresario español establecido en Rusia que me merece una gran confianza y respeto, que un día me comentó: «...No debería decirlo, pero nos sale el dinero por las orejas...».

La de un empresario europeo perteneciente a la Asociación de Empresarios Europeos Establecidos en Rusia: «...¿Puede su empresa permitirse no invertir en Rusia?...»

En este artículo me gustaría darles una opinión sobre cómo veo el mercado que ya les adelanto que tiene unas inmensas posibilidades todavía no explotadas a fondo y, sobre todo, un compendio de consejos prácticos que espero les puedan resultar de utilidad para hacer negocios en este país. Creo que es más interesante para el lector potencial de este artículo que le hablemos menos del déficit presupuestario y la formación bruta de capital en Rusia y más de la necesidad de contratar a un intérprete, o cuáles son los gastos de establecimiento para abrir una oficina. Es decir, poca Macroeconomía y mucha Microeconomía, pero aplicada a la práctica. Espero que estas opiniones y consejos que iré desgranando en los próximos apartados les resulten de utilidad.

2. ¿Por qué Rusia?

Rusia tiene más de 140 millones de personas, su PIB ha crecido entre 1999 y 2007 una media anual del 7% y tras el año de crisis, 2009 (caída del PIB del 7,9%) está registrando desde 2010 un aumento anual del PIB superior al 4%. El nivel de vida de la población está aumentando significativamente. La redistribución de la

renta, es cierto, no es muy intensa (su IRPF tiene un tipo único para todos los contribuyentes de sólo el 13%) y por ello se ve una afluencia de grandes fortunas. Hace un par de años se publicó que había más de 135.000 personas con una riqueza neta de más de 1 millón de dólares excluida la vivienda habitual. No obstante en las principales ciudades, y hay más de 12 con más de 1 millón de habitantes, hay un fuerte desarrollo de una clase media con una capacidad adquisitiva en aumento. Siempre al hablar de indicadores macroeconómicos me gusta hablar del indicador que para mí es el más relevante para pulsar las tendencias en el consumo, el número de tiendas de la empresa gallega Inditex. En el momento de escribir este artículo, tiene más de 250 tiendas en Rusia y pronto rebasará las 300. La expansión tan rápida de Inditex en Rusia desde 2003 es el mejor indicador de que hay una clase media cada vez mayor con aspiraciones profesionales, salarios crecientes y con unas enormes ganas de consumir.

Por otra parte, se da también el fenómeno de que las grandes empresas de la época soviética, de una dimensión desproporcionada, acostumbradas a operar de espaldas al libre mercado se volvieron obsoletas y la economía está inmersa en un proceso de creación de un tejido empresarial de pymes para lo que es necesario una renovación del aparato productivo siendo la demanda de bienes de equipo muy alta.

Hay, por otra parte, unos hitos importantes que es necesario tener en cuenta para hacerse una composición de lugar sobre el futuro del país.

En primer lugar, después de 18 años de negociación parece que este año se va a producir la adhesión de Rusia a la OMC. Esto es tema muy importante. Puede tener un efecto de atracción de la inversión extranjera a Rusia (cuando se produjo la adhesión de China, la inversión extranjera directa se incrementó un 18%). No va a significar una reducción drástica de aranceles, pero sí que se registrará una cierta disminución. Se estima una caída media de 2,2 puntos porcentuales.

Va a suponer una mayor disciplina para el cumplimiento de las normas de propiedad intelectual y marcará una tendencia para acercar la normativa interna a los parámetros internacionales. En algunos casos, como son las normas sanitarias y fitosanitarias, es muy importante, ya que la normativa rusa impone en muchos casos exigencias superiores a las de las normas internacionales que supone en muchos casos obstáculos añadidos al comercio.

En segundo lugar, el Gobierno tiene un plan para tratar de convertir Moscú en un centro financiero internacional con influencia creciente en esa zona geográfica. De momento, es más un deseo que una realidad, pero es otro asunto que hay que prestarle una cierta atención.

C.1 Aranceles de Rusia tras la adhesión a la OMC

	Media del arancel legal tras la adhesión	Media del arancel en 2010
Productos agrícolas	10,8%	13,2%
Productos industriales	7,3%	9,5%
Total	7,8%	10,0%

C.2 Renta por habitante Año 2010

	China	Rusia	India	México	Brasil	Turquía
PIB nominal (MM\$)	5.878,6	1.479,4	1.729,2	1.039,7	2.087,3	735,2
PIB per cápita (\$)	4.230,0	10.440,0	1.480,0	9.170,0	10.710,0	10.110,0
Población (millones)	1.388,3	141,7	1.170,9	113,4	194,9	72,7

Fuente: *The World Bank*.

En tercer lugar, existe un diálogo abierto entre la UE y Rusia sobre el denominado «partenariado para la modernización». Es, en definitiva, la colaboración entre empresas europeas y rusas para poner en marcha proyectos que llevan a la modernización de Rusia. Este país que cuenta con muy buenos científicos necesita, sin embargo, dar un gran salto tecnológico y renovar su aparato productivo obsoleto con las técnicas más avanzadas. A Rusia le interesa más que comprar nuevos equipos con tecnología moderna, el compromiso de realizar proyectos conjuntos entre empresas extranjeras y rusas que impliquen el establecimiento en el país. El Gobierno ruso apoya las iniciativas en ese sentido. Según la Asociación de Empresarios Europeos

en Rusia (AEB), los sectores en los que la cooperación puede ser más fructífera son: infraestructuras, farmacéutico, salud pública, recursos naturales, medios de transporte y tecnologías de la información y comunicación.

Por último, resaltar que hay dos eventos importantes de carácter deportivo que van a dar mucha visibilidad a este país en los próximos años y en los que el gobierno está muy comprometido. Los Juegos Olímpicos de Invierno de 2014 en Sochi y el Campeonato Mundial de Fútbol de 2018. La mayor parte de las obras necesarias para la organización de estos eventos recaen en empresas rusas, pero

hay un negocio relativamente amplio de subcontratación al que pueden acceder empresas extranjeras, si bien para ello hay que hacer una ardua labor comercial contactando a las empresas adjudicatarias.

Para hacerse una idea del potencial de Rusia parece conveniente comparar a este país con otros mercados. En el cuadro siguiente se recogen PIB, población y PIB per cápita de otros países significativos: China, India, México, Brasil y Turquía. Rusia con 141,7 millones de habitantes tiene una población mucho menor que la de China, 1.388 millones o India, 1.171 millones, pero tiene una renta per cápita que

C.3 Exportaciones españolas a Rusia

	Exportaciones (miles de euros)	TVI (%)
2005	1.098.089,8	21,3
2006	1.513.594,1	37,8
2007	2.093.116,6	38,3
2008	2.836.909,2	35,5
2009	1.476.321,3	-48,0
2010	1.991.289,9	35,1
2011*	1.864.889,5	33,2

* Datos provisionales, período enero-septiembre. Tasa de variación con respecto al mismo período de 2010.

Fuente: Aduanas Españolas.

es casi tres veces mayor que la de China y 10 veces mayor que la de India. La renta per cápita rusa es algo superior que la de Méjico y Turquía, y ligeramente inferior a la de Brasil. Estamos ante un país grande con una renta por habitante inferior a la de los países más desarrollados, pero en todo caso significativa.

Las exportaciones españolas a Rusia han crecido de forma espectacular en los últimos años. Desde 2006, todos los años nuestras ventas a Rusia han crecido cada año más del 35%, salvo el año 2009, año de la crisis.

No obstante, nuestros niveles de ventas a Rusia son muy inferiores que las de nuestros principales socios comerciales. Nuestra mayor propensión a concentrarnos en la UE o Iberoamérica hace que nuestras empresas estén menos presentes en Rusia que las alemanas, francesas o italianas, por lo que se están perdiendo oportunidades comerciales interesantes.

En el *ranking* de principales exportadores a Rusia, como se observa en el cuadro siguiente, ocupamos un puesto retrasado. Hay 7 países de la UE que están por encima de nosotros. Las cifras de exportación españolas dadas por las aduanas europeas no coinciden plenamente con las aduanas rusas por imputaciones de origen en algunos casos diferentes. Con estos datos de las aduanas rusas, hay un aspecto positivo y es que la tasa de crecimiento de nuestras ventas a Rusia en 2011, 43,6%, es muy superior a la de las exportaciones conjunto de la UE, 32,4%.

En todo caso, si bien Rusia es un país con grandes posibilidades, también presenta ciertos inconvenientes:

- Los sectores suelen estar muy concentrados, con operadores de gran tamaño por lo que a veces la entrada no es tan sencilla.
- Existen barreras de entrada y burocráticas que aumentan el precio de los productos: aduanas, certificación, transporte.
- La demanda de productos de lujo es elevada, pero para tener éxito no basta un buen producto, es necesario tener una marca fuerte y conocida.

C.4 Importaciones de Rusia. Período enero-septiembre de 2011. Millones de euros

	Valor	% sobre el total	TVI (%)*
UE	65.035	34,9	32,4
China	25.153	13,5	22,7
Alemania	19.111	10,2	39,5
Ucrania	10.527	5,6	42,2
Japón	7.457	4,0	40,7
Bielorrusia	7.369	4,0	37,9
EE.UU.	7.332	3,9	28,8
Francia	6.971	3,7	35,0
Italia	6.684	3,6	32,7
Corea del Sur	5.861	3,1	55,4
Kazajstán	3.890	2,1	44,9
Reino Unido	3.584	1,9	55,7
Polonia	3.420	1,8	13,8
Turquía	3.214	1,7	30,9
Holanda	3.019	1,6	34,0
Finlandia	2.986	1,6	26,8
Brasil	2.666	1,4	14,5
España	2.200	1,2	43,6
Total	186.479	100,0	33,8

* Variación sobre el mismo período de 2010.

Fuente: Servicio de Aduanas de Rusia.

- Buena imagen de España pero como destino vacacional y fútbol, pero todavía al no haber una presencia tan alta de empresas, la misma no está suficiente perfilada.
- Introducirse en Rusia exige paciencia y estar dispuesto a realizar varios viajes al país.
- La obtención de información contable de empresas rusas es problemática.

En definitiva, a las empresas españolas se les abre un mercado con muchas posibilidades. Muchas ya las están explorando, pero nos queda mucho camino por recorrer. La distancia geográfica y cultural es igual para nosotros que para nuestros principales socios europeos. Los obstáculos que presenta el mercado ruso, también. Sin embargo, la percepción del riesgo que tienen las empresas españolas de este mercado es mayor que la de nuestros competidores.

Para impulsar al máximo nuestra presencia en Rusia y apoyar a nuestras empresas, el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, en colaboración con las comunidades autónomas y las asociaciones empresariales, decidió poner en marcha durante los años 2011 y 2012 el Plan Made in/by Spain para Rusia, tras los buenos resultados obtenidos en EE.UU. La celebración asimismo en 2011 del año dual de Rusia en España y de España en Rusia, coordinado desde el Ministerio de Asuntos Exteriores, es un activo a rentabilizar y se pueden aprovechar las sinergias que se generan. El Plan Made in/by Spain se inserta en ese año dual, si bien tiene una proyección temporal mayor. El Plan recogerá unas 70 acciones anuales, focalizado en las ciudades de Moscú y San Petersburgo, y se espera que participen en las acciones más de 900 empresas, involucrando a en torno a 35 asociaciones sectoriales.

Entre todas las actividades realizadas en 2011, es de destacar una macromisión comercial de más de 65 pequeñas y medianas empresas organizada con las Cámaras de Comercio en febrero, la Mini Expo en el Manège de Moscú «España: Vivir e Innovar», entrega de premios a los amigos de la marca España, la exposición de diseñadores españoles en el museo del traje y desfiles de moda española en la *Fashion Week* de Moscú en marzo, la Semana del Diseño Español en mayo, promociones de gastronomía española a lo largo del año, con la presencia en una de ellas en junio de Ferrán Adriá, un Foro de Empresas de Tecnología de la Información y Comunicación en septiembre y un encuentro empresarial centrado en los sectores de infraestructuras, medio ambiente, urbanismo y energía en noviembre. Además, un hito importante son las reuniones de empresarios rusos y españoles con el Presidente Medvedev, en febrero durante la visita de S.M. el Rey a San Petersburgo y en junio en el transcurso de la visita del Presidente del Gobierno español al Foro Económico de San Petersburgo. Precisamente en esa reunión empresarial de junio se firmaron acuerdos superiores a 750 millones de euros. La última de ellas se celebró en diciembre en Madrid, con motivo de la visita del Vicepresidente del gobierno Zhukov.

3. Observaciones y consejos prácticos para las empresas que desean hacer negocios en Rusia

Empezando a exportar: ferias y misiones comerciales

La participación en ferias y misiones son los instrumentos idóneos para una primera aproximación a Rusia. Habría que recordarles a las empresas que desean realizar este tipo de actividades que los servicios de intérprete-traductor son esenciales en casi todos los sectores, ya que todavía hay muchas empresas rusas que no hablan inglés, por lo que se plantean frecuentemente problemas de comunicación. La Oficina Comercial de la Embajada dispone de una base de datos actualizada de más de 80 intérpretes y gestiona habitualmente la contratación de sus servicios por parte de las empresas españolas.

Ferías

Por lo que se refiere a las ferias, ésta es la mejor forma de tratar de introducirse en Rusia. Su coste es elevado, especialmente el transporte de muestras. Las más importantes se celebran en Moscú. Las ferias regionales son más baratas, pero no recomendables, salvo en sectores muy específicos. La presencia de empresas extranjeras en ferias es un indicador de solvencia y solidez. Se recomienda consultar con la Oficina Comercial antes de participar en una feria por primera vez. Les podemos recomendar cuál es la feria más importante de su sector y en muchas ocasiones proporcionarles un informe sobre la misma.

Misiones comerciales y viajes individuales

Otra vía de menor coste que las ferias son las misiones comerciales o los viajes individuales. Es asimismo fundamental una cuidadosa selección de fechas, ya que el calendario ruso cuenta con numerosas fiestas y períodos vacacionales diferentes a las españolas, en las que el país se paraliza (Navidades ortodoxas, Pascua, etc.). Les recomendamos que nos consulten antes de planificar su viaje.

La Oficina Comercial de la Embajada trabaja con la mayor parte de las asociaciones sectoriales y organiza en colaboración con ellas un número elevado de misiones comerciales de carácter sectorial cada año. Asimismo, con las Cámaras de Comercio se organiza en el primer trimestre de cada año una macromisión comercial centrada en un número específico de sectores. La oficina le puede organizar, también, de forma individualizada a cada empresa una agenda de entrevistas con clientes potenciales dentro del programa de servicios personalizados del ICEX, cobrándoles por este servicio. Los destinos más interesantes son Moscú y San Petersburgo para una primera toma de contacto con el país. Hay que tener en cuenta que, debido en gran medida a los problemas de tráfico en esas ciudades, los desplazamientos son problemáticos, siendo el número máximo de entrevistas por día en Moscú y San

Petersburgo de 3 o a lo sumo 4. El importador ruso solicita frecuentemente la lista de precios de la empresa exportadora antes de confirmar la entrevista. Por otra parte, es muy importante disponer de una página web moderna y con versión en inglés. En determinados sectores muy maduros, la preparación de agendas puede ser problemática, ya que puede haber una saturación del mercado. La mayoría de las reuniones suelen confirmarse la semana anterior a la misión comercial, por lo que es obligatorio no esperar a tener un número mínimo de entrevistas para organizar el viaje.

Muestras

El envío de muestras sin valor comercial a importadores no está previsto en la legislación rusa, salvo en el caso de que sea para su certificación y no es posible el envío (por DHL o similar) de productos agroalimentarios, bebidas, cosmética, productos farmacéuticos, etc.

Certificados

Casi todos los bienes y productos que Rusia importa deben estar certificados. Hay distintas modalidades:

- Frutas y verduras frescas: certificado fitosanitario y declaración de conformidad.
- Carnes, pescados y productos de origen animal: homologación del productor y certificado veterinario.
- Bebidas alcohólicas: registro del producto y declaración de conformidad del fabricante con las normas rusas.
- Bienes de consumo: declaraciones de conformidad y registro del producto en su caso.
- Bienes de equipo: certificados de conformidad y registro de producto, en su caso.

La declaración y el certificado de conformidad los realiza el fabricante sobre la base de unos ensayos realizados por un laboratorio ruso o autorizado. El coste de certificación/registro suele ser compartido entre exportador e importador, pero no hay una regla fija, depende del producto, del tamaño de las empresas, del interés del importador ruso, etc. Para más información, se recomienda consultar el documento «Barreras Comerciales en Rusia» disponible en www.icex.es.

Contratos

Para exportar a Rusia, por imperativo legal ruso es necesaria la firma de un contrato (de varias páginas). Los contratos deben estar en ruso y, con carácter potestativo, en inglés u otro idioma. Los contratos son redactados por rusos y pueden parecer muy onerosos para la parte española, pero muchas cláusulas son negociables y no

responden a imperativos legales. Con frecuencia los contratos se firman con una empresa importadora distinta al cliente ruso. Esto puede suponer un riesgo en caso de impagos o exigencia de responsabilidades. La normativa aplicable a estos contratos siempre es la Convención de Viena sobre Compraventa Internacional de Mercaderías de 1980 (salvo pacto en contrario por las partes).

Pagos y garantías

La modalidad de pago más utilizada es la transferencia bancaria directa. En la compraventa de bienes de equipo es posible utilizar créditos documentarios ó cartas de crédito, instrumento que suele ser muy oneroso en Rusia. El prepago sigue siendo frecuente, pero los operadores más importantes no suelen aceptar pagos anticipados. Es frecuente que el pago proceda de una cuenta off-shore, donde las empresas rusas suelen guardar su liquidez. Cesce ofrece cobertura en Rusia para riesgos comerciales, políticos y extraordinarios, aunque sólo para operaciones con importadores solventes y transparentes.

Logística

Por lo general, el exportador a Rusia vende «ex-works» y el importador se ocupa del transporte. El transporte por carretera es rápido (7-8 días), pero tiene un coste elevado. Los camiones que van a Rusia suelen ser polacos o lituanos, por su inferior coste. El coste de un camión a Rusia suele oscilar entre 6.000 y 9.000 euros (refrigerados).

El flete marítimo suele ser a través de Rotterdam a San Petersburgo o de Valencia a Novorossiisk (Mar Negro). Puede tardar hasta 3 semanas, pero su coste es más reducido. En invierno, el Báltico se hiela y eso provoca retrasos importantes en el transporte de mercancías por mar a San Petersburgo (circunstancia muy importante a tener en cuenta en caso de exportaciones de productos perecederos, como frutas y verduras).

Aduanas

Las aduanas rusas son poco transparentes y farragosas, pero en los últimos 10 años han mejorado su funcionamiento. Las aduanas rusas disponen de un gran margen de discrecionalidad y pueden crear situaciones difíciles a los operadores económicos. Los trámites aduaneros son realizados por un agente de aduanas seleccionado por el importador. Cualquier error en la documentación enviada por el exportador o inexactitud en el packing list puede crear problemas de difícil o imposible resolución. En ocasiones, las aduanas obligan a indicar en la declaración de importación un precio mínimo superior al real. Esto se puede tratar de solucionar con una copia de la declaración de exportación y una lista de precios del exportador, compulsada en la cámara de comercio española y debidamente traducida al ruso.

Reclamaciones

Las causas de una reclamación son, en general, objeciones del importador ruso a la calidad del producto suministrado o retrasos en el pago por parte del importador ruso. A veces, se crean situaciones difíciles de resolver debido a la falta de confianza basada en el desconocimiento mutuo que lastra muchas relaciones comerciales entre empresas españolas y rusas. Pero estas situaciones se pueden evitar teniendo una relación abierta y fluida con el socio comercial ruso.

Selección de socios

Una empresa extranjera sólo debe tomar la decisión de instalarse en Rusia una vez que ya conozca en profundidad el mercado ruso. El establecimiento con un socio local puede servir de ayuda para el desarrollo de la actividad de la empresa por conocer éste mejor el mercado, no obstante, es conveniente, si se decide utilizar esta vía, realizar una selección muy cuidadosa del futuro socio. Es imprescindible realizar auditorías y *Due Dilligence* en profundidad. Los socios minoritarios no tienen apenas control sobre la empresa y el 51% no es suficiente para tener un control efectivo, si uno de los socios es extranjero y reside fuera de Rusia.

Constitución de sociedades

La sociedad de responsabilidad limitada, «OOO», es la forma más apropiada para una filial en Rusia. Puede ser unipersonal, así como tener hasta 50 socios. No se establecen límites a la participación de extranjeros, por lo que el capital social puede ser al 100% extranjero. El capital social mínimo son 10.000 rublos (250 euros aprox.).

Determinadas actividades requieren de autorización previa (mediante licencia). Se puede consultar la lista de actividades sujetas a la licencia en los artículos 1 y 12 de la Ley Federal sobre Licencias para Ciertos Tipos de Actividad.

No se recomienda realizar los trámites personalmente, debido a la alta posibilidad de fracaso. Es altamente aconsejable contratar servicios de una asesoría/consultoría.

Costes de establecimiento

Los principales costes de establecimiento de una empresa son los siguientes:

- Tasa de inscripción 4.000 rublos (100 euros aprox.);
- Tasa de certificación de copias de los Estatutos 400 rublos (10 euros aprox.);
- Autenticación notarial de la firma del fundador entre 600-1.200 rublos (15-30 euros aprox.);
- Gastos de traducción en torno a 400 rublos por pagina (10 euros aprox.);
- Gastos de asesoramiento jurídico y gestión de la apertura de la sociedad entre 12.000 y 25.000 rublos (300-625 euros aprox.)

Total: la constitución de una S.L. en Rusia puede costar unos 1.000 euros (sin contar el capital social).

El alquiler de oficinas en Moscú o San Petersburgo tiene un coste elevado.

Fiscalidad

Los principales impuestos vinculados a una actividad empresarial son:

- Impuesto de Sociedades (20%);
- IVA (18% o el reducido del 10%);
- Seguridad Social a cargo de la empresa: 34% del salario;
- IRPF a cargo del empleado (13%);
- Otros: Impuesto sobre el Patrimonio (2,2% valor para Moscú) y el Impuesto sobre Vehículos de Tracción Mecánica (de 7 a 150 rublos por cada caballo fiscal); el Impuesto sobre el Terreno (no superior al 1,5% sobre el valor catastral del terreno).

Régimen Fiscal Simplificado: exención del pago del IVA y tipo reducido de Sociedades (6% sobre facturación o 15% sobre ingresos menos gastos).

Consultar incompatibilidades en la Ley Tributaria rusa.

Existe un Convenio de Doble Imposición. Se permite la repatriación de los beneficios empresariales después del pago de impuestos en Rusia. En España estarían exentos.

4. Conclusión

Rusia es un mercado que no deja de crecer y que presenta enormes posibilidades para la empresa española. En el pasado, Rusia no ha formado parte de las prioridades de nuestras empresas y por ello se han perdido importantes oportunidades comerciales. En los últimos años, nuestras ventas a Rusia han estado creciendo casi todos los años a una tasa superior al 35% anual. No es un mercado fácil, pero si se encuentra el importador adecuado, se podrán hacer magníficos negocios.

Turquía: Un oriente muy cercano para la empresa española en general y gallega en particular

Isaac Martín Barbero

Técnico Comercial y Economista del Estado
Ex-Consejero Comercial Jefe en la Oficina Comercial
de la Embajada de España en Ankara-Turquía

1. Una relación especial en una coyuntura crítica

Los españoles en nuestra percepción de Turquía, oscilamos bruscamente entre una ignorancia no exenta de prejuicios y una engañosa sensación de familiaridad. De entrada, tenemos dificultades para situar lo turco como una realidad diferenciada de lo árabe y una vez superada esta fase, con asombrosa facilidad, pasamos a sentir que entendemos muy bien lo turco pues «son casi como nosotros».

Decía Joan Clos (Ex Embajador de España en Turquía y Ex Ministro de Industria y Comercio) que si bien españoles y turcos nos gustamos y hasta nos queremos sin casi conocernos, nos queda por averiguar si ese sentimiento crecería o se esfumaría cuando nos conociéramos mejor. Clos pensaba que aunque los signos eran prometedores, llevábamos tanto tiempo sin pasar de los estadios más superficiales de relación como para que quepa plantearse qué nos impide profundizar. Este trabajo no puede

pretender responder a este segundo interrogante pero reparará algunas de las más transitadas avenidas de acercamiento y se detendrá en las oportunidades que Turquía ofrece a la empresa española.

C.1 Indicadores básicos de España y Turquía

España	Turquía
Superficie	
505.990 km ² (98,5% en Europa; 1,5% en África)	779.452 km ² (97% en Asia; 3% en Europa)
Población	
46.746.000 (2009)	72.561.000 (2009)
PIB 2009	
1.051.151 millones de euros	465.784 millones de euros
Renta per cápita	
22.486 euros	6.479 euros
Integración económica	
1986: Entrada efectiva en la UE	Acuerdo de Asociación con la CEE en 1963, desde 1996, en la Unión Aduanera y desde octubre de 2005 es candidato a la adhesión

2. Los turcos más locales son los que más han hecho por globalizar Turquía...

La simpatía española hacia Turquía crece cuando se conoce la larga espera que lleva padecida el país en su anhelo de convertirse en miembro de pleno derecho de la UE. Nos sentimos identificados con ellos. El estupor, sin embargo, surge cuando se repara en que fue Turgut Ozal, el primer Jefe de Gobierno turco en participar en la

peregrinación ritual musulmana a la Meca (Hajj), quien formalmente solicitó en 1987 el ingreso del país en la entonces Comunidad Económica Europea.

Turquía es un país para quien la globalización ha supuesto una honda transformación social, en el que modernización y occidentalización han recorrido caminos paralelos primero y crecientemente divergentes después. Los turcos han mostrado al mundo que los campeones del liberalismo aperturista en lo económico pueden perfectamente ser políticos conservadores partidarios de la introducción de códigos sociales más rígidos y con una visión del ser humano en la que éste se considera hondamente marcado por la tradición y las creencias. Es así que en Turquía nadie ha abrazado con más entusiasmo la causa de la globalización, que los más firmes partidarios de un retorno de lo religioso como elemento definidor de la identidad turca y vertebrador de la sociedad.

En lo doméstico, el país está asistiendo a una callada lucha entre las élites laicas occidentalizantes —herederas del espíritu antiorientalista y desilamizante encarnado en Mustafá Kemal Atatürk— y la nueva burguesía anatólica surgida al calor de las reformas liberalizadoras introducidas en los años transcurridos desde el golpe de estado de los primeros años ochenta. En el exterior, las titubeantes democracias árabes han encontrado en Turquía y en su combinación de prosperidad y tradición religiosa, un modelo que reivindicar como inspirador de su propia evolución política. Las nuevas élites de Oriente Medio ven en Turquía una prueba inspiradora de que la liberalización y la promoción de la economía de mercado, en lugar de generar una «occidentalización» —imitada a unos pocos enclaves del país en los que con especial firmeza y continuidad ésta se había emprendido—, lo que ha logrado ha sido liberar las energías y el talento emprendedor de las clases medias de amplias zonas del interior del país pobladas por sus gentes más conservadoras en el orden religioso y social.

Las reformas emprendidas por Ozal en los años ochenta, se han traducido en un continuo socavamiento del poder de las élites de Estambul, en beneficio de una transformación económica que ha supuesto oportunidades de negocio y empleo para la población del interior de Anatolia, auténticos convidados de piedra durante décadas de desarrollismo oligárquico y monopolístico kemalistas. En esa misma línea, y a lo largo de la última década, los políticos de inspiración religiosa son los que han privatizado empresas públicas, eliminando subsidios, redistribuido poder económico desde el Estado hacia nuevos sectores sociales y reorientado aranceles, créditos y política cambiaria para que todos estos elementos favorecieran las exportaciones. Muy especialmente se han beneficiado de estos cambios, industrias como la textil o el mueble concentradas en el corazón anatólico del país.

En Política Exterior, el gobierno del islamista Partido de la Justicia y el Desarrollo (AKP), ha logrado asentarse en un equilibrio dinámico entre sus objetivos de, por una parte, reforzar su acción política interna con una política exterior cargada de gestos y guiada por una orientación panislámica, al tiempo que, por otro lado, ha sabido abrir espacios a su independencia sin comprometer sus objetivos estratégicos fundamentales.

3. ...transformando el país de dentro hacia fuera y de arriba abajo...

La vulnerabilidad turca en el inicio de su apertura al exterior, residía en una muy baja competitividad internacional y en una muy fuerte concentración de las exportaciones en un reducido número de productos primarios (algodón, tabaco, avellanas, pasas e higos) que en un primer momento supuso una exacerbación del endeudamiento exterior al que el país se vio obligado a responder con un primer programa de estabilización auspiciado por el Fondo Monetario Internacional en 1958. Desde entonces y hasta inicios de los años ochenta, los períodos de tranquilidad en las cuentas exteriores, fueron posibles gracias a periódicas recuperaciones de la competitividad, vía devaluación, y a remesas extranjeras. Sin embargo, en la medida en que las deficiencias de competitividad no pudieron ser atacadas, las industrias nacionales —nacidas casi todas de esquemas de sustitución de importaciones— siguieron dependiendo en exceso del acceso preferente y subsidiado a materias primas y capital.

A lo largo de los años setenta, se fue preparando el terreno para el desarrollo de una diversificación del tejido industrial de la economía en torno a una dualidad entre un incipiente sector capital-intensivo y unas industrias intensivas en mano de obra orientadas hacia la exportación. La ejecución de esta estrategia dependería de manera crítica de la capacidad de la economía turca de lograr trasladar la credibilidad de su modelo al exterior. De una parte, se requería financiación exterior con la que sustentar esta transformación en un contexto de crónica falta de competitividad y por ello, de elevada vulnerabilidad exterior que hacía depender la financiación de este esquema, de la capacidad de renovar la financiación recibida a corto plazo a su vencimiento. De otro lado, se requería Inversión Exterior Directa (IED) a través de la cual se materializaría la participación de empresas extranjeras multinacionales en proyectos de *joint-venture* con empresas locales, a fin de subsanar, en parte, el severo retraso tecnológico del país.

Turquía a lo largo de los años ochenta emprendió varios intentos fallidos de «apertura», como cuando el gobierno en 1984 suprimió gran número de controles al movimiento de capitales y animó al sector privado a tomar prestado en el exterior hasta el punto de hacer saltar las alarmas del Banco Mundial y del Fondo Monetario Internacional. Un diferencial de tipos de interés atrajo inversión financiera hacia el país, empujó a los locales a financiarse en divisas y al público, en general, a atesorar dólares para protegerse contra el colapso que se preveía. Los tipos de interés se hicieron prohibitivos para la inversión productiva y los grupos financieros crearon bancos con los que explotar la lucrativa financiarización de la economía.

En Turquía, los períodos de alto crecimiento que se sucedieron desde los años ochenta, eran propiciados por la entrada de dinero desde el exterior. Este capital tomado prestado a corto plazo tradicionalmente se empleó en financiar el déficit público y el consumo privado generando inestabilidad y endeudamiento. Turquía, en el cumplimiento de las recetas del Fondo Monetario Internacional —con quien ha acumulado 19 paquetes de apoyo— fue durante años víctima de ciclos explosivos

causados por un sobredimensionamiento de la vertiente financiera de la economía, originada por círculos viciosos de fuertes entradas de capital de carácter inflacionista, altos tipos de interés para frenar la inflación, nuevas entradas de capital para aprovechar esos altos tipos y mayor inflación a la que se respondía con tipos más elevados. Finalmente el mercado, de forma abrupta, consideraba insostenible la situación, o se producía algún sobresalto doméstico y/o internacional que en ambos casos provocaba un hundimiento de la divisa y dejaba el sistema financiero —cuyos pasivos estaban denominados en divisa extranjera y activos en moneda local— en una situación extraordinariamente precaria que secaba el crédito de la economía y lanzaba al país a cuantiosas pérdidas nominales y reales de PIB.

Dado que estos episodios ocurrían tras períodos en los que los muy altos tipos de interés habían mermado de manera sostenida el atractivo de toda inversión real, el país se veía sumido en un marasmo económico severísimo resultante de combinar la implosión del sistema financiero y el debilitamiento del sector real.

El último de estos periódicos cataclismos se produjo en 2001, siendo Primer Ministro Bulent Ecevit: la lira turca perdió el 54% de su valor y el PIB se contrajo en un 10%. La crisis de 2001 fue afrontada con un paquete de ayuda del Fondo Monetario Internacional que se hizo depender de una profundización en la privatización de los sectores de las telecomunicaciones y la energía y la reforma del sector bancario. Finalmente, la ayuda del Fondo (18.100 millones de dólares) tuvo que ser complementada por la del Banco Mundial (6.800 millones de dólares).

Por el contrario, entre los años 2002 y 2007 y con la ortodoxa política del AKP, el PIB turco se triplicó hasta convertir Turquía en la séptima economía europea, las exportaciones se multiplicaron por cuatro hasta alcanzar los 125.000 millones de dólares y la inversión exterior directa (IED) se disparó hasta 42.000 millones desde los 1.000 millones de 2002. Turquía entre 2002 y 2010 presentó un crecimiento medio de más del 5% y en 2010, con un 8,9%, fue la tercera economía del mundo de mayor crecimiento tras China y Argentina. A fecha de cierre de este artículo —diciembre de 2011— todos los indicadores parecían apuntar a que la economía turca cerraría el año en el entorno el 8%, doblando la cifra (4%) recogida en el programa de medio plazo 2010-2012.

4. AKP: busque, compare y se encuentra algo mejor cómprelo

El surgimiento del Islam político en Turquía, puede explicarse, en parte, por la incapacidad de los partidos políticos laicos para gestionar la economía y las consecuencias sociales de esta incapacidad desde la década de los ochenta hasta comienzos de este siglo.

El Partido de la Justicia y el Desarrollo (AKP) ha logrado asentarse en el poder ofreciendo a los sectores más conservadores del país, un discurso identitario funda-

do en lo religioso capaz de superar las barreras de la etnicidad resurgidas desde el inicio en los años ochenta de la actividad terrorista de inspiración kurda —Partido de los Trabajadores del Kurdistan (PKK)—, una apertura de espacios de prosperidad a colectivos tradicionalmente excluidos de las redes estatales de patrocinio y la creación de un germen de estado de bienestar mientras que, al mismo tiempo, a los liberales en lo económico los han atraído con un crecimiento sostenido y una mejora en la eficacia general de la política económica.

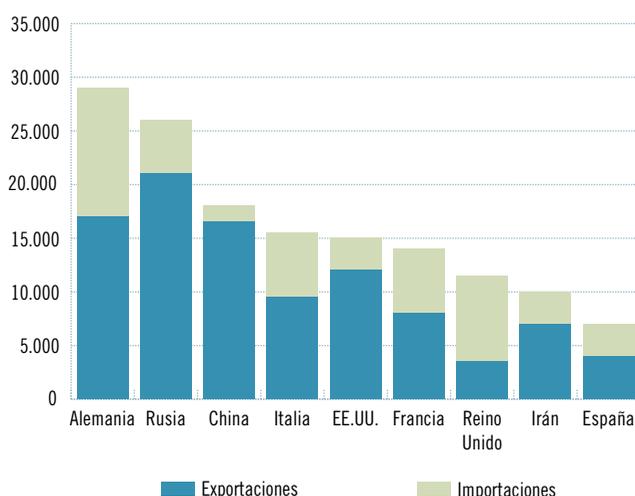
En política doméstica, los turcos tras padecer una bien asentada tradición de incapacidad pública para gestionar servicios sociales, se han volcado en apoyar a un partido (AKP) que ha logrado éxitos notables de gestión —como acabar con los cortes de agua en Estambul durante el tiempo en que el actual Primer Ministro, Erdogan, fue alcalde— y desarrollar áreas importantes en el campo social con la creación

de una red de asistencia sanitaria de ámbito nacional y la extensión de la cobertura sanitaria hasta hacerla universal e incluso complementar otras con la propia acción social del partido que goza de una implantación sin precedentes en todo el país.

Ya en 2004, las pymes turcas concentraban el 25% de las exportaciones y según algunas estimaciones, el 80% de esas empresas no habían existido antes de la llegada de Ozal al poder. Estas empresas, además, en buena medida habían logrado sobrevivir al cataclismo económico de 2001. Desde 2002, Turquía ha mejorado sus perspectivas económicas a medio plazo tras combinar profundización en la liberación comercial con desregulación y mejora de sus infraestructuras. Sin embargo, desde 2008 se aprecia un debilitamiento de la voluntad política reformadora, combinada con un agotamiento del *stock* de medidas de más fácil implantación. Se ha producido una dispersión de la estrategia económica que se ha venido a sumar a la demora en alumbrarse el necesario grado de cooperación entre los sectores público y privado.

Un exponente particularmente ilustrativo de los cambios que se han producido en Turquía a lo largo de los últimos años es el de Kayseri. Esta ciudad en el centro de la península anatólica, constituye un exponente particularmente ilustrativo de lo que se ha venido en denominar: «tigres anatólicos». A partir de los ochenta y dentro de la estrategia nacional de orientación hacia la exportación dirigida a mercados como EE.UU. y Europa, las fábricas textiles y del mueble de Kayseri conocieron un fenomenal desarrollo. A pesar de su lejanía de los principales puertos del país y de la escasez de opciones logísticas, ya en 2007, la industria del mueble en Kayseri, alcanzó una

G.1 Relaciones bilaterales. Principales socios comerciales de Turquía. Año 2010



cifra de exportación de 1.000 millones de dólares. Hoy, una sola empresa en Kayseri, fabrica el 1% del total de la producción mundial de tejido tejano, mientras otra empresa del sector de alimentación originaria de Kayseri, es actualmente la dueña de la emblemática marca de chocolate belga Godiva.

5. Una mirada detallada a la empresa y al contexto de los negocios turcos

Michael Porter en 2009, en un estudio sobre Turquía¹ destacaba como principales *fortalezas*:

- Infraestructuras del transporte y de las comunicaciones.
- Normativa para la creación de nuevas empresas —mucho más sencillo que en España—.
- Apertura a la inversión directa.
- Nivel relativamente reducido de aranceles.
- Fácil acceso a proveedores locales.

Entre las principales *debilidades* señalaba:

- Sistema impositivo complejo.
- Dificil acceso a la financiación, especialmente para pymes.
- Debilidad en gobernanza y auditoría.
- Procedimientos aduaneros farragosos y en ocasiones arbitrarios.
- Rigidez laboral.
- Escasa calidad regulatoria.

Estudios más recientes del Banco Mundial y del Foro Económico Mundial apuntan en la misma dirección.

En Turquía en los últimos años se ha producido una mejora notable en la calidad empresarial. Este incremento de la eficiencia está, sin embargo, polarizado hacia empresas grandes (mucho menos en pymes —base del tejido empresarial del país—) y hacia el sector manufacturero —mucho menos el de servicios—. Esta dualidad se ve agravada por el hecho de que, aunque en la última década se ha registrado una fuerte entrada y salida de nuevas empresas, según los datos del Banco Mundial, las empresas pequeñas no han logrado mejorar sus tasas de crecimiento. La misma institución señalaba la necesidad de consolidar esfuerzos para mejorar la ejecutoria

¹ Porter, Michael E., *Turkey's Competitiveness: National Economic Strategy and the Role of Business*. Institute for Strategy and Competitiveness. Harvard Business School. Istanbul, Turkey. 16 October 2009.

C.2 Índice de Competitividad

	Turquía	España
<i>Global Competitiveness Index 2011</i>	59	36
Derechos de propiedad intelectual	108	43
Independencia judicial	88	65
Eficiencia del marco legal	68	60
Ineficacia burocrática	68	82

Fuente: Foro Económico Mundial.

C.3 Doing Business Año 2010

	Turquía	TVI (%) 2010-2009	España
Hacer negocios	73	-10	62
Apertura de un negocio	56	-12	146
Manejo de permisos de construcción	133	0	53
Contrato de trabajadores	145	-2	157
Registro de propiedades	36	-3	48
Obtención de crédito	71	-3	43
Protección de los inversores	57	-4	93
Pago de impuestos	75	-5	78
Comercio transfronterizo	67	-2	59
Cumplimiento de contratos	27	-1	52
Cierre de una empresa	121	-1	19

Fuente: Índice comparativo internacional (183 países) de trabas a los negocios patrocinados por el Banco Mundial y la Corporación Financiera Internacional.

de las pymes, reforzar los vínculos entre estas y los grandes grupos y desarrollar una política de clusters que refuerce el desarrollo de las pymes.

Merece la pena detenerse un momento en el contraste entre España y Turquía. En general, y a tenor del indicador elaborado por el Foro Económico Mundial, la economía española es más competitiva que la turca y en nuestro país es más fácil hacer negocios. Aventajamos a los turcos sobre todo en la protección de la propiedad intelectual, menos en independencia judicial, menos todavía en la eficiencia de nuestro marco legal y ellos nos aventajarían en eficacia del aparato burocrático. Más llamativos, pero también más relevantes, son los datos que se desprenden del estudio del Banco Mundial. Hacer negocios en Turquía es solo ligeramente más difícil que en España. Obtener un crédito, comerciar transfronterizamente y sobre todo, cerrar un negocio es más sencillo en España. Sin embargo, para el Banco Mundial es mucho más fácil abrir un negocio en Turquía que en España, allí están los inversores mejor protegidos que en nuestro país y los contratos se cumplen mejor. Sin entrar en la discusión de la exactitud de cada comparación, de todo ello se deduce un

mensaje general, la dificultad de los negocios en Turquía es, en términos generales, equiparable a aquella a la que debe hacerse frente en nuestro país e incluso puede haber algunas vertientes en las que, a excepción de las dificultades inherentes a operar en un mercado que no es el propio, puede que sea más fácil trabajar en Turquía que hacerlo en España.

6. Coyuntura comercial bilateral

El marco de las relaciones comerciales bilaterales viene definido por el Acuerdo de Unión Aduanera entre este país y la UE de 1996 y los acuerdos bilaterales para

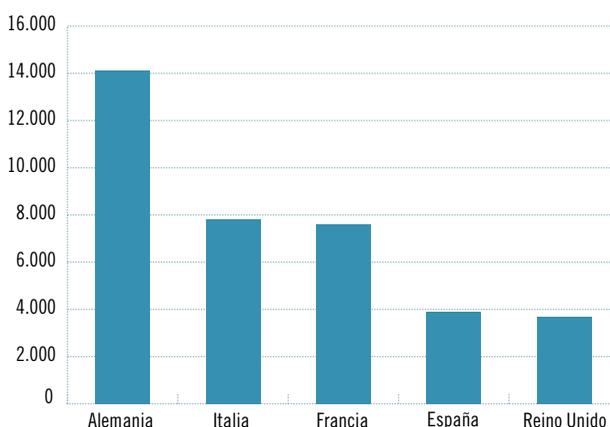
Evitar la Doble Imposición de 2004 y el Acuerdo de Promoción y Protección Recíproca de Intereses (APPRI) en vigor desde 1998.

España es uno de los principales valedores de Turquía en su aspiración de adhesión a la UE y ello va en concordancia con el sostenido incremento de la profundidad y el alcance de la relación económica bilateral. La importancia atribuida a Turquía se plasma en su consideración como país prioritario reflejado en los Planes Integrales de Desarrollo de Mercados (PIDM) de la Secretaría de Estado de Comercio Exterior y en la celebración a partir de abril de 2009 de tres cumbres a niveles de Presidentes de Gobierno-Reunión de Alto Nivel (RAN).

En 2010, España descendió un puesto respecto a 2009, situándose como el octavo país proveedor más importante de Turquía. Por otro lado, España ocupaba el décimo puesto como cliente de Turquía en 2009, situándose como el octavo cliente más importante en 2010. En 2010, las exportaciones (3.753 millones de euros) y las importaciones (3.065 millones de euros) crecieron notablemente y la tasa de cobertura fue del 122% mejorando en 12 puntos la del año anterior. Los datos de 2011 hasta septiembre son todavía mejores, de seguir a este ritmo el año podría cerrarse por encima de los 8.000 millones de euros de comercio bilateral con más de 1.000 millones de superávit para España. A pesar de los importantes avances de los años más recientes, cuando nos comparamos con otros países de la UE, estamos lejos de poder darnos por satisfechos con la posición que ocupamos en este mercado llamado a ser una de las diez economías más grandes del mundo en las dos próximas décadas. Por otro lado, nuestras ventas adolecen de un excesivo grado de concentración: los diez primeros capítulos exportados suponen el 74% del total exportador español al país. Destacan Vehículos automóviles y tractores (31% de lo exportado); Fundición, hierro y acero (9%); Materias plásticas y sus manufacturas (8%); Máquinas y aparatos mecánicos (7%); y Aparatos y material eléctrico (4%).

Desde un punto de vista práctico, las empresas que se planteen comerciar con Turquía deben ser conscientes que se está produciendo un deterioro del clima general de exportación al país desde la UE. Así aunque la Unión Aduanera UE-Turquía implica libre tránsito para los productos industriales y agroalimentarios transformados, se aprecia una creciente exigencia por parte del Instituto Turco de Estandarización de requisitos adicionales a los vigentes en la Unión. A los reiterados problemas con escopetas, amortiguadores y llaves ajustables se sumaron, entre los «irritantes», la entrada en vigor en enero de 2009 de dos circulares de la Subsecretaría de Co-

G.2 Origen de las importaciones turcas dentro de la UE
Millones de euros. Año 2010



mercio Exterior relativas al registro en el sector textil y nuevas certificaciones para productos originarios de terceros países exportados desde la Unión Europea. No son raras las dificultades para la obtención de licencias de importación en productos agroalimentarios relacionadas fundamentalmente con los certificados fitosanitarios. Se han registrado quejas de la industria farmacéutica europea sobre los requisitos y procedimientos de certificación (*Good Manufacturing Practices*, GMP), de los exportadores de bebidas alcohólicas contra el sistema de fijación de precios, concesión de licencias y fiscalidad. Por último, la comercialización de bienes de segunda mano resulta cada vez más obstaculizada administrativamente.

En definitiva, el mercado es muy atractivo, la mayoría de las empresas españolas están muy satisfechas de sus actividades comerciales en Turquía, pero esta satisfacción está directamente relacionada con el rigor con el que se aborde el análisis del mercado y la atención que se ponga en evitar incurrir en errores evitables.

7. Turquía: un mercado de creciente interés para las empresas gallegas

Las exportaciones gallegas a Turquía rondaron los 340 millones de euros en 2010, un 80,5% superior a la registrada en 2009, y tras las cual están 175 empresas gallegas. Este volumen supuso el 2,3% del total de exportaciones gallegas y situó a Turquía como noveno destino de sus exportaciones, tercero fuera de la UE, solo por detrás de Marruecos y EE.UU. Además, los datos provisionales de 2011 invitan al optimismo. De enero a septiembre, las exportaciones gallegas alcanzaron los 287 millones de euros superando en un 24% las del mismo período de 2010.

Las partidas más importantes de la exportación en 2010, fueron automoción con un volumen de 187 millones de euros, y le siguen en importancia aparatos y material eléctrico con 34,4 millones, prendas de vestir no de punto con 17 millones, manufacturas de piedra y yeso con 10,4 millones y prendas de vestir de punto con 7,2 millones.

Las importaciones provenientes de Turquía alcanzaron 313 millones de euros en 2010, —un incremento del 37,5% sobre 2009— y fueron realizadas por 225 empresas. Las compras a Turquía suponen un 2,3% del total de importaciones gallegas. En 2010, Turquía fue el decimosegundo proveedor de Galicia y el séptimo fuera de la UE. De enero a septiembre de 2011, las importaciones gallegas de Turquía alcanzaron los 234 millones de euros, un 6 % superior al mismo período de 2010.

Con respecto a los capítulos más importantes de la importación gallega, Prendas de vestir no de punto es el más representativo con un volumen de 148 millones de euros, y le siguen en importancia Prendas de vestir de punto con 27 millones, Prendas de algodón con 9,5 millones, Prendas de fibras sintéticas artificiales con 9,31 millones y de Filamentos sintéticos o artificiales con 6,44 millones.

En definitiva, el comercio entre Galicia y Turquía reproduce, en términos de importancia relativa de los distintos sectores, el patrón general hispano-turco, si acaso ligeramente más concentrado en automoción y prendas. Sin embargo, a pesar del gran empuje reciente de las ventas gallegas, dado el peso de Turquía como centro de producción de alguna de las principales empresas gallegas de prendas de vestir, existe un cierto desequilibrio estructural favorable a Turquía que este año 2011 podría corregirse en línea con la mejora del saldo bilateral hispano-turco de los últimos años.

8. Inversión directa española en Turquía: un compromiso estructural

La escasa relevancia histórica de la inversión directa española en Turquía comenzó a corregirse con los incrementos registrados desde 2006 y hoy, tras la compra del 25% del Garanti Bank por parte del BBVA, la inversión española en Turquía supera los 7.000 millones de euros y la protagonizan aproximadamente 400 empresas.

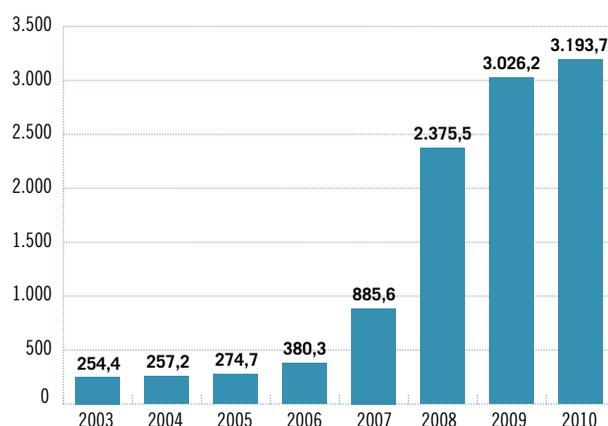
La inversión bruta española pasó de 17,6 millones de euros en 2004, a los 1.500 millones en 2007 y 1.102 millones en 2008. En 2009 la IED de España en Turquía alcanzó los 226 millones y en 2010 fue de 225 millones. El acumulado entre 2003 y 2010 ascendió a 3.194 millones de euros. En el primer trimestre de 2011, la inversión española aumentó hasta los 4.127 millones, debido a la citada operación del BBVA. Esta operación superó con mucho la inversión española más importante en Turquía hasta entonces: la adquisición por parte de Mapfre de la aseguradora local Genel Sigorta en 2007 por 200 millones de euros.

Resta aún por lograrse, en beneficio de la robustez de la relación bilateral un desarrollo semejante de la inversión turca en España. El acumulado de inversión turca en España en ese período es de 26,7 millones de euros y ascendió en 2010 a 3,1 millones frente a los 7,4 de 2009.

9. Nuevos caminos de prosperidad para las empresas españolas en Turquía a mucha mayor escala

La combinación de un país con más de 75 millones de habitantes, una población joven —el 60% tiene menos de 30 años—, con una tendencia sólida hacia la urba-

G.3 Stock acumulado de inversión española en Turquía
Millones de euros



nización y en un contexto de elevación sostenida de la capacidad adquisitiva genera, en si misma, muy importantes oportunidades en sectores que van del consumo hasta la sanidad.

La red de carreteras, ferrocarriles, puertos y aeropuertos es insuficiente para abastecer la demanda creciente del país y es desequilibrada: la mayoría del transporte, tanto de mercancías como de pasajeros se realiza por carretera por falta de una alternativa multimodal eficiente. La gran extensión del país, su situación geográfica estratégica, —puerta de acceso a Asia Central y Oriente Medio—; su retraso en infraestructuras, combinado con el compromiso de la UE por sostener su apoyo financiero al país, tanto para mitigar el eventual *shock* competitivo de su integración en la UE, como minorar el impacto político de un descarrilamiento del proceso, reafirman la conveniencia de tomar muy en serio los planes de inversión del gobierno en este terreno.

En los Presupuestos Generales del Estado turco para 2011 tuvieron un protagonismo destacable las inversiones en infraestructuras. Éstas, acaparan el mayor volumen de inversión (28%) y más de 4.000 millones de euros (8.400 millones de liras turcas) En años recientes, de manera sostenida, el sector ferroviario ha destacado con cerca de un 50% de este total.

C.4 Inversión en infraestructuras Año 2011

Sector	Inversión (millones de liras turcas)	%	Incremento respecto 2010
Transporte ferroviario	4.277	13,7	14,4
Transporte carretera	2.620	8,4	5,4
Transporte aéreo	514	1,6	12,5
Transporte marítimo	251	0,8	56,5
Otras inversiones	1.171	3,7	27,1

millones de euros (8.400 millones de liras turcas) En años recientes, de manera sostenida, el sector ferroviario ha destacado con cerca de un 50% de este total.

Sin embargo, el Gobierno turco no está solo sino muy bien respaldado por las instituciones financieras internacionales que unen esfuerzos con la UE en su apuesta por la mejora de las infraestructuras como elemento de mejora de la competitividad del país. Así, el Banco Mundial

(BM) con 2.400 millones de dólares apunala el esfuerzo europeo, unos 3.500 millones de dólares solo en 2011, materializado en las aportaciones de la Comisión Europea (Instrumento de Pre-Adhesión (IPA)), Banco Europeo de Reconstrucción y Desarrollo (BERD) y Banco Europeo de Inversiones (BEI).

Este ritmo inversor está previsto que se mantenga de manera sostenida hasta 2023 (centenario de la fundación de la República) para cuando se planean 4.800 km de nuevas autopistas, 1.300 nuevos km de alta velocidad, 12 nuevos puertos y 8 aeropuertos en régimen de financiación público-privada, entre otros proyectos. Solamente la parte de carreteras y ferrocarril supone una inversión acumulada de más de 30.000 millones de euros en la próxima década.

En energía, el país presenta también importantes carencias y hasta 2020 se requieren inversiones por valor de más de 80.000 millones de euros en generación, transmisión y distribución. A la importancia de esta evolución cuantitativa hay que sumar el impacto cualitativo del objetivo de elevar el peso en generación de las energías

C.5 Inversión de las instituciones financieras internacionales en infraestructuras

	2007	2008	2009	2010	2011
BM (millones de dólares)	1.158	1.203	2.075	2.990	2.400
BEI (millones de euros)	210	2.700	2.600	1.900	1.800-2.000
BERD (millones de euros)	-	-	150	505	750
IPA (millones de euros)	497	538	566	653	781

renovables desde el 6% hasta el 30% para 2023. Aunque en esta área se recogen proyectos tan interesantes como la realización de una o dos centrales nucleares, la singularidad turca queda más de manifiesto por la condición de país de referencia en el tránsito de hidrocarburos que está adquiriendo con proyectos como el Nabucco y el South Stream ambos dedicados al transporte de gas. El primero, es un gaseoducto transcontinental que transportará gas del Caspio hasta Austria, que busca reducir la dependencia energética de la UE con Rusia y que con 30.000 millones de cm³ de capacidad, requerirá 4.500 millones de euros de inversión en Turquía. Por su parte, South Stream, que también será un gaseoducto transcontinental, transportará, en este caso, gas desde Rusia hasta Italia y Austria atravesando el Mar Negro (Turquía) y Bulgaria y tendrá 63.000 millones de cm³ de capacidad máxima. En todo caso, Turquía se convertirá en un actor clave en el transporte europeo de energía, verá aumentar su peso geoestratégico y obtendrá beneficios por partida triple: precios ventajosos para gas (actualmente la factura turca anual de gas supera los 30.000 millones de euros) inversión extranjera directa e influencia política y empresarial.

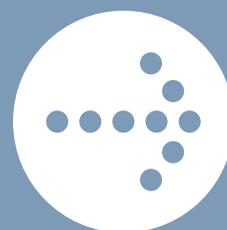
10. Demasiado bueno para no hacerlo realidad

Turquía ocupa el puesto decimoséptimo en el mundo en cuanto a Producto Interior Bruto (PIB) nominal —este año, superará el millón de millones de dólares americanos— y también el decimoséptimo en lo que se refiere a PIB en Paridad de Poder Adquisitivo (más de 12.600 dólares per cápita). En 2010 la economía turca creció al 8,9%, en 2011 se superará el 8% y 2012 todo apunta a que la economía seguirá dando signos de robustez. Por otra parte, según el *World Investment Prospects Survey*, en el período 2008-2010 Turquía fue el decimoquinto destino más atractivo para la inversión extranjera. No es menos cierto que a finales de 2010 el Banco Mundial presentó un estudio sobre la situación de la economía sumergida de 162 países en el período 1999-2007 en el que Turquía se situaba en el puesto 95 y una tercera parte de su PIB se estimaba al margen de la legalidad. Turquía es un país lleno de contrastes pero ante todo es un país lleno de oportunidades. Los sectores de mayor potencial global tales como las infraestructuras, la energía o el medioambiente protagonizarán la transformación del país en los próximos años y así lo reconocen tanto

los inversores privados como las principales instituciones financieras multilaterales. El país presenta dificultades para las empresas españolas entre las cuales la falta de familiaridad con el idioma, la cultura y los usos comerciales y administrativos no son las menores. Es también posible que el creciente enfriamiento de la relación entre Turquía y la UE tenga por resultado un incremento de las fricciones en el ámbito comercial. Pero la aventura merece la pena. Los turcos en general aprecian lo español. Las relaciones España-Turquía están en un buen momento del cual el salto cualitativo que han recibido nuestras relaciones comerciales y de inversión es la mejor garantía. En general, los negocios en Turquía ofrecen a una empresa española una combinación riesgo-rentabilidad muy favorable en magnitud y sostenibilidad.

Entender el país y seguir sus transformaciones de cerca exigirá dedicación y delicadeza. Sin embargo, renunciar a ese esfuerzo es algo que no debemos, no podemos, permitirnos. Turquía a España le importa mucho y en el futuro habrá de importarnos más sobre todo porque en este mercado están al alcance de nuestras empresas, pequeñas y grandes, magníficas oportunidades.

V. Guía de negocios



INTRODUCCIÓN

Las variables que el empresario tiene que valorar en un proceso de expansión exterior, bien sea con el objetivo de exportar sus productos o servicios o con el objetivo de implantarse en otro país, son numerosas. En la mayoría de los casos la información necesaria se encuentra dispersa en varias fuentes, lo que dificulta el proceso de toma de decisiones y hace que se pierda información en el transcurso del mismo. En el presente apartado hemos llevado a cabo un importante esfuerzo recopilatorio con el objetivo de atender a las demandas informativas de los empresarios en el proceso de internacionalización de sus empresas. Por motivos obvios, no hemos podido incluir información detallada de todos los posibles países de destino, pero hemos incluido una comparativa entre un gran número de países con el objeto de analizar el marco para hacer negocios, que creemos será de gran interés. Además, este

apartado contiene las ayudas a la internacionalización de la empresa, ofrecidas por las Cámaras de Comercio, el IGAPE o el ICEX, un extenso listado con las principales asociaciones empresariales y de exportadores, las direcciones y contactos de agentes comerciales mediadores del IGAPE, una relación con todos los Convenios de Doble Imposición y APPRIs que tiene firmados España con otros países o los Planes Integrales de Desarrollo de Mercados (PIDM), entre otros.

Presentamos esta información de tal modo que resulte atractiva y pueda ser entendida con facilidad. Además, si bien toda la información se enmarca en el contexto de servir de ayuda a la internacionalización de la empresa, los distintos capítulos pueden ser leídos como compartimentos estancos, facilitando el manejo de la información disponible.

PRINCIPALES ORGANISMOS DE AYUDA AL EXPORTADOR Y AL INVERSOR

IGAPE

Sede y servicios centrales

Complejo Administrativo de San Lázaro, s/n
15703 Santiago de Compostela (A Coruña)
Tel.: 902 300 903 / 981 541 147 ● Fax: 981 558 844
Web: www.igape.es

Oficinas territoriales

A Coruña
Pza. Pontevedra, 22 2º, 15003 A Coruña
Tel.: 981 182 239 ● Fax: 981 182 240

Ferrol
Edif. de Usos Múltiples, Pza. Camilo José Cela, s/n
15403 Ferrol (A Coruña)
Tel.: 981 337 101 ● Fax: 981 337 106

Lugo
Xunta de Galicia. Edif. Administrativo
Ronda da Muralla, 70, 27071 Lugo
Tel.: 982 294 032 ● Fax: 982 294 801

Ourense
R/ Xoán XXIII, 33, 32003 Ourense
Tel.: 988 687 289 ● Fax: 988 687 290

Pontevedra
C/ Michelena, 30, 36001 Pontevedra
Tel.: 986 805 305 ● Fax: 986 805 308

Santiago

Complejo Administrativo de San Lázaro, s/n
15703 Santiago de Compostela (A Coruña)
Tel.: 981 541 147 ● Fax: 981 558 844

Vigo

Edificio Administrativo Xunta de Galicia
Praza da Estrela, 9, 3ª planta, 36201 Vigo
(Pontevedra)
Tel.: 986 817 366 ● Fax: 986 817 361

Listado de agentes comerciales mediadores del IGAPE clasificados por país

■ Alemania

Denominación social

ARGOS CONSULTING NETWORK, S.L.

Datos de contacto en España

Paseo Constitución, 22 9º F Despacho 2,
Zaragoza

Tel.: 976 468 548 ● Fax: 976 468 549

E-mail: argosespana@argosconsulting.net

Web: www.argosconsulting.net

Datos de contacto en Alemania

Werderstr., 38, D-69120 Heidelberg

Tel.: +496221/618427 ● Fax: +496221/618429

E-mail: argosalemania@argosconsulting.net

■ Australia

Denominación social

CÁMARA DE COMERCIO ESPAÑOLA EN AUSTRALIA

Datos de contacto en Australia

Suite 409, Edgecliff Centre, 203 New South Head Ro, N° 0, Sydney

Tel.: 61293623168 ● Fax: 61293624074

E-mail: memberservices@spanishchamber.org

Web: www.spanishchamber.org

■ Bélgica

Denominación social

ARGOS CONSULTING NETWORK, S.L.

Datos de contacto en España

Paseo Constitución, 22 9º F Despacho 2, Zaragoza

Tel.: 976 468 548 ● Fax: 976 468 549

E-mail: argosespana@argosconsulting.net

Web: www.argosconsulting.net

Datos de contacto en Bélgica

Avenue des Arts, 12, 1210 Bruselas

Tel.: +3222904060 ● Fax: +3222193181

E-mail: argosbenelux@argosconsulting.net

Denominación social

ENXEÑEIROS E ARQUITECTOS

CONSULTORES IDOM, S.A.

Datos de contacto en España

Avd. de Lugo, 151-153, Bajo

Santiago de Compostela (A Coruña)

Tel.: 981 554 391 ● Fax: 981 583 417

E-mail: i_santiago@idom.es

■ Brasil

Denominación social

ENXEÑEIROS E ARQUITECTOS

CONSULTORES IDOM, S.A.

Datos de contacto en España

Avd. de Lugo, 151-153, Bajo

Santiago de Compostela (A Coruña)

Tel.: 981 554 391 ● Fax: 981 583 417

E-mail: i_santiago@idom.es

Denominación social

PRO-ATIVA CONSULTORIA EMPRESARIAL

Datos de contacto en Brasil

Avd. Loureiro da Silva, 2001, sala 403

Poto Alegre - Rio Grande do Sul - Brasil

Tel.: +55 51 32248033 ● Fax: +55 51 32248033

E-mail: marcos.jose@plugin.com.br

Denominación social

GRUPO CONSULTOR GALICIA INTERNACIONAL, S.L.

Datos de contacto en España

R/ Santo Domingo, 46 1º, Ourense

Tel.: 988 221 799 ● Fax: 988 221 799

E-mail: info@benitoiglesias.com

Datos de contacto en Brasil

Rua Gabrielle dAnnunzio, 160-101 Campo Belo

04619-000 Sao Paulo. Tel.: 00551150965579

E-mail: brasil@galiciainternacional.com

■ Canadá

Denominación social

INTERCAMBI INC.

Datos de contacto en Canadá

C 4950 Yonge Street Suite 2200 M2N 6K1 Toronto, N° 0

Tel.: 1-416-7308017 ● Fax: 1-416-7309258

E-mail: intercambi@intercambi.com

■ China

Denominación social

ARGOS CONSULTING NETWORK, S.L.

Datos de contacto en España

Paseo Constitución, 22 9º F Despacho 2, Zaragoza

Tel.: 976 468 548 ● Fax: 976 468 549

E-mail: argosespana@argosconsulting.net

Web: www.argosconsulting.net

Datos de contacto en China

Room 2007 Jing An Zhong Hua.1701 Beijing West Road. 200041 Shanghai

Tel.: +862162884788 ● Fax: +862162884080

E-mail: argoschina@argosconsulting.net

Denominación social

GONZÁLEZ Y CÍA ASESORES, S.L.

Datos de contacto en España

C/ Moctezuma, 3 2º, Santander (Cantabria)

Tel.: 942 226 868 ● Fax: 942 363 008

E-mail: info@glezo.com; smaza@glezco.com

Web: www.glezco.com

Datos de contacto en China

Nº 506. Edificio C. Calle Comercial de Shanggu. Tianta Distrito de Nankai. Tianjin 300381. PRC China
Tel.: 008623415468
E-mail: manlafuente@glezco.com

Denominación social

ASESORES CORPORATIVOS, S.A.

Datos de contacto en España

R/ Balmes, 228 2º 2ª, Barcelona
Tel.: 932 384 747 ● Fax: 932 384 774
E-mail: joaquimamat@asesorescorporativos.com
Web: www.asesorescorporativos.com

Datos de contacto en China

Unit 2310, JingAn ZhongHua Bldg. 1701, Beijing West Rd 200040 Shanghai
Tel.: 862162884792 ● Fax: 862162884791
E-mail: Nuria@asecorp.cn

Colombia**Denominación social**

C.I. HELGO LTDA.

Datos de contacto en Colombia

Traversal 14, 119-32, Of. 203, N° 0, Bogota
Tel.: 5712130420 ● Fax: 5712130420
E-mail: cihelgo@cable.net.co

Eslovaquia**Denominación social**

INTELIGENCIA Y TECNOLOGÍA, S.L.
(EQUANTIA, GLOBAL BUSINESS)

Datos de contacto en España

C/ Aragón, 197 Vigo (Pontevedra)
Tel.: 902 995 802 ● Fax: 902 995 805
E-mail: confialis@confialis.com
Web: www.confialis.com

Datos de contacto en Eslovaquia

Namestie SNP c13 81106 (Bratislava)
Tel.: +421 259265103 ● Fax: +421 259265102

Estados Unidos de América**Denominación social**

ARGOS CONSULTING NETWORK, S.L.

Datos de contacto en España

Paseo Constitución, 22 9º F Despacho 2, Zaragoza
Tel.: 976 468 548 ● Fax: 976 468 549
E-mail: argosespana@argosconsulting.net
Web: www.argosconsulting.net

Datos de contacto en Estados Unidos de América

1237 Concord Road. Wyomissing, Pennsylvania, 196190 USA
Tel.: (610)6786446 ● Fax: (610)5079243
E-mail: argosusa@argosconsulting.net

Francia**Denominación social**

ARGOS CONSULTING NETWORK, S.L.

Datos de contacto en España

Paseo Constitución, 22 9º F Despacho 2, Zaragoza
Tel.: 976 468 548 ● Fax: 976 468 549
E-mail: argosespana@argosconsulting.net
Web: www.argosconsulting.net

Datos de contacto en Francia

4, Rue de Trévis. 75009 París
Tel.: +33 (0) 147705054 ● Fax: +33 (0) 147705056
E-mail: argosfrancia@argosconsulting.net

Hungría**Denominación social**

FLORESTA BT

Datos de contacto en Hungría

Meggyes U. 12. 2045 Törökbálint
Tel.: 0036 23 331 270 ● Fax: 0036 23 331270
E-mail: floresta_hu@hotmail.com

Letonia**Denominación social**

INTELIGENCIA Y TECNOLOGÍA, S.L.
(EQUANTIA, GLOBAL BUSINESS)

Datos de contacto en España

C/ Aragón, 197 Vigo (Pontevedra)
Tel.: 902 995 802 ● Fax: 902 995 805
E-mail: confialis@confialis.com
Web: www.confialis.com

Datos de contacto en Letonia

Pulkveza Brieza Iela 8-1, Riga, LV-1010
Tel.: 37167505000 ● Fax: 37167505001
E-mail: dirbaltics@equantia.com

■ Marruecos

Denominación social

ENXEÑEIROS E ARQUITECTOS
CONSULTORES IDOM, S.A.

Datos de contacto en España

Avd. de Lugo 151-153 Bajo, Santiago de Compostela
(A Coruña)
Tel.: 981 554 391 ● Fax: 981 583 417
E-mail: i_santiago@idom.es

■ México

Denominación social

ARGOS CONSULTING NETWORK, S.L.

Datos de contacto en España

Paseo Constitución, 22 9º F Despacho 2, Zaragoza
Tel.: 976 468 548 ● Fax: 976 468 549
E-mail: argosespana@argosconsulting.net
Web: www.argosconsulting.net

Datos de contacto en México

Florencia 39 Despacho 301, Colonia Juárez
06600 México D.F.
Tel.: +525552081286 ● Fax: +525555335208
E-mail: mexico@argosconsulting.net

Denominación social

ENXEÑEIROS E ARQUITECTOS
CONSULTORES IDOM, S.A.

Datos de contacto en España

Avd. de Lugo, 151-153 Bajo, Santiago de Compostela
(A Coruña)
Tel.: 981 554 391 ● Fax: 981 583 417
E-mail: i_santiago@idom.es

Denominación social

ASTRON CONSULTORES DE GESTIÓN, S.L.

Datos de contacto en España

R/ Donantes de Sangre, 5 1º Dcha. A Coruña
Tel.: 981 145 681 ● Fax: 981 272 895
E-mail: astron@astronconsultores.com
Web: www.astronconsultores.com

■ Polonia

Denominación social

FORUM DEVELOPMENT (TÉCNICAS DE GESTIÓN
Y COMUNICACIÓN, S.L.)

Datos de contacto en España

C/ Haraldo Dalhander, Nº 9 B, 46113 Moncada
(Valencia)
Tel.: 961 309 044 ● Fax: 961 309 046
E-mail: info@forum-development.com
Web: www.forum-development.com

Datos de contacto en Polonia

Al. Jana Pawla II-61-Lock
303-010131-Warszawa-Polska
Tel.: +48228873565 ● Fax: +48228873566
E-mail: poland@forum-development.com

Denominación social

ARGOS CONSULTING NETWORK, S.L.

Datos de contacto en España

Paseo Constitución, 22, 9º F Despacho 2,
Zaragoza
Tel.: 976 468 548 ● Fax: 976 468 549
E-mail: argosespana@argosconsulting.net
Web: www.argosconsulting.net

Datos de contacto en Polonia

ul. Pluzanska 30,02-470 Warszawa
Tel.: +48228633984 ● Fax: +48602735658
E-mail: bokar1@friko6.onet.pl

Denominación social

INTELIGENCIA Y TECNOLOGÍA, S.L.
(EQUANTIA, GLOBAL BUSINESS)

Datos de contacto en España

C/ Aragón, 197 Vigo (Pontevedra)
Tel.: 902 995 802 ● Fax: 902 995 805
E-mail: confialis@confialis.com
Web: www.confialis.com

Datos de contacto en Polonia

Sw. Tomasz 29/2. Cracovia (Krakow)
Tel.: 0048124294101 ● Fax: 0048124297100

■ Portugal

Denominación social

ENXEÑEIROS E ARQUITECTOS
CONSULTORES IDOM, S.A.

Datos de contacto en España

Avd. de Lugo, 151-153 Bajo, Santiago de Compostela (A Coruña)

Tel.: 981 554 391 ● Fax: 981 583 417

E-mail: i_santiago@idom.es

Reino Unido**Denominación social**

HISPANIC CONSULTING LIMITED

Datos de contacto en Reino Unido

Cinquecliffe Grange, Thirlby, N° 0, YO72EA Thirsk, North Yorks

Tel.: 441845597998 ● Fax: 44184559705

E-mail: gerald@hispanicconsult.co.uk

Web: www.hispanicconsult.co.uk

Denominación social

ENXEÑEIROS E ARQUITECTOS CONSULTORES IDOM, S.A.

Datos de contacto en España

Avd. de Lugo, 151-153 Bajo, Santiago de Compostela (A Coruña)

Tel.: 981 554 391 ● Fax: 981 583 417

E-mail: i_santiago@idom.es

República Checa**Denominación social**

ARGOS CONSULTING NETWORK, S.L.

Datos de contacto en España

Paseo Constitución, 22 9º F Despacho 2, Zaragoza

Tel.: 976 468 548 ● Fax: 976 468 549

E-mail: argosspana@argosconsulting.net

Web: www.argosconsulting.net

Datos de contacto en República Checa

Janáckovo Nábřeží 51. 15000 Praha 5

Tel.: +420251511134-5 ● Fax: +420251511149

E-mail: argoschequia@argosconsulting.net

Denominación social

INTELIGENCIA Y TECNOLOGÍA, S.L. (EQUANTIA, GLOBAL BUSINESS)

Datos de contacto en España

C/ Aragón, 197 Vigo (Pontevedra)

Tel.: 902 995 802 ● Fax: 902 995 805

E-mail: confialis@confialis.com

Web: www.confialis.com

Datos de contacto en República Checa

Dejvicka, 35. Praha, 6 (Praga)

Tel.: +420 233344460 ● Fax: +420 233344980

República Dominicana**Denominación social**

GRUPO CONSULTOR GALICIA INTERNACIONAL, S.L.

Datos de contacto en España

R/ Santo Domingo, 46 1º, Ourense

Tel.: 988 221 799 ● Fax: 988 221 799

E-mail: info@benitoiglesias.com

Datos de contacto en República Dominicana

Calle 8, 78-D, Residencial Michel, Ensanche Isabelita, Santo Domingo

Rumanía**Denominación social**

ENXEÑEIROS E ARQUITECTOS CONSULTORES IDOM, S.A.

Datos de contacto en España

Avd. de Lugo, 151-153 Bajo, Santiago de Compostela (A Coruña)

Tel.: 981 554 391 ● Fax: 981 583 417

E-mail: i_santiago@idom.es

Datos de contacto en Rumanía

Calea Dorobanti, 10-ap. 4, Sector 1 Bucarest

Tel.: +40212122001 ● Fax: +40212311334

Denominación social

FORUM DEVELOPMENT (TÉCNICAS DE GESTIÓN Y COMUNICACIÓN, S.L.)

Datos de contacto en España

C/ Haraldo Dalhander, 9 B, 46113 Moncada

(Valencia). Tel.: 961 309 044 ● Fax: 961 309 046

E-mail: info@forum-development.com

Web: www.forum-development.com

Datos de contacto en Rumanía

Calea Dorobanti nr170, etaj 3, Apt 10, sector 1

Bucaresti, 010582 Romania

Tel.: +40215296646 ● Fax: +40215296647

Rusia**Denominación social**

FORUM DEVELOPMENT (TÉCNICAS DE GESTIÓN Y COMUNICACIÓN, S.L.)

Datos de contacto en España

C/ Haraldo Dalhander, 9 B, 46113 Moncada (Valencia). Tel.: 961 309 044 ● Fax: 961 309 046
E-mail: info@forum-development.com
Web: www.forum-development.com

Datos de contacto en Rusia

Bolshaya Novodmitrovskaya, 36/4 korp.3
127015 Moscú (Rusia)
Tel.: +74956489102 ● Fax: +74955453173

■ Suecia

Denominación social

ARGOS CONSULTING NETWORK, S.L.

Datos de contacto en España

Paseo Constitución, 22 9º F Despacho 2, Zaragoza
Tel.: 976 468 548 ● Fax: 976 468 549
E-mail: argosespana@argosconsulting.net
Web: www.argosconsulting.net

Datos de contacto en Suecia

Kaplansbacken 3 B. SE-152 92 Sollentuna. Estocolmo
Tel.: +4687360210 ● Fax: +4687360211
E-mail: argosescandinavia@argosconsulting.net

■ Venezuela

Denominación social

ENXEÑEIROS E ARQUITECTOS
CONSULTORES IDOM, S.A.

Datos de contacto en España

Avd. de Lugo, 151-153 Bajo, Santiago de Compostela (A Coruña)
Tel.: 981 554 391 ● Fax: 981 583 417
E-mail: i_santiago@idom.es

■ Vietnam

Denominación social

EAGLE PACIFIC LIMITED VIETNAM

Datos de contacto en Vietnam

23 Phung Khac Khoan Street
Tel.: 848-8251384 ● Fax: 848-8237665

■ Japón

Denominación social

ARGOS CONSULTING NETWORK, S.L.

Datos de contacto en España

Paseo Constitución, 22 9º F Despacho 2, Zaragoza
Tel.: 976 468 548 ● Fax: 976 468 549
E-mail: argosespana@argosconsulting.net
Web: www.argosconsulting.net

Datos de contacto en Japón

Shiba Royal, 204.3-25-3 Toranomon, Minato-ku
Tokyo 105-0001 Japón
Tel.: +81334323142 ● Fax: +81334323098
E-mail: argosjapon@argosconsulting.net

ICEX

Oficinas centrales

Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX)
Paseo Castellana, 14-16, 28046 Madrid
Tel.: 902 349 000 ● Web: www.icex.es

Oficinas económicas y comerciales en el exterior

El ICEX cuenta con un amplio número de oficinas en todo el mundo que ponen a su disposición más de 1000 profesionales especializados. Para una información detallada consulte:
www.oficinascomerciales.es

Direcciones territoriales y provinciales de comercio (en Galicia)

DIRECCIÓN TERRITORIAL DE
COMERCIO DE VIGO
Pza. de Compostela, 29 - 2º, 36201 Vigo
Tel.: 986 441 240 ● Fax: 986 432 048

DIRECCIÓN PROVINCIAL DE
COMERCIO DE A CORUÑA
C/ San Andrés, 143 - 2º D, 15071 A Coruña
Tel.: 981 217 160 ● Fax: 981 208 558

CESCE

Sede social

C/ Velázquez, 74, 28001 Madrid
Tel.: 914 234 800 / 902 111 010
E-mail: cesce@cesce.es ● Web: www.cesce.es

Red comercial

Oficina de A Coruña

Avd. de Linares Rivas, 27 1ª Pta. 15005 A Coruña

Tel.: 902 111 010 ● Fax: 981 126 699

E-mail: coruna@cesce.es

Oficina de Vigo

C/ Luis Taboada, 15, 36201 Vigo

Tel.: 902 111 010 ● Fax: 986 220 930

E-mail: vigo@cesce.es

COFIDES**Oficina central**

C/ Príncipe de Vergara, 132, 28002 Madrid

Tel.: 915 626 008/917 454 480 ● Fax: 915 610 015

E-mail: cofides@cofides.es ● Web: www.cofides.es

Delegación de COFIDES en Cataluña

C/ Gran Vía de las Corts Catalanes 630, 4º,

08007, Barcelona

Tel.: 93 270 26 20 ● Fax: 902 095 568

E-mail: jose.salgado@cofides.es

Delegación de COFIDES en México

Avd. Presidente Mazaryk, 473

Colonia Los Morales Polanco-11510 México D.F.

(México)

Tel.: +52 55 5280 9577 / +52 55 5281 2350

Fax: +52 55 5281 2350 ● E-mail: abtorre@mcx.es

P4R**Sociedad Estatal Española P4R S.A.**

C/ Orense, 58, 28020 Madrid. Tel.: 912 100 700

E-mail: general@p4r.es

Web: www.p4r.es

Red exterior**NEW DELHI - INDIA**

Unit nº 602 6º, Tower B, Global Business Park, MG
Road, Gurgaon, Haryana 122002, New Delhi

Tel.: +91 0124 4211753 ● E-mail: india@p4r.es

BEIJING - CHINA

Spain Bldg 5º, A1-B, Gongtinanlu, Chaoyang District,
100020 Beijing, China

Tel.: +86 10 6495 4275 ● Fax: +86 10 6495 4269

E-mail: eebeijing@vip.163.com

MÉXICO D.F. - MÉXICO

C/ Homero 1430, Colonia Polanco. 11560,

México D.F. (México)

Tel.: +52 55 5281 21 57 ● Fax: +52 55 5281 21 35

E-mail: p4r@p4r.com.mx

CÁMARAS DE COMERCIO, INDUSTRIA Y NAVEGACIÓN

CONSELLO GALEGO DE CÁMARAS

Senra, 8 3º, 15702 Santiago de Compostela
(A Coruña)

Tel.: 981 108 220 ● Fax: 981 563 265

E-mail: administracion@camarasgalicia.com

Web: www.camarasgalicia.com

CÁMARA OFICIAL DE COMERCIO, INDUSTRIA Y NAVEGACIÓN DE A CORUÑA

Alameda, 30-32 1º, 15003 A Coruña

Tel.: 981 216 072 ● Fax: 981 225 208

E-mail: ccincoruna@camaras.org

Web: www.camaracoruna.com

Antena Local de Carballo

Avd. do Ambulatorio, s/n, 15100 Carballo (A Coruña)

Tel./Fax: 981 757 599

E-mail: carballo@camaracoruna.com

Web: www.antenacarballo.com

CÁMARA OFICIAL DE COMERCIO, INDUSTRIA Y NAVEGACIÓN DE FERROL

A Malata, s/n, 15591 Ferrol (A Coruña)

Tel.: 981 333 165 ● Fax: 981 333 096

E-mail: info@camaraferrol.org

Web: www.camaraferrol.org

Antena Local de Ortigueira

Príncipe, 27, 15330 Ortigueira (A Coruña)

Tel./Fax: 981 400 197

E-mail: ortigueira@camaraferrol.org

Antena Local de As Pontes

Avd. de Ferrol, s/n, 15320 As Pontes (A Coruña)

Tel./Fax: 981 452 086

E-mail: aspontes@camaraferrol.org

CÁMARA OFICIAL DE COMERCIO, INDUSTRIA Y NAVEGACIÓN DE LUGO

Ramón Ferreiro, 18, 27002 Lugo

Tel.: 982 284 300 ● Fax: 982 244 301

E-mail: camara@camaralugo.com

Web: www.camaralugo.com

Antena Local de Monforte

Pza. de la Estación, s/n Edificio Renfe

27400 Monforte (Lugo)

Tel./Fax: 982 411 264

E-mail: monforte@camaralugo.com

Antena Local de Burela

Arcadio Pardiñas, 137 Entlo.

27880 Burela (Lugo)

Tel.: 982 575 116 ● Fax: 982 575 177

E-mail: burela@camaralugo.com

**CÁMARA OFICIAL DE COMERCIO
E INDUSTRIA DE OURENSE**

Avd. Habana, 30 bis, 32003 Ourense
Tel.: 988 233 116 ● Fax: 988 233 088
E-mail: camara@camaraourense.com
Web: www.camaraourense.com

Antena Local de Verín
Pza. do Concello, s/n, 32600 Verín (Ourense)
Tel.: 988 410 000 ● Fax: 988 411 900
E-mail: anteverin@camaraourense.com

Antena Local de O Barco
Pza. do Concello, 1, 32300 O Barco (Ourense)
Tel./Fax: 988 685 221
E-mail: antenaobarco@camaraourense.com

**CÁMARA OFICIAL DE COMERCIO,
INDUSTRIA Y NAVEGACIÓN DE PONTEVEDRA**

Jardines de Vincenti, 4 Edificio
«Las Palmeras» 2º, 36001 Pontevedra
Tel.: 986 866 303 ● Fax: 986 862 643
Web: www.camarapontevedra.com

**CÁMARA OFICIAL DE COMERCIO, INDUSTRIA
Y NAVEGACIÓN DE SANTIAGO DE COMPOSTELA**

San Pedro Mezonzo, 44 bajo
15701 Santiago de Compostela (A Coruña)
Tel.: 981 596 800 ● Fax: 981 590 322
E-mail: informacion@camaracompostela.com
Web: www.camaracompostela.com

Antena Local de Boiro
Pza. de Galicia, s/n, 15930 Boiro (A Coruña)
Tel./Fax: 981 847 904
E-mail: antenaiboiro@camaracompostela.com

**CÁMARA OFICIAL DE COMERCIO,
INDUSTRIA Y NAVEGACIÓN DE TUI**

A. G. Besada, 15 1º Dcha, 36700 Tui (Pontevedra)
Tel.: 986 600 216 ● Fax: 986 601 512
E-mail: camaratui@camaratui.com
Web: www.camaratui.com

**CÁMARA OFICIAL DE COMERCIO,
INDUSTRIA Y NAVEGACIÓN DE VIGO**

República Argentina, 18 A, 36201 Vigo
(Pontevedra)
Tel.: 986 432 533 ● Fax: 986 435 659
E-mail: camaravigo@camaravigo.com
Web: www.camaravigo.es

Antena Local de Gondomar
Rúa do Conde, s/n, 36380 Gondomar (Pontevedra)
Tel.: 986 369 900 ● Fax: 986 363 946
E-mail: gondomar.camaravigo@mundo-r.com

Antena Local de Ponteareas
Centro de Desenvolvemento Local
Lomba do Cruceiro, 5,
36866 Ponteareas (Pontevedra)
Tel.: 986 661 680 ● Fax: 986 661 024
E-mail: ponteareas.camaravigo@mundo-r.com

Antena Local de Salvaterra
Pza. da Constitución, s/n, 36450 Salvaterra de Miño
(Pontevedra)
Tel.: 986 659 348 ● Fax: 986 658 509
E-mail: salvaterra.camaravigo@mundo-r.com

**CÁMARA OFICIAL DE COMERCIO, INDUSTRIA
Y NAVEGACIÓN DE VILAGARCÍA DE AROUSA**

Avd. Doctor Tourón, 46, 36600 Vilagarcía de Arousa
(Pontevedra)
Tel.: 986 565 286 ● Fax: 986 500 621
E-mail: registro@camaravilagarcia.com
Web: www.camaravilagarcia.com

ASOCIACIONES DE EXPORTADORES

■ SECTOR AGROALIMENTARIO

FEDERACIÓN NACIONAL DE INDUSTRIAS LÁCTEAS (FENIL)

C/ Ayala, 10 1º Izda., 28001 Madrid
Tel.: 915 762 100 ☎ Fax: 915 762 117
E-mail: info@fenil.org ☎ Web: www.fenil.org

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE EMPRESAS DE LA CARNE (ASOCARNE)

C/ Infanta Mercedes, 13 4º, 28020 Madrid
Tel.: 915 716 855 ☎ Fax: 915 716 854
E-mail: asocarne@asocarne.com
Web: www.asocarne.com

FEDERACIÓN ESPAÑOLA DEL VINO (FEV)

C/ Padilla, 38, 28006 Madrid
Tel.: 915 762 726 ☎ Fax: 915 751 114
E-mail: info@fev.es ☎ Web: www.fev.es

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE LA INDUSTRIA Y COMERCIO EXPORTADOR DE ACEITE DE OLIVA (ASOLIVA)

C/ Jose Abascal, 40 2º Dcha., 28003 Madrid
Tel.: 914 468 812 ☎ Fax: 915 931 918
E-mail: asoliva@asoliva.es ☎ Web: www.asoliva.es

ASOCIACIÓN NACIONAL DE FABRICANTES DE CONSERVAS DE PESCADOS Y MARISCOS (ANFACO)

Ctra. Colegio Universitario, 16, 36310 Vigo (Pontevedra)
Tel.: 986 469 303 ☎ Fax: 986 469 269
E-mail: anfaco@anfaco.es ☎ Web: www.anfaco.es

FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE ASOCIACIONES DE PRODUCTORES EXPORTADORES DE FRUTAS, HORTALIZAS Y PLANTAS VIVAS (FEPEX)

C/ Miguel Ángel, 13 4º, 28010 Madrid
Tel.: 913 191 050 ☎ Fax: 913 103 812
E-mail: fepex@fepex.es ☎ Web: www.fepex.es

CONSORCIO DE EXPORTACIÓN DE JAMÓN SERRANO ESPAÑOL (CJSE)

C/ Morazarzal, 80 Esc. Centro 1º A, 28034 Madrid
Tel.: 917 356 085 ☎ Fax: 917 350 503
E-mail: consorcio@consorcioserrano.com
Web: www.consorcioserrano.com

FEDERACIÓN NACIONAL DE ASOCIACIONES DE LA INDUSTRIA DE CONSERVAS VEGETALES (FNACV)

C/ Princesa, 24 2º, 28008 Madrid
Tel.: 915 475 714 ☎ Fax: 915 400 223
E-mail: fnacv01@fnacv.es ☎ Web: www.fnacv.es

FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE INDUSTRIAS DE ALIMENTACION Y BEBIDAS (FIAB)

C/ Diego de León, 44 1º Izq., 28006 Madrid
Tel.: 914 117 211 ● Fax: 914 117 344
E-mail: comunicacion@fiab.es ● Web: www.fiab.es

CONSELLO REGULADOR DA DENOMINACIÓN DE ORIXE MEXILLÓN DE GALICIA

Avd.da Mariña, 25 Edf. do Mexillón 1ª,
36600 Vilagarcía de Arousa (Pontevedra)
Tel.: 986 507 416 ● Fax: 986 506 224
E-mail: mejillon@arrakis.es
Web: www.mexillondeg Galicia.org

ASOCIACIÓN DE INDUSTRIAS DE LA CARNE DE ESPAÑA (AICE)

C/ General Rodrigo, 6 12ª, 28003 Madrid
Tel.: 915 547 045 ● Fax: 915 547 849
E-mail: aice@aice.es ● Web: www.aice.es

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE MAYORISTAS IMPORTADORES Y EXPORTADORES DE PRODUCTOS DE LA PESCA Y LA ACUICULTURA (CONXEMAR)

Pza. de Compostela 23 Entlo.
36201 Vigo (Pontevedra)
Tel.: 986 433 351 ● Fax: 986 221 174
E-mail: conxemar@conxemar.com
Web: www.conxemar.com

■ **SECTOR DE BEBIDAS**

CERVECEROS DE ESPAÑA

C/ Almagro, 24 2º, 28010 Madrid
Tel.: 913 086 770 ● Fax: 913 086 661
E-mail: info@cervceros.org
Web: www.cervceros.org

ASOCIACIÓN NACIONAL DE EMPRESAS DE AGUAS DE BEBIDA ENVASADAS (ANEABE)

C/ Serrano, 76 5º C, 28006 Madrid
Tel.: 915 758 226 ● Fax: 915 781 816
E-mail: aneabe@aneabe.com
Web: www.aneabe.com

CONSEJO REGULADOR DE LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN RÍAS BAIXAS

Pza. da Pedreira, s/n, Edificio Pazo de Mugartegui
36002 Pontevedra
Tel.: 986 854 850 ● Fax: 986 864 546
E-mail: consejo@doriasbaixas.com

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA EMPRESARIAL DE OPERADORES DE VINOS DE MESA Y VINOS CON INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA DE LA TIERRA (AVIMES)

C/ Enrique Larreta, 9, 4º A, 28036 Madrid
Tel.: 913 231 155 ● Fax: 913 232 973
E-mail: avimes@vinosdelatierra.com
Web: www.vinosdelatierra.com

■ **SECTOR DE BIENES DE CONSUMO**

SALÓN INTERNACIONAL DEL DISEÑO, S.L. (SIDI)

C/ Roger de Lluria, 116 1º 1ª, 08037 Barcelona
Tel.: 934 766 900 ● Fax: 934 766 905
E-mail: sidi@sidi.es ● Web: www.sidi.es

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE FABRICANTES EXPORTADORES DE BISUTERÍA ACCESORIOS Y COMPLEMENTOS (SEBIME)

C/ Alqueria Cremada, s/n Polígono Poima
07714 Mahón (Baleares)
Tel.: 971 360 313 ● Fax: 971 360 566
E-mail: sebime@sebime.org ● Web: www.sebime.org

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE EXPORTADORES DE ELECTRÓNICA E INFORMÁTICA (SECARTYS)

C/ Gran Vía de les Corts Catalanes, 774 4ª, Plta.
08013 Barcelona
Tel.: 932 478 560 ● Fax: 932 478 561
E-mail: secartys@secartys.org ● Web: www.secartys.org

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE EXPORTADORES DE JOYERÍA PLATERÍA Y RELOJERÍA (JOYEX)

C/ Muntaner, 200 6º 4ª, 08036 Barcelona
Tel.: 934 161 210 ● Fax: 934 152 350
E-mail: joyex@joyex.com ● Web: www.joyex.com

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE FABRICANTES DE AZULEJOS PAVIMENTOS Y BALDOSAS CERÁMICOS (ASCEM)

C/ Ginjols, 3, 12003 Castellón de la Plana (Castellón)
Tel.: 964 727 200 ● Fax: 964 727 212
E-mail: global@ascer.es ● Web: www.ascer.es

ASOCIACIÓN NACIONAL DE FABRICANTES DE BIENES DE EQUIPO (SERCOBE)

C/ Jorge Juan, 47, 28001 Madrid
Tel.: 914 357 240 ● Fax: 915 770 910
E-mail: sercobe@sercobe.es ● Web: www.sercobe.es

FEDERACIÓN DE INDUSTRIAS DEL CALZADO ESPAÑOL (FICE)

C/ Núñez de Balboa, 116 3º Ofc. 5 y 6 Edf. Eurocis, 28006 Madrid
Tel.: 915 627 003 ● Fax: 915 620 094
E-mail: info@fice.es ● Web: www.fice.es

FEDERACIÓN EMPRESARIAL DE LA INDUSTRIA QUÍMICA ESPAÑOLA (FEIQUE)

C/ Hermosilla, 31 1º Dcha., 28001 Madrid
Tel.: 914 317 964 ● Fax: 915 763 381
E-mail: info@feique.org ● Web: www.feique.org

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE FABRICANTES DE JUGUETES (AEFJ)

C/ La Ballaora, 1 Bajo, 03440 Ibi (Alicante)
Tel.: 966 551 176 ● Fax: 966 551 176
E-mail: aefj@aefj.es ● Web: www.aefj.es

ASOCIACIÓN EMPRESARIAL DE FABRICANTES Y COMERCIANTES MAYORISTAS DE ARTÍCULOS DE REGALO (AEFCMAR-REGALOFAMA)

C/ Zurbano, 83 2º B, 28003 Madrid
Tel.: 914 356 096 ● Fax: 915 751 785
E-mail: regalofama@regalofama.org
Web: www.regalofama.org

FEDERACIÓN DE GREMIOS DE EDITORES DE ESPAÑA (FGEE)

C/ Cea Bermúdez, 44 2º Dcha., 28003 Madrid
Tel.: 915 345 195 ● Fax: 915 352 625
E-mail: fgee@fge.es
Web: www.federacioneditores.org

CONSEJO INTERTEXTIL ESPAÑOL (CIE)

C/ Gran Vía de les Corts Catalanes, 670 1º 08010 Barcelona
Tel.: 933 176 200 ● Fax: 933 176 208
E-mail: cie@consejointertextil.com
Web: www.consejointertextil.com

ASOCIACIÓN DE EDITORES DE REVISTAS CULTURALES DE ESPAÑA (ARCE)

C/ Covarrubias, 9, 28010 Madrid
Tel.: 913 086 066 ● Fax: 913 199 267
E-mail: info@arce.es ● Web: www.arce.es

FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE LA PIEDRA NATURAL (FDP)

Avd. de los Madroños, 39, Parque del Conde de Orgaz, 28043 Madrid
Tel.: 913 881 467 ● Fax: 913 005 055
E-mail: federacion@fdp.es ● Web: www.fdp.es

ASOCIACIÓN NACIONAL DE FABRICANTES DE HERRAMIENTAS MANUALES Y ELECTROPORTÁTILES (HERRAMEX)

C/ Mundaiz, 8 2º B, 20012 Donostia-San Sebastián (Guipúzcoa)
Tel.: 943 473 835 ● Fax: 943 474 502
E-mail: herramex@herramex.es
Web: www.herramex.es

FABRICANTES ASOCIADOS DE MOBILIARIO Y EQUIPAMIENTO GENERAL DE OFICINA Y DE COLECTIVIDADES (FAMO)

Avd. Cardenal Herrera Oria, 167 Bajo Dcha. 28034 Madrid
Tel.: 917 310 091 ● Fax: 917 3881 13
E-mail: exterior@famo.es ● Web: www.famo.es

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE FABRICANTES DE MUEBLES DE COCINA (AMC)

C/ Ibiza, 35 4ªB, 28009 Madrid
Tel.: 915 045 699 ● Fax: 915 741 809
E-mail: amc@amcocina.com
Web: www.amcocina.com

ASOCIACIÓN NACIONAL DE INDUSTRIALES EXPORTADORES DE MUEBLES DE ESPAÑA (ANIEME)

C/ Vinatea, 22 1º 8ª, 46001 Valencia
Tel.: 963 153 115 ● Fax: 963 924 861
E-mail: info@anieme.com ● Web: www.anieme.com

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE FABRICANTES Y DISTRIBUIDORES DE ARTÍCULOS DEPORTIVOS (AFYDAD)

C/ Viladomat, 174, 08015 Barcelona
Tel.: 934 516 777 ● Fax: 934 964 530
E-mail: afydad@afydad.com ● Web: www.afydad.com

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE EMPRESAS DE PRODUCTOS PARA LA INFANCIA (ASEPRI)

C/ San Vicente, 16 4 5ª, 46002 Valencia
Tel.: 963 925 151 ● Fax: 963 918 370
E-mail: asepri@asepri.es ● Web: www.asepri.es

ASOCIACIÓN DE LA INDUSTRIA DE LA PIEL PARA EL COMERCIO EXTERIOR (ACEXPIEL)

C/ Valencia, 359 3º, 08009 Barcelona
Tel.: 934 593 396 ● Fax: 934 585 061
E-mail: leather@leather-spain.com
Web: www.spanishtanners.com

ASOCIACIÓN NACIONAL DE GRÁFICOS PRODUCTORES Y EXPORTADORES DE LIBROS (AGRAEL)

C/ Santiago Rusiñol, 8, 28040 Madrid
Tel.: 915 535 968 ● Fax: 915 547 542
E-mail: informacion@agrael.com
Web: www.agrael.com

FEDERACIÓN DE ASOCIACIONES DE PRODUCTORES AUDIOVISUALES (FAPAE)

C/ Luis Buñuel, 2 2º Izda., Ciudad de la Imagen
28223 Pozuelo de Alarcón (Madrid)
Tel.: 915 121 660 ● Fax: 915 120 148
E-mail: fapae@fapae.es ● Web: www.fapae.es

FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE ASOCIACIONES DE INDUSTRIALES Y EXPORTADORES DE APARATOS DE ILUMINACIÓN (FEDAI DEC)

Pza. del Patriarca, 4 Pta. 5, 46002 Valencia
Tel.: 963 532 007 ● Fax: 963 532 588
E-mail: info@fedai-dec.com

CONSORCIO NACIONAL DE INDUSTRIALES DEL CAUCHO (COFACO)

C/ Sirio, 18, 28007 Madrid
Tel.: 914 458 412 ● Fax: 914 478 111
E-mail: info@consorciocaucho.es
Web: www.consorciocaucho.es

CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE EMPRESARIOS DE LA MADERA (CONFEMADERA)

C/ Sagasta, 24 3º Dcha., 28004 Madrid
Tel.: 915 944 404 ● Fax: 915 944 464
E-mail: mv.aledo@confemadera.es
Web: www.confemadera.es

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE PAPELERIA (PROPAPER)

Avd. de las Ferias, s/n, 46035 Valencia
Tel.: 963 861 122 ● Fax: 963 861 273
E-mail: ngari@feriavalencia.com
Web: www.propaper.es

ASOCIACIÓN NACIONAL DE PERFUMERÍA Y COSMÉTICA (STANPA)

Paseo de la Castellana, 159 28, 1º A, 28046 Madrid
Tel.: 915 711 640 ● Fax: 915 716 163
E-mail: stanpamadrid@stanpa.com
Web: www.stanpa.com

**ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE EMPRESAS
DE COMPONENTES PARA EL CALZADO (AEC)**

C/ Severo Ochoa, 42 Elche Parque Industrial
03203 Elche (Alicante)
Tel.: 965 460 158 ● Fax: 966 673 712
E-mail: aeecc@aeecc.com ● Web: www.aeccc.com

**ASOCIACIÓN DE FABRICANTES ESPAÑOLES
EXPORTADORES DE EQUIPAMIENTOS PARA
HOSTELERÍA Y COLECTIVIDADES (AFEHC)**

C/ Rambla Catalunya, 81 5º 3ª,
08008 Barcelona
Tel.: 934 873 290 ● Fax: 934 870 770
E-mail: afehc@afehc.com ● Web: www.afehc.com

**ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE EMPRESAS
DE EQUIPAMIENTO PARA BAÑO Y COCINA (ASCON)**

C/ Gran Vía de les Corts Catalanes, 684 Principal
08010 Barcelona
Tel.: 934 150 422 ● Fax: 934 160 980
E-mail: ascon@amec.es ● Web: www.amec.es/ascon

**ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE EMPRESAS
DE SERIGRAFÍA E IMPRESIÓN DIGITAL (AEDES)**

Ctra. del Plantío, 104 Local
28220 Majadahonda (Madrid)
Tel.: 913 077 444 ● Fax: 913 077 608
E-mail: aedes@aedesnet.es ● Web: www.aedesnet.es

**FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE ASOCIACIONES
DE INDUSTRIALES Y EXPORTADORES DE
ILUMINACIÓN TÉCNICA (FEDAI TEC)**

C/ Jorge Juan, 47 1ª Plta., 28001 Madrid
Tel.: 914 353 223 ● Fax: 915 770 910
E-mail: mjvaldes@anfalum.com
Web: www.fedaitec.es

**SECTOR DE MATERIAS PRIMAS, PRODUCTOS
INDUSTRIALES Y BIENES DE EQUIPO**

**ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS INDUSTRIAS
COMERCIO Y SERVICIOS NÁUTICOS (ADIN)**

Avd. Reina María Cristina, s/n, Feria de Barcelona
08004 Barcelona
Tel.: 932 332 432 ● Fax: 932 332 433
E-mail: info@adin-scs.es ● Web: www.adin-scs.es

**ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE FABRICANTES
DE MÁQUINAS-HERRAMIENTA (AFM)**

Paseo Mikeletegi, 59, Parque Tecnológico de
San Sebastián, 20009 Donostia-San Sebastián
(Guipúzcoa)
Tel.: 943 309 009 ● Fax: 943 309 191
E-mail: afm@afm.es ● Web: www.afm.es

**ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE FABRICANTES
DE EQUIPOS Y COMPONENTES PARA
AUTOMOCIÓN (SERNAUTO)**

C/ Castelló, 120 1º, 28006 Madrid
Tel.: 915 621 041 ● Fax: 915 618 437
E-mail: sernauto@sernauto.es
Web: www.sernauto.es

**ASOCIACIÓN DE FABRICANTES ESPAÑOLES
DE MAQUINARIA EQUIPOS Y PRODUCTOS PARA
TRABAJAR LA MADERA (AFEMMA)**

C/ Teruel, 15 Esc. B 6º, 46008 Valencia
Tel.: 963 854 128 ● Fax: 963 823 537
E-mail: afemma@afemma.com
Web: www.afemma.com

**AGRUPACIÓN ESPAÑOLA DE FABRICANTES
EXPORTADORES DE MAQUINARIA AGRÍCOLA
Y SUS COMPONENTES SISTEMAS DE RIEGO Y
EQUIPAMIENTO GANADERO Y DE POST-COSECHA
(AGRAGEX)**

C/ Gran Vía de Don Diego López de Haro 13, 5º,
48001 Bilbao (Vizcaya)
Tel.: 944 706 505 ● Fax: 944 220 061
E-mail: agragex@agragex.es ● Web: www.agragex.es

**ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE FABRICANTES
EXPORTADORES DE MAQUINARIA DE CONSTRUCCIÓN
OBRAS PÚBLICAS Y MINERÍA (ANMOPYC)**

Paseo de la Independencia, 24-26 3º ofc. 4
50004 Zaragoza
Tel.: 976 227 387 ● Fax: 976 227 925
E-mail: anmopyc@anmopyc.es ● Web: www.anmopyc.es

**ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE ROBÓTICA
Y AUTOMATIZACIÓN DE TECNOLOGÍAS DE
LA PRODUCCIÓN (AER-ATP)**

Rambla de Catalunya, 70 3º 2ª, 08007 Barcelona
Tel.: 932 155 760 ● Fax: 932 152 307
E-mail: aeratp@eratp.com ● Web: www.aeratp.com

**ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE FABRICANTES
DE PASTA PAPEL Y CARTÓN (ASPAPEL)**

Avd. de Baviera, 15, 28028 Madrid
Tel.: 915 763 002 ● Fax: 915 774 710
E-mail: aspapel@aspapel.es ● Web: www.aspapel.es

**ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE NUEVAS
TECNOLOGÍAS (AENTEC)**

Paseo de la Castellana, 190 4º A, 28046 Madrid
Tel.: 913 458 366 ● Fax: 913 454 471
E-mail: aentec@aentec.net ● Web: www.aentec.net

**ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE EXPORTADORES
DE FUNDICIÓN (FUNDIGEX)**

C/ Gran Vía de Don Diego López de Haro, 13 5º,
48001 Bilbao (Vizcaya)
Tel.: 944 706 512 ● Fax: 944 220 061
E-mail: fundigex@fundigex.es ● Web: www.fundigex.es

**ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE EXPORTADORES
DE PRODUCTOS E INSTALACIONES SIDERÚRGICAS
(SIDEREX)**

C/ Gran Vía de Don Diego López de Haro, 13 5º,
48001 Bilbao (Vizcaya)
Tel.: 944 706 506 ● Fax: 944 220 061
E-mail: siderex@siderex.es ● Web: www.siderex.es

**CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE
EMPRESARIOS DE PLÁSTICOS (ANAIP)**

C/ Coslada, 18, 28028 Madrid
Tel.: 902 281 828 ● Fax: 913 565 628
E-mail: economic@anaip.es ● Web: www.anaip.es

**ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE FABRICANTES
DE MAQUINARIA PARA PLÁSTICOS Y CAUCHO (IMAPC)**

C/ Gran Vía de les Corts Catalanes, 684 Principal,
08010 Barcelona
Tel.: 934 150 422 ● Fax: 934 160 980
E-mail: imapc@amec.es ● Web: www.amec.es/imapc

**ASOCIACIÓN DE EQUIPAMIENTO URBANO
Y MEDIO AMBIENTE (AMEC URBIS)**

C/ Gran Vía de les Corts Catalanes, 684 Principal,
08010 Barcelona
Tel.: 934 150 422 ● Fax: 934 160 980
E-mail: skadiri@amec.es ● Web: www.amec.es

**ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE CONSTRUCTORES
DE MAQUINARIA TEXTIL (AMTEX)**

C/ Gran Vía de les Corts Catalanes, 684 Principal,
08010 Barcelona
Tel.: 934 150 422 ● Fax: 934 160 980
E-mail: amtex@amec.es ● Web: www.amec.es/amtex

**ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE FABRICANTES
DE MAQUINARIA PARA LA PIEDRA NATURAL (AEFMP)**

Avd. de los Madroños, 39, 28043 Madrid
Tel.: 917 218 766 ● Fax: 917 218 766

**ASOCIACIÓN DE FABRICANTES DE APARATOS
CIENTÍFICOS (GRUFAC)**

C/ Pallars, 85 6º 5ª, 08018 Barcelona
Tel.: 933 090 908 ● Fax: 933 003 669
E-mail: grufac@sefes.es

**ASOCIACIÓN DE FABRICANTES DE MATERIAL
ELÉCTRICO (AFME)**

Avd. Diagonal, 477 12º A-B, 08036 Barcelona
Tel.: 934 050 725 ● Fax: 934 199 675
E-mail: general@afme.es ● Web: www.afme.es

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE FABRICANTES DE MAQUINARIA, TECNOLOGÍA, INGREDIENTES Y SERVICIOS PARA LA INDUSTRIA ALIMENTARIA (ALIMENTEC)

C/ Gran Vía de les Corts Catalanes, 684 Principal,
08010 Barcelona
Tel.: 934 150 422 ● Fax: 934 160 980
E-mail: alimentec@amec.es
Web: www.amec.es/alimentec

UNIÓN ESPAÑOLA DE CONSTRUCTORES NAVALES (UNINAVE)

C/ Cardenal Herrera Oria, 57 2º, 28034 Madrid
Tel.: 914 170 433 ● Fax: 917 293 647
E-mail: uninave@uninave.es ● Web: www.uninave.es

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE FABRICANTES DE MAQUINARIA Y BIENES DE EQUIPO PARA LA INDUSTRIA CERÁMICA (ASEBEC)

C/ Doctor Roux, 6 Entlo. C.,
12004 Castellón de la Plana (Castellón)
Tel.: 964 230 974 ● Fax: 964 230 975
E-mail: asebec@asebec.org ● Web: www.asebec.org

ASOCIACIÓN DE FABRICANTES DE LA INDUSTRIA FOTOGRAFICA (AFIF)

C/ Rocafort, 241-243 6º 4ª, 08029 Barcelona
Tel.: 933 633 358 ● Fax: 933 633 359
E-mail: afif@afif.es ● Web: www.afif.es

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE BIOEMPRESAS ASEBIO (ASEBIO)

C/ Príncipe de Vergara, 55 5º B, 28006 Madrid
Tel.: 912 109 374 ● Fax: 912 500 063
E-mail: secretariageneral@asebio.com
Web: www.asebio.com

ASOCIACIÓN DE EMPRESAS DE ELECTRÓNICA TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y TELECOMUNICACIONES DE ESPAÑA (AETIC)

C/ Príncipe de Vergara, 74 4ª Plta., 28006 Madrid
Tel.: 915 902 300 ● Fax: 914 114 000
E-mail: vjimenez@aetic.es ● Web: www.aetic.es

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE FABRICANTES EXPORTADORES DE MATERIAL, EQUIPOS Y SERVICIOS FERROVIARIOS (MAFEX)

C/ Gran Vía, 13 5º, 48001 Bilbao (Vizcaya)
Tel.: 944 706 504 ● Fax: 944 220 061
E-mail: mafex@mafex.es ● Web: www.mafex.es

ASOCIACIÓN TECNOLÓGICA PARA EL TRATAMIENTO DEL AGUA (ATTA)

C/ Arturo Soria, 343, 28033 Madrid
Tel.: 917 680 487 ● Fax: 913 838 985
E-mail: acajigas@attagua.com
Web: www.attagua.com

ASOCIACIÓN EMPRESARIAL EÓLICA / PLATAFORMA EÓLICA TECNOLÓGICA REOLTEC (AEE)

C/ Serrano, 143, 28006 Madrid
Tel.: 917 451 276 ● Fax: 917 451 277
E-mail: abudia@aeolica.org ● Web: www.aeolica.org

FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE ENTIDADES DE INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA (FEDIT)

C/ Francisco Gervas, 14 1º B, 28020 Madrid
Tel.: 915 795 262 ● Fax: 915 671 290
E-mail: administracion@fedit.com
Web: www.fedit.com

SECTOR DE SERVICIOS

ASOCIACIÓN DE TRANSPORTE INTERNACIONAL POR CARRETERA (ASTIC)

C/ López de Hoyos, 322 2ª, 28043 Madrid
Tel.: 914 514 807 ● Fax: 913 952 823
E-mail: astic@astic.net ● Web: www.astic.net

ASOCIACIÓN DE EMPRESAS CONSTRUCTORAS DE ÁMBITO NACIONAL (SEOPAN)

C/ Serrano, 174, 28002 Madrid
Tel.: 915 630 504 ● Fax: 915 634 758
E-mail: grupoexport@seopan.es
Web: www.seopan.es

**ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE EMPRESAS
CONSTRUCTORAS DE ACTIVIDAD INTERNACIONAL
GRUPO EXPORTADOR**

C/ Serrano, 174, 28002 Madrid
Tel.: 915 630 504 ● Fax: 915 625 844
E-mail: grupoexport@seopan.es
Web: www.seopan.es

**FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE ENTIDADES
DE PROMOCIÓN DE DISEÑO (FEEPD)**

Paseo de la Castellana, 141 1º B, 28046 Madrid
Tel.: 915 721 083 ● Fax: 915 711 564
E-mail: info@ddi.es ● Web: www.ddi.es

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE FRANQUICIADORES (AEF)

C/ Juan Ramón Jiménez, 8 1ª Planta Despacho 4
Centro de Negocios Eurobuilding, 28036 Madrid
Tel.: 912 776 410 ● Fax: 913 504 752
E-mail: aef@icaro.net ● Web: www.franquiciadores.com

**ASOCIACIÓN DE EMPRESAS DE MONTAJES
Y MANTENIMIENTO INDUSTRIALES (ADEMI)**

C/ Príncipe de Vergara, 74 1º, 28006 Madrid
Tel.: 914 115 164 ● Fax: 914 115 266
E-mail: ademiaso@teleline.es ● Web: www.ademi.com

ASOCIACIÓN DE NAVIEROS ESPAÑOLES (ANAVE)

C/ Doctor Fleming, 11 1º D, 28036 Madrid
Tel.: 914 580 040 ● Fax: 914 586 087
E-mail: anave@anave.es ● Web: www.anave.es

**ASOCIACIÓN NACIONAL DE PROMOTORES
CONSTRUCTORAS DE EDIFICIOS (APCE)**

C/ Diego de León, 50, 28006 Madrid
Tel.: 915 624 033 ● Fax: 915 624 035
E-mail: apce@apce.es ● Web: www.apce.es

CLUB DE EXPORTADORES E INVERSORES ESPAÑOLES

C/ Príncipe de Vergara, 203 Esc. Izda. 2º Dcha.
28002 Madrid
Tel.: 915 159 764 ● Fax: 915 613 367
E-mail: club@clubexportadores.org
Web: www.clubexportadores.org

**CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE TRANSPORTE
DE MERCANCÍAS POR CARRETERA (CETM)**

C/ López de Hoyos, 322, 28043 Madrid
Tel.: 917 444 700 ● Fax: 914 150 251
E-mail: fedat@cetm.es ● Web: www.cetm.es

**ASOCIACIÓN DE INDUSTRIAS EXTRACTIVAS
Y AFINES (AINDEX)**

C/ Ferraz, 11 3º D, 28008 Madrid
Tel.: 915 590 575 ● Fax: 915 590 575
E-mail: aindex@infonegocio.com
Web: www.aindex.org

**ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE DESALACIÓN
Y REUTILIZACIÓN (AEDYR)**

C/ Diego de León, 47, 28006 Madrid
Tel.: 918 388 517 ● Fax: 918 388 517
E-mail: luznogales@aedyr.com
Web: www.aedyr.com

**ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE EMPRESAS DE
INGENIERÍA CONSULTORÍA Y SERVICIOS
TECNOLÓGICOS (TECNIBERIA ASINCE)**

C/ Montalbán, 3 5º Dcha., 28014 Madrid
Tel.: 914 312 380 ● Fax: 915 755 499
E-mail: internacional@tecniberia.es
Web: www.tecniberia.es

**CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOTELES
Y ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS (CEHAT)**

C/ Orense, 32, 28020 Madrid
Tel.: 902 012 141 ● Fax: 915 567 361
E-mail: cehat@cehat.com ● Web: www.cehat.com

LISTADO DE AYUDAS A LA INTERNACIONALIZACIÓN

ÍNDICE

1. INSTITUTO ESPAÑOL DE COMERCIO EXTERIOR (ICEX)

- Aprendiendo a exportar
- Plan de Iniciación a la Promoción Exterior (PIPE)
- Pasaporte al exterior
- Financiación de Estudios de Viabilidad (FEV)
- Programa de Identificación, Difusión y Apoyo a Nuevas Iniciativas de Inversión (PIDINVER)
- Programa de Prospección de Inversiones en el Exterior (PROSPINVER)
- Actividades en el marco de programas comunitarios

2. COMPAÑÍAS DE SEGUROS DE CRÉDITO A LA EXPORTACIÓN (CESCE)

- Póliza de Seguros de Inversiones en el Exterior

3. INSTITUTO DE CRÉDITO OFICIAL (ICO)

- PROINVEX
- Línea ICO para la Internacionalización
- Contrato de Ajuste Recíproco de Intereses (CARI)

4. COMPAÑÍA ESPAÑOLA DE FINANCIACIÓN AL DESARROLLO (COFIDES)

- Fondo para Inversiones en el Exterior (FIEEX)
- Fondo para Operaciones en el Exterior de Pymes (FONPYME)
- Líneas País
- Línea EFP
- Línea FINTUR
- Línea FINAM
- Línea FINSER
- Línea FINCARBONO
- Línea FINBRAND
- Línea FINFRANQUICIA

5. INSTITUTO GALLEGO DE PROMOCIÓN ECONÓMICA (IGAPE)

- Red de Plataformas Empresariales en el Exterior (Red PEXGA)
- Red de Agentes Comerciales Mediadores en el Exterior

- Contratación de Gestores de Exportación
- Galactea Plus
- Información y Asistencia para la Introducción de las Empresas Gallegas en los Mercados de Organismos Multilaterales (SALT)
- Interpretación Telefónica Simultánea
- Planificación Exterior
- Participación en Eventos Expositivos y Promocionales Internacionales Realizados Fuera de Galicia
- Participación en Misiones Empresariales Internacionales Directas
- Misiones Comerciales Inversas
- Misiones Tecnológicas Directas e Inversas
- Marketing, Comunicación y Marca
- Organización en Galicia de Congresos o Eventos Expositivos de Alcance Internacional
- Primera Implantación Promocional Conjunta en el Exterior (Plan PRIMEX)
- Póliza de Seguro de Crédito a la Exportación para Pymes IGAPE-CESCE

6. XUNTA DE GALICIA Y CÁMARAS DE COMERCIO GALLEGAS

- Plan de Fomento das Exportacións Galegas (FOEXGA)

7. CENTRO PARA EL DESARROLLO TECNOLÓGICO INDUSTRIAL (CDTI)

- Internacionaliza
- Innvolucra
- Programa de Innovación y Competitividad (CIP)
- e+: Proyectos Internacionales de Cooperación Tecnológica
- Eurostars

8. MINISTERIO DE ECONOMÍA Y HACIENDA

- Programa de Conversión de Deuda por Acciones

9. MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO

- Apoyo Financiero en Términos Concesionales, los Créditos FAD

1. INSTITUTO ESPAÑOL DE COMERCIO EXTERIOR (ICEX)

Aprendiendo a exportar

Aprendiendo a Exportar es un proyecto liderado por el Instituto Español de Comercio Exterior, cuyo objetivo es ayudar a pymes en su iniciación en la exportación. Consta de una jornada de difusión, que se celebra en distintas ciudades españolas, y un programa de ayudas individual a la empresa de un año de duración.

Ayuda: diagnóstico del potencial exportador de la empresa, el asesoramiento de expertos en contratación, fiscalidad, nuevas tecnologías, comunicación y marca y la financiación en condiciones muy ventajosas para el proyecto exportador a través de la línea ICEX-ICO y línea de aseguramiento de cobros ICEX-CESCE.

Más información

ICEX

Paseo de la Castellana, 14, 28046 Madrid

Tel.: 902 349 000

Web: www.aprendiendoaexportar.com

Plan de Iniciación a la Promoción Exterior (PIPE)

El PIPE o Plan de Iniciación a la Promoción Exterior es un Programa cuyo objetivo es ayudar a las pymes españolas que comienzan su andadura en mercados exteriores, asesorándolas durante dos años en el diseño de una estrategia de internacionalización, y dotándolas de un apoyo económico dirigido a ayudarlas en la puesta en marcha de dicha estrategia.

Ayudas: tiene una duración de dos años y se divide en tres fases: diagnóstico, diseño del plan de internacionalización y puesta en marcha del mismo. Durante este período las empresas contarán con un apoyo económico del 70% del gasto realizado en las tres etapas con un límite total de 46.000 euros. Este límite máximo de gasto incluye tanto el asesoramiento como todas sus actuaciones de promoción exterior (viajes, ferias, material promocional, etc.).

Más información

ICEX

Paseo de la Castellana, 14, 28046 Madrid

Tel.: 902 349 000 ● Web: www.portalpipe.com

Pasaporte al exterior

Se trata de una herramienta de gestión, formación e información para las empresas españolas que quieren incorporarse o consolidarse en los mercados internacionales. Ayuda a realizar la reflexión estratégica de su proceso de salida o consolidación en el exterior y estructurarla en un Plan Estratégico de Internacionalización y a conocer las claves de la operativa del día a día en la internacionalización de su empresa: solicitar ofertas de transporte, seguros, financiación, elaborar ofertas y contratos, simular precios de exportación e interactuar con la Administración española desde su despacho en tiempo real. Además la herramienta permite acceder a los apoyos disponibles de la Administración española en su proceso de internacionalización y realizar sus trámites *on-line*.

Más información

ICEX

Paseo de la Castellana, 14, 28046 Madrid

Tel.: 902 349 000 ● Web: www.icex.es

Financiación de Estudios de Viabilidad (FEV)

La línea FEV es un instrumento de política comercial que pretende favorecer la internacionalización de la empresa española mediante la introducción de ingenierías, consultoras, tecnologías y *know-how* españoles en las fases de preparación de proyectos o de establecimiento de un marco sectorial de regulación o planificación regional en terceros países.

Ayuda: El solicitante deberá suscribir con CESCE la póliza de seguro de estudios de viabilidad para cubrir el riesgo de no resultar adjudicataria del proyecto. La indemnización máxima es del 75% del coste de EV, que la empresa reembolsa si finalmente lleva a cabo el proyecto, con un límite de 300.000 euros.

Más información

ICEX

Paseo de la Castellana, 14, 28046 Madrid

Tel.: 913 496 208. Fax: 914 311 916

E-mail: dgfint@meh.es ● Web: www.icex.es

PIDINVER Programa de Identificación, Difusión y Apoyo a Nuevas Iniciativas de Inversión

Su objetivo es promover la constitución en el exterior de *joint-ventures* y otras formas de cooperación productiva

a largo plazo entre empresas españolas y de los países objetivo, de similar tamaño y sector de actividad. Se realiza una selección de socios españoles que deseen alcanzar acuerdos de inversión conjunta o de cooperación con las empresas elegidas, de acuerdo con los perfiles e intereses mostrados por ambas partes.

Ayuda: Identificación y selección de empresas extranjeras interesadas en incorporar socios españoles para desarrollar conjuntamente proyectos de inversión o de cooperación empresarial de tipo productivo.

Diagnóstico de las empresas extranjeras y análisis imparcial de los proyectos propuestos, elaborados por consultores independientes.

Países de destino: se han identificado, analizado y seleccionado, hasta el momento, proyectos en China, Brasil y México cuyos perfiles y estudios ya están disponibles para las empresas españolas. En la actualidad se están poniendo en marcha el Programa en India, Argelia y Marruecos.

Más información

ICEX

Paseo de la Castellana, 14, 28046 Madrid

Tel.: 902 349 000

E-mail: pidinver@icex.es ● Web: <http://www.icex.es>

PROSPINVER programa de Prospección de Inversiones en el Exterior

Su objetivo es posibilitar una inicial toma de contacto de la empresa española con el mercado, socio potencial u oportunidad concreta de inversión a través de un viaje inicial de análisis. De esta forma, la empresa puede realizar una valoración inicial de una oportunidad de inversión o mantener las primeras negociaciones con potenciales socios ya identificados. Su aplicación se centra en la fase previa a la decisión de acometer los estudios de viabilidad y las actividades de preinversión, que puedan juzgarse necesarios para iniciar de forma definitiva el proyecto de inversión o de cooperación empresarial en el exterior que la empresa propone.

Ayuda: El tipo de apoyo consiste en el 100% de las bolsas de viaje fijadas anualmente por el Instituto Español de Comercio Exterior, por persona desplazada de la empresa solicitante o consultores externos.

Destino: todos los países, pero son considerados prioritarios los proyectos que pretendan acometerse en los países contenidos en el Plan Integral de Desarrollo de Mercados

(PIDM): Argelia, Brasil, China, Corea del Sur, EE.UU., India, Japón, Marruecos, México, Rusia y Turquía.

Más información

ICEX

Paseo de la Castellana, 14, 28046 Madrid

Tel.: 902 349 000

E-mail: inversiones.proyectos@icex.es

Web: www.icex.es

Actividades en el Marco de Programas Comunitarios

Existen varios programas europeos encaminados al fortalecimiento de la cooperación económica entre Europa y determinadas zonas geográficas de terceros países: América Latina, Asia, Países ACP. Son programas cuyo objetivo es beneficiar a las empresas españolas en sus planes de internacionalización y salida al exterior. Los programas europeos forman parte de la estrategia de cooperación regional que establece la UE con cada zona geográfica, con el objeto de contribuir a su integración política, comercial, económica y financiera, promoviendo los lazos entre las sociedades civiles de ambas zonas (empresas y sus instituciones).

Los programas están conformados por instrumentos específicos que financian, por norma general, el 80% del presupuesto de las actividades aprobadas en Bruselas a propuesta de los operadores. Los instrumentos se nutren de actividades propuestas por los operadores e involucran a instituciones de varios países. Con ello se intenta dar respuesta a las actividades que demandan los clientes (empresas e instituciones), al mismo tiempo que se promueve el trabajo en red.

Estas actividades consisten, principalmente, en la difusión y organización de encuentros sectoriales en los que se pone en contacto a empresas europeas con empresas locales en el marco de una feria o un encuentro empresarial de áreas tan diversas como la biotecnología, el turismo, la agroindustria, las infraestructuras, medio ambiente, etc.

Programa AL-INVEST

Es una iniciativa de la UE cuyo objetivo es la promoción y el apoyo a la cooperación empresarial entre la UE y América Latina.

Programa ASIA-INVEST

Es una iniciativa de la UE cuyo objetivo es la promoción y el apoyo a la cooperación empresarial entre la UE y Asia.

Programa PROINVEST

PROINVEST es un programa del grupo de Estados ACP y la Comisión Europea, cuyo objetivo es la promoción de la inversión y los flujos tecnológicos hacia empresas en países ACP (África Subsahariana, Caribe y Pacífico). Se apoya la asistencia técnica para el desarrollo del tejido empresarial y la atracción de inversiones, así como el desarrollo de *joint-ventures* y alianzas estratégicas entre empresas de la UE y países ACP.

Más información

ICEX

Paseo de la Castellana, 14, 28046 Madrid

Tel.: 902 349 000

E-mail: inversiones.proyectos@icex.es

Web: www.icex.es

2. COMPAÑÍA DE SEGUROS DE CRÉDITO A LA EXPORTACIÓN (CESCE)

Póliza de Seguro de Inversiones en el Exterior (CESCE)

El objeto de la Póliza de Inversiones es favorecer la internacionalización de las empresas españolas, ofreciéndoles un instrumento flexible que les permita «diseñar», dentro de las coberturas disponibles, las condiciones idóneas para sus operaciones concretas. La póliza cubre los riesgos políticos derivados de la inversión de la empresa española en el exterior.

Ayudas: El seguro de inversiones cubre las pérdidas que se deriven como consecuencia de una o varias de las siguientes causas: limitaciones al derecho de la propiedad y cambios en el marco jurídico-económico del país, falta de convertibilidad o de transferencia de importes relacionados con la inversión, dividendos y amortizaciones de créditos a largo plazo, la violencia política, incluyendo el terrorismo y otras alteraciones graves al orden público, situaciones asimiladas e incumplimiento de compromisos por parte de las autoridades del país receptor respecto a la inversión asegurada. No existen límites de los importes a asegurar.

Más información

CESCE

Tel.: 902 111 101

E-mail: cesce@cesce.es ● Web: www.cesce.es

3. INSTITUTO DE CRÉDITO OFICIAL (ICO)

PROINVEX

El Programa PROINVEX es un instrumento mediante el cual el Instituto de Crédito Oficial pone a disposición de las empresas españolas una línea para financiar, mediante préstamos, garantías o avales, grandes proyectos de inversión en el exterior. La principal característica del programa es su flexibilidad puesto que la financiación en condiciones superiores a las de mercado ofrecida se adapta a las necesidades de cada proyecto en términos de plazos, tipo de interés, garantías, etc. Este programa está particularmente enfocado a respaldar proyectos en sectores estratégicos tales como energía, gas y electricidad, infraestructuras, telecomunicaciones, medioambiente, industria, agricultura y comercio. El importe mínimo aproximado es de 10 millones de euros y la financiación máxima dependerá del interés español en el proyecto a financiar.

Ayuda: La financiación máxima dependerá de la participación en el capital del proyecto de la empresa española y, en principio, no superará el 70% del coste del proyecto.

Más información

ICO

Paseo del Prado, 4, 28014 Madrid

Tel: 900 121 121 ● Fax: 915 921 700

E-mail: ico@ico.es ● Web: www.ico.es

Línea ICO para la internacionalización

Se trata de una línea de crédito del *Instituto de Crédito Oficial* destinada a pymes que tiene por objeto apoyar la inversión de empresas españolas en el exterior mediante la concesión de préstamos o *leasing* en condiciones ventajosas. La ayuda se divide en dos tramos dependiendo de la cantidad solicitada.

Ayuda: la financiación máxima es de 10 millones de euros por cliente y año en una o varias operaciones. El beneficiario podrá elegir entre 3, 5, 7, 10, 12, 15 o 20 años de amortización, con la posibilidad de hasta 3 años de carencia.

Más información

ICO

Paseo del Prado, 4, 28014 Madrid

Tel.: 900 121 121 ● Fax: 915 921 700

E-mail: ico@ico.es ● Web: www.ico.es

Contrato de Ajuste Recíproco de Intereses (CARI)

Sistema de apoyo a las exportaciones españolas de bienes y servicios gestionada por el Instituto de Crédito Oficial mediante el cual se incentiva la concesión, por parte de las entidades financieras, de créditos a la exportación a largo plazo (2 ó más años) y a tipos de interés fijos (tipos de consenso). Los créditos a la exportación beneficiarios de este programa son el crédito al comprador extranjero (la entidad financiera concede el crédito al comprador extranjero), el crédito al suministrador nacional (el propio exportador otorga facilidades de pago al comprador extranjero) y la línea de crédito comprador (la entidad financiera pone a disposición del prestatario, generalmente un banco del país comprador, un importe global con cargo al cual pueden financiarse distintos contratos comerciales).

Ayuda: los importes máximos financiados son el 85% de los bienes y servicios españoles exportados, el 85% de los bienes y servicios extranjeros incorporados a la exportación española, el 85% de las comisiones comerciales abonadas para obtener el contrato comercial y hasta el 100% de los gastos locales con el límite del 30% del valor de bienes y servicios exportados.

Más información

ICO

Paseo del Prado, 4, 28014 Madrid

Tel.: 900 121 121 ● Fax: 915 921 700

E-mail: ico@ico.es ● Web: www.ico.es

4. COMPAÑÍA ESPAÑOLA DE FINANCIACIÓN AL DESARROLLO (COFIDES)**Fondo para Inversiones en el Exterior (FIEIX)**

Se trata de un fondo de la administración cuyos beneficiarios son las empresas constituidas en el exterior y participadas por inversores españoles, productoras de bienes y servicios o concesionarias de proyectos de infraestructura o servicios públicos. El FIEIX ofrece tres tipos de apoyo: participación en capital, préstamos de coinversión y otros instrumentos participativos. El límite de la financiación es de 25 millones de euros por proyecto y el importe mínimo 1 millón de euros por proyecto.

Ventajas: el tipo de apoyo financiero consiste en participación en capital y/o préstamos de coinversión subordinados o participativos a medio y largo plazo, incluyendo, si es necesario, períodos de carencia.

Países de aplicación: todos los países salvo los de la UE-15.

Más información

COFIDES

Príncipe de Vergara, 132, 28002 Madrid

Tel.: 917 454 480 / 915 626 008

Fax: 915 610 015

E-mail: cofides@cofides.es

Web: www.cofides.es

Fondo para Operaciones en el Exterior de Pymes (FONPYME)

Este fondo permite realizar inversiones temporales y minoritarias en el capital y otros instrumentos participativos en sociedades constituidas en el exterior por pymes españolas. El importe máximo de la financiación conjunta FOMPYME-COFIDES es de 4 millones de euros siendo el mínimo 250.000 euros por operación.

Ventajas: el tipo de apoyo financiero son participaciones de capital, préstamos de coinversión y/o préstamos de coinversión, subordinados o participativos a medio y largo plazo, con períodos de carencia.

Países de destino: países emergentes.

Más información

COFIDES

Príncipe de Vergara, 132, 28002 Madrid

Tel.: 917 454 480 / 915 626 008

Fax: 915 610 015

E-mail: cofides@cofides.es

Web: www.cofides.es

Líneas País

Existen unas líneas especiales, con dotación de FIEIX y FONPYME, que se han creado para determinadas áreas, con características particulares.

Países de destino: África Subsahariana, China, Marruecos, México, Brasil y Países de la ampliación.

Ayuda: Se amplían los límites máximos de participación en capital (hasta el 49%) y de financiación en régimen de coinversión (hasta el 70%). Para las operaciones financiadas con recursos del FIEIX, la comisión de estudio se reducirá al 0,5% o se suprimirá para préstamos de hasta 6 millones de euros con garantía suficiente en España o en un país desarrollado.

Más información

COFIDES

Príncipe de Vergara, 132, 28002 Madrid

Tel.: 917 454 480 / 915 626 008

Fax: 915 610 015

E-mail: cofides@cofides.es ● Web: www.cofides.es

Línea EFP

European Financing Partners es una institución creada por el Banco Europeo de Inversiones (BEI) y las instituciones financieras de desarrollo bilaterales europeas para apoyar conjuntamente proyectos de inversión productiva del sector privado en los países de África Subsahariana, Caribe y Pacífico (ACP). El objetivo es la promoción del desarrollo de los países ACP a través de la financiación de proyectos de inversión privados que sean viables en términos económicos, financieros, técnicos y medioambientales. También son elegibles los proyectos públicos en estos países que se gestionan en términos comerciales.

Países de destino: los 77 países firmantes del Convenio de Conotou.

Ayudas: los recursos pueden aplicarse a través de participaciones en capital de las empresas participadas, instrumentos de cuasi capital, tales como préstamos subordinados, participativos, condicionales o convertibles y préstamos ordinarios a medio y largo plazo a la empresa del proyecto. Los límites de financiación se encuentran entre 1 y 25 millones de euros, con un máximo del 50% del volumen de inversión del proyecto.

Más información

COFIDES

Príncipe de Vergara, 132, 28002 Madrid

Tel.: 917 454 480 / 915 626 008

Fax: 915 610 015

E-mail: cofides@cofides.es ● Web: www.cofides.es

Línea FINTUR

Se trata de una línea de financiación de inversiones en el sector turístico que ofrece apoyo financiero a las empresas españolas de este sector que inviertan en países emergentes o en desarrollo para contribuir a las necesidades de financiación a largo plazo.

Países de destino: países emergentes o en desarrollo.

Ayudas: ofrece participaciones en capital, préstamos ordinarios y de coinversión, con remuneración ligada a los resultados de proyectos. La financiación máxima llega al 50% del volumen de inversión del proyecto.

Más información

COFIDES

Príncipe de Vergara, 132, 28002 Madrid

Tel.: 917 454 480 / 915 626 008

Fax: 915 610 015

E-mail: cofides@cofides.es ● Web: www.cofides.es

Línea FINAM

Se trata de una línea de financiación de inversiones para el sector medioambiental que tiene el objeto de ofrecer apoyo financiero a las empresas españolas de este sector que inviertan en países emergentes o en desarrollo. Los beneficiarios son las empresas en que participen inversores españoles y su objetivo es contribuir a las necesidades de financiación a largo plazo de los mismos.

Países de destino: países emergentes o en desarrollo.

Ayudas: ofrece participaciones en capital, préstamos ordinarios y de coinversión, con remuneración ligada a los resultados de proyectos. Se establecen unos límites de entre 1 y 15 millones por proyectos con un máximo de 50% sobre el volumen de inversión del proyecto.

Más información

COFIDES

Príncipe de Vergara, 132, 28002 Madrid

Tel.: 917 454 480 / 915 626 008

Fax: 915 610 015

E-mail: cofides@cofides.es ● Web: www.cofides.es

Línea FINSER

Esta línea ofrece financiación en condiciones especiales para los proyectos viables de inversión en el sector servicios (ingeniería civil y de procesos, consultoría, bufetes de abogados, gabinetes de arquitectura, agencias de viajes, software, franquicias, distribución y comercialización) de empresas españolas en países en desarrollo.

Países de destino: países en desarrollo

Ayudas: la financiación de proyectos se realiza a través de los préstamos de coinversión y mediante préstamos ordinarios a medio y largo plazo, con un máximo del 50% y un

período de amortización entre 3 y 5 años con un período máximo de 1 año de carencia.

Más información

COFIDES

Príncipe de Vergara, 132, 28002 Madrid

Tel.: 917 454 480 / 915 626 008 ● Fax: 915 610 015

E-mail: cofides@cofides.es ● Web: www.cofides.es

Línea FINCARBONO

La línea de financiación de inversiones generadoras de derechos de emisión de dióxido de carbono es una facilidad para la financiación de proyectos generadores de derechos de emisión de dióxido de carbono que se lleven a cabo en países emergentes o en desarrollo. Entre estas actividades pueden citarse: energías renovables, eficiencia energética, transporte, captura de emisiones fugitivas, proyectos industriales o agroindustriales con reducción en la emisión de los gases de efecto invernadero y en general todos aquellos proyectos contemplados en el Protocolo de Kyoto.

Países de destino: países emergentes o en desarrollo.

Ayudas: participaciones en capital, préstamos ordinarios y préstamos de conversión con remuneración ligada a los resultados del proyecto. Los límites del proyecto son entre 1 y 25 millones de euros con máximo del 50% del volumen de inversión de proyecto.

Más información

COFIDES

Príncipe de Vergara, 132, 28002 Madrid

Tel.: 917 454 480 / 915 626 008 ● Fax: 915 610 015

E-mail: cofides@cofides.es ● Web: www.cofides.es

Línea FINBRAND

El objetivo de la Línea de Financiación para la internacionalización de las Marcas Españolas es apoyar los proyectos de internacionalización de las empresas españolas con marca en cualquiera de sus formas, con recursos financieros a largo plazo con retribución ligada a la rentabilidad-riesgo del proyecto.

Países de destino: todos los países del mundo, salvo España. En países desarrollados sólo podrán apoyarse proyectos a través de instrumentos de capital y próximos al cuasi-capital. Se otorgará prioridad a los países incluidos por la Administración Comercial Española en el Plan Integral de Desarrollo de Mercados (PIDMs).

Ayudas: Entre 250.000 euros y 25 millones de euros, con un máximo del 50% del volumen de inversión del proyecto. En algunos casos, y en función de las garantías ofrecidas, este porcentaje podrá llegar hasta el 80%.

Más información

COFIDES

Príncipe de Vergara, 132, 28002 Madrid

Tel.: 917 454 480 / 915 626 008 ● Fax: 915 610 015

E-mail: cofides@cofides.es ● Web: www.cofides.es

Línea FINFRANQUICIA

El objetivo de esta línea es ofrecer financiación en condiciones especiales para los proyectos viables de internacionalización de empresas españolas franquiciadoras.

Ayuda: los productos posibles son participaciones en capital minoritarias y temporales en la empresa del proyecto o en el *special purpose vehicle*, instrumentos de cuasi-capital (préstamos participativos, de coninversión o convertibles), préstamos ordinarios a las empresa del proyecto o al inversor español. Los límites de apoyo por proyecto oscilan entre los 500.000 euros y 25 millones de euros. Normalmente se financia hasta el 50% de las necesidades a largo plazo del proyecto si bien en algunos casos podrá llegar al 80%.

Países de destino: todos excepto los de la UE-15.

Más información

COFIDES

Príncipe de Vergara, 132, 28002 Madrid

Tel.: 917 454 480 / 915 626 008 ● Fax: 915 610 015

E-mail: cofides@cofides.es ● Web: www.cofides.es

5. INSTITUTO GALEGO DE PROMOCIÓN ECONÓMICA (IGAPE)

Red de Plataformas Empresariales en el Exterior (RED PEXGA)

Red de plataformas empresariales en el exterior: Argentina (Buenos Aires), Brasil (Sao Paulo), Colombia (Bogotá), Estados Unidos de América (Miami y Nueva York), México (México D.F), Alemania (Düsseldorf), China (Shanghai), Francia (París) y Rusia (Moscú). Está previsto abrir en 2012 las plataformas de: Reino Unido (Londres), India (Bombai), Marruecos (Casablanca) y Turquía (Estambul).

Ayuda: a través de estas plataformas se ponen a disposición de las empresas servicios individualizados en destino: prospección de mercado, elaboración de agendas, gestión de cartera de clientes, búsqueda de socios, selección de proveedores; asistencia jurídica, fiscal y laboral, etc. Así como la posibilidad de emplear las instalaciones de las plataformas para gestiones puntuales o la primera implantación temporal.

Más información

Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE)
Tel.: 902 300 903
E-mail: internacionalizacion@igape.es
Web: www.igape.es

Red de Agentes Comerciales Mediadores en el Exterior

Expertos en comercio exterior homologados por el IGAPE con cobertura en: Alemania, Australia, Bélgica, Brasil, Bulgaria, Canadá, China, Colombia, Eslovaquia, EE.UU., Francia, Hungría, India, Letonia, Marruecos, México, Polonia, Portugal, Reino Unido, República Checa, República Dominicana, Rumanía, Rusia, Suecia, Ucrania, Venezuela, Vietnam y Japón.

Este servicio no es gratuito pero se puede subvencionar a través de la línea de ayudas de planificación exterior (apoyo en destino).

Más información

Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE)
Tel.: 902 300 903
E-mail: internacionalizacion@igape.es
Web: www.igape.es

Contratación de Gestores de Exportación

Las empresas gallegas que deseen internacionalizarse pueden elegir un gestor de exportación entre los integrantes de la bolsa de trabajo publicada por el IGAPE en su web.

Ayuda: salario bruto de contratación en una categoría laboral acorde con la titulación del especialista elegido.

Más información

Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE)
Tel.: 902 300 903
E-mail: internacionalizacion@igape.es
Web: www.igape.es

GALACTEA PLUS

Consortio de Enterprise Europe Network para Asturias, Cantabria, Castilla y León y Galicia; con el fin de promover la competitividad empresarial en 40 países.

Ayuda: Información y asistencia en temas comunitarios (legislación, fiscalidad, propiedad intelectual, etc.), promoción de la cooperación empresarial (búsqueda de socios, información sobre mercados, gestión de ofertas y demandas comerciales, etc.), apoyo a la transferencia tecnológica (asesoramiento, asistencia técnica, búsqueda de financiación, etc.) y apoyo a la participación en programas europeos (identificación de ideas y de socios, asistencia técnica y búsqueda de financiación).

Más información

Tel.: 981 541 033 ● Web: www.galacteaplus.es
www.consultasinternacional.igape.es

Información y Asistencia para la Introducción de las Empresas Gallegas en los Mercados de Organismos Multilaterales

El SALT (servicio de acceso a licitaciones internacionales) tiene el objetivo de facilitar la internacionalización de las empresas gallegas, acercándolas al mercado de las contrataciones promovidas por los organismos multilaterales de desarrollo (OMD).

Ayuda: buscador de licitaciones públicas internacionales y seguimiento de las mismas, tutela de empresas, servicio de alertas, asesoramiento técnico presencial y telemático, bases de datos de empresas, plan de formación, oportunidades de empleo en los OMD, registro ante los organismos internacionales y boletín.

Más información

Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE)
Tel.: 902 300 903
E-mail: internacionalizacion@igape.es
Web: www.igape.es

Interpretación Telefónica Simultánea

Disponible en un gran número de idiomas, entre ellos inglés, francés, alemán, polaco, ruso, árabe, chino y japonés.

Ayuda: el IGAPE asume el 100% del importe de la interpretación hasta un máximo de 1.000 euros por empresa,

y la empresa gallega asume únicamente el coste de la llamada internacional.

Más información

Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE)

Tel.: 902 300 903

E-mail: internacionalizacion@igape.es

Web: www.igape.es

Planificación Exterior

La línea de ayuda de planificación exterior ofrece a las empresas gallegas apoyo en origen o destino (elaboración o implementación de planes estratégicos de internacionalización, *benchmarking*, cooperación, participación en licitaciones públicas internacionales y acceso a mercados *duty free*), en la elaboración de estudios y análisis de mercado, asistencia en destino (preparación de agendas, lanzamiento de productos, seguimiento de primeros contactos y primera implantación comercial), en misiones empresariales de grupos de empresas, visitas a ferias y eventos internacionales celebrados fuera de España y misiones inversas a una empresa gallega. Así, son subvencionables los servicios de consultoría y asistencia técnica, gastos notariales y registrales, suscripciones a servicios de información, interpretación y traducción, precios de entrada para asistencia a eventos y viajes y alojamiento.

Ayuda: la cuantía y límite de la ayuda dependen del concepto subvencionable y del tipo de solicitante.

Más información

Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE)

Tel.: 902 300 903

E-mail: internacionalizacion@igape.es

Web: www.igape.es

Participaciones en Eventos Expositivos y Promocionales Internacionales Realizados Fuera de Galicia

Línea de ayuda dirigida a subvencionar eventos que se realicen fuera de España (desfiles, jornadas, exposiciones, degustaciones, etc.) o eventos expositivos puntuales internacionales realizados fuera de Galicia, ya sean de tipo comercial o técnico.

Ayuda: se cubrirán los gastos de alquiler de espacio expositivo, de alquiler de mobiliario y equipos audiovisuales, gastos de envío de catálogos, productos y demás

material, gastos de viaje y alojamiento, gastos de interpretación y traducción en el evento así como del material promocional, gastos de asistencia técnica en la preparación de agendas y gastos de diseño y construcción de stands. En cada convocatoria se establecerán los límites de la ayuda.

Más información

Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE)

Tel.: 902 300 903

E-mail: internacionalizacion@igape.es

Web: www.igape.es

Participación en Misiones Empresariales Internacionales Directas

El IGAPE podrá organizar misiones directas a cualquier país del mundo si considera del interés de las empresas gallegas el entrar en contacto directo con importadores, distribuidores y otras empresas para analizar las posibilidades de cooperación, dar a conocer sus productos y servicios y en general, conocer las posibilidades reales que ofrece ese mercado.

Ayuda: se cubren los gastos de consultoría externa (500 euros por empresa o participante), viaje y alojamiento, los gastos de interpretación en el evento y de traducción del material promocional y los gastos de envío y retorno de material promocional. La cuantía de la ayuda es del 50% de subvención sobre los gastos subvencionables con el límite de 3.000 euros por participante con destino Europa y de 4.000 euros con destino a países de fuera de Europa.

Más información

Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE)

Tel.: 902 300 903

E-mail: internacionalizacion@igape.es

Web: www.igape.es

Misiones Comerciales Inversas

Organización de misiones comerciales fuera de Galicia que involucren como mínimo a 10 empresas gallegas.

Ayuda: se cubren los gastos de consultoría externa (500 euros por empresa o participante), viaje y alojamiento, y los gastos de interpretación. El límite de la ayudas es de 2.000 euros por participante con origen Europa y de 3.000 euros con origen fuera de Europa; siendo el límite máximo de 36.000 euros de ayuda por cada proyecto.

Más información

Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE)
Tel.: 902 300 903
E-mail: internacionalizacion@igape.es
Web: www.igape.es

Misiones Tecnológicas Directas e Inversas

Organización de misiones tecnológicas fuera de Galicia con el objeto de adquirir o transferir tecnología y, en su caso, conocimientos aplicables a la actividad de las empresas gallegas representadas.

Ayuda: en ambos casos se cubren los gastos de viaje y alojamiento, gastos de consultoría externa especializada en el mercado de destino, gastos de interpretación en el evento y de traducción del material promocional y los honorarios de 500 euros por persona y día a un máximo de dos personas con formación y experiencia científica o técnica de instituciones académicas o centros tecnológicos gallegos. Además, en las misiones directas se cubren los gastos de envío y retorno de material promocional, y gastos de alquiler del espacio en el evento.

En ambos casos el IGAPE subvenciona el 100% de los honorarios y se subvenciona en un 60% a fondo perdido los gastos en país con destino a la OCDE con un límite de 3.000 euros por participante para los países de Europa y de 5.000 euros para los países fuera de Europa, y se subvenciona a fondo perdido un 50% de los países no pertenecientes a la OCDE con un límite de 3.000 euros por participante europeo y de 4.000 euros por participante de fuera de Europa.

Más información

Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE)
Tel.: 902 300 903
E-mail: internacionalizacion@igape.es
Web: www.igape.es

Marketing, Comunicación y Marca

Esta línea de ayuda ofrece a las empresas gallegas en el exterior todo tipo de servicios relacionados con el *marketing* y la comunicación, así como defensa jurídica de la marca y la propiedad intelectual. Se subvenciona la consultoría jurídica y de *marketing*, traducción, aspectos gráficos, impresión y elaboración de material promocional, registro de la propiedad intelectual y la homologación y certificación de productos.

Ayuda: la cuantía y límite de la ayuda dependen del concepto subvencionable y del tipo de solicitante.

Más información

Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE)
Tel.: 902 300 903
E-mail: internacionalizacion@igape.es
Web: www.igape.es

Organización en Galicia de Congresos ou Eventos Expositivos de Alcance Internacional

Este programa pretende apoyar la celebración en Galicia de foros, congresos o eventos dedicados a la difusión de técnicas, metodologías, herramientas y buenas prácticas en materia de internacionalización de las empresas gallegas.

Ayuda: se subvencionan los gastos de publicidad, los gastos de documentación y edición de ponencias y publicaciones, y costes de contratación de relatores. La subvención alcanza el 70% de los gastos subvencionables, con el límite de 5.000 euros para ámbito provincial o inferior y 7.500 euros para ámbito autonómico.

Más información

Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE)
Tel.: 902 300 903
E-mail: internacionalizacion@igape.es
Web: www.igape.es

Primera Implantación Promocional Conjunta en el Exterior (PLAN PRIMEX)

Este programa trata proyectos de prospección y primera implantación comercial conjunta de empresas gallegas en el extranjero, que tengan objetivos de cooperación y comercialización similares, para afrontar una estrategia y acciones de implantación comercial –incluida la creación de plataformas logísticas– que beneficie a todas ellas.

Ayuda: numerosos gastos de estructura (gastos de constitución, personal, asistencia técnica y alquileres), gastos de promoción relacionados con el país de implantación (material, publicidad, ferias y viajes comerciales), y otros gastos relacionados con el país de implantación (registro de patentes y marcas, protección jurídica de la marca y homologación de productos ante organismos oficiales). El límite máximo de la ayuda varía en función del tipo de beneficiario y del tipo de proyecto.

Más información

Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE)

Tel.: 902 300 903

E-mail: internacionalizacion@igape.es

Web: www.igape.es

Póliza de Seguro de Crédito a la Exportación para Pymes IGAPE-CESCE

Mediante la contratación de esta póliza, las pymes pueden cubrir el riesgo de impago inherente a las exportaciones.

Ayuda: cobertura del 80% de los riesgos comerciales y el 99% de los riesgos políticos dentro de los límites de riesgo máximo que CESCE conceda para cada país.

Más información

Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE)

Tel.: 902 300 903

E-mail: internacionalizacion@igape.es

Web: www.igape.es

6. XUNTA DE GALICIA Y CÁMARAS DE COMERCIO GALLEGAS

Plan de Fomento as Exportacións Galegas (FOEXGA)

Se trata de un programa cofinanciado por las Cámaras de Comercio Gallegas y la Consellería de Economía e Industria que tiene como finalidad incrementar la base de empresas gallegas exportadoras, aumentar la diversificación, tanto geográfico como sectorial, de las exportaciones gallegas, facilitar formación e información cualificada de comercio exterior, y difundir la cultura de la internacionalización como herramienta de competitividad.

Ayuda: el FOEXGA organiza misiones comerciales directas en el exterior y organizar visitas y participaciones en ferias internacionales, financiando el 60% de los gastos de viaje, de intérpretes, de envío de mercancía y de alojamiento y stand. Además, pone a disposición de las empresas gallegas abundante información acerca de concursos y licitaciones, así como distintos requisitos exigibles a las empresas exportadoras en el país de destino (aranceles, fiscalidad, patentes, medioambiente o calidad).

Más información

Web: www.foexga.org

7. CENTRO PARA EL DESARROLLO TECNOLÓGICO INDUSTRIAL (CDTI)

Innternacionaliza

Esta línea de ayuda financia las actuaciones derivadas de un plan estructurado de internacionalización, con objetivos empresariales bien definidos y un plan de trabajo coherente, pudiendo incluir actividades de transferencia de tecnología, adaptación de la tecnología desarrollada a los requerimientos de mercados internacionales y promoción.

Ayuda: el presupuesto financiable mínimo es de 150.000 euros. Los conceptos financiables son los siguientes: internacionalización de la propiedad intelectual y servicios de asesoramiento, y apoyo a la innovación.

Más información

CDTI

Calle Cid, 4, 28001 Madrid

Tel.: 915 815 500 / 91 209 55 00

Fax.: 91 581 55 94 ● Web: www.cdti.es

INNVOLUCRA

El objetivo de esta línea de ayuda es incentivar la participación de entidades españolas en programas internacionales de cooperación tecnológica, especialmente el VII Programa Marco de I+D de la UE, así como la presentación de ofertas a grandes instalaciones científico-tecnológicas.

Ayuda: ayudas a la preparación de propuestas comunitarias (APC), ayudas a la participación en ofertas a grandes instalaciones (APO), Programa de Capacitación y Acciones Internacionales de Promoción Tecnológica (AIPT). Adicionalmente, la red PI+D+i presta servicios de información y orientación a aquellas entidades que quieran participar en el Programa Marco y en las licitaciones de las grandes instalaciones.

Más información

CDTI

Calle Cid, 4, 28001 Madrid

Tel.: 91 581 55 00 / 91 209 55 00

Fax: 91 581 55 94 ● Web: www.cdti.es

Programa de Innovación y Competitividad (CIP)

El CIP pretende reunir en un marco común los programas de ayuda comunitarios específicos y las partes correspondientes de otros programas comunitarios

en ámbitos vitales para el impulso de la productividad, la capacidad de innovación y el crecimiento sostenible, al tiempo que abordará las preocupaciones ambientales complementarias. Este programa se divide en tres subprogramas.

Programa para la Iniciativa Empresarial y la Innovación

Apoyará actividades horizontales para mejorar, fomentar y promover la innovación (incluida la innovación ecológica) en las empresas. Incluirá el fomento de la innovación sectorial, de los clústers, de las asociaciones público-privadas de innovación y la aplicación de la gestión de innovación. Contribuirá igualmente a la prestación de servicios de apoyo a la innovación a nivel regional, especialmente para la transferencia transnacional de conocimientos y tecnologías, y la gestión de la propiedad intelectual e industrial.

Programa Político de Ayuda a las TIC

Este programa fomentará la adopción de las TIC por los ciudadanos, las empresas y los gobiernos y aspirará a intensificar la inversión pública en las tecnologías de la información y las comunicaciones. El Programa se basará en las lecciones aprendidas con programas como eTen, eContent y los programas MODINIS, intentando mejorar las sinergias entre ellos y el impacto de los mismos. El CIP apoyará acciones encaminadas a desarrollar el espacio único europeo de la información y a consolidar el mercado interior de productos y servicios de la información. Tendrá como objetivo fomentar la innovación, ampliando la adopción de las TIC y las inversiones en las mismas para desarrollar una sociedad de la información exclusiva y unos servicios más eficaces en los ámbitos de interés público, y para mejorar la calidad de vida.

Programa Energía Inteligente-Europa

Este programa aspira a acelerar las acciones en relación con la estrategia y los objetivos comunitarios acordados en el ámbito de la energía sostenible y, especialmente, a facilitar el desarrollo y la aplicación del marco reglamentario en materia de energía; aspira igualmente a incrementar el nivel de inversiones en tecnologías nuevas y más rentables y a aumentar la incorporación y la demanda de la eficiencia energética, las fuentes de energías renovables y la diversificación energética, también en el transporte,

mediante la sensibilización y mejor conocimiento entre los agentes clave dentro de la UE.

Más información

CDTI
Calle Cid, 4, 28001 Madrid
Tel.: 91 581 55 00 / 91 209 55 00
Fax: 91 581 55 94 ● Web: www.cdti.es

e+: Proyectos Internacionales de Cooperación Tecnológica

Los proyectos internacionales de I+D+i liderados por empresas, tanto a nivel multilateral (Eureka e Iberoeka), como bilateral, permiten a las empresas españolas reforzar sus capacidades tecnológicas, ampliando al mismo tiempo el impacto de sus productos, procesos y servicios en los mercados globales.

Ayuda: La modalidad de ayuda al proyecto será una Ayuda Parcialmente Reembolsable, de hasta un máximo del 75% del presupuesto total aprobado, con un tramo reembolsable y un tramo no reembolsable.

Más información

CDTI
Calle Cid, 4, 28001 Madrid
Tel.: 91 581 55 00 / 91 209 55 00
Fax: 91 581 55 94 ● Web: www.cdti.es

EUROSTARS

EUROSTARS está orientado a la generación de proyectos de I+D en consorcio liderados por pymes intensivas en I+D. Dichos proyectos deben representar una ruptura con el estado del arte técnico y un reto comercial tales que permitan a estas empresas dar un salto cualitativo importante en su posición en el mercado.

Ayuda: Las entidades participantes en los proyectos EUROSTARS reciben las ayudas a nivel nacional por medio de sus agencias financiadoras. Los costes elegibles y los requisitos para su concesión son definidos en cada país por dichas agencias.

Más información

CDTI
Calle Cid, 4, 28001 Madrid
Tel.: 91 581 55 00 / 91 209 55 00
Fax: 91 581 55 94 ● Web: www.cdti.es

8. MINISTERIO DE ECONOMÍA Y HACIENDA

Programas de Conversión de Deuda por Acciones

La conversión de deuda por inversiones son acuerdos bilaterales mediante los cuales España cancela una parte de la deuda que mantiene un deudor con España, mientras que el país deudor se compromete a utilizar los recursos liberados en proyectos que puedan ayudar al desarrollo económico y social del país. De este modo, los recursos liberados con la cancelación de la deuda sirven para promover inversiones en ese mismo país. Se distinguen dos tipos de acuerdos de conversión de deuda por inversiones:

Programas de conversión de deuda en inversiones privadas a disposición de las empresas españolas

En estos programas la obligación de pago del país deudor se transforma en inversiones privadas realizadas, con frecuencia, por empresas del país acreedor.

Programas de conversión de deuda en inversiones públicas a disposición de las empresas y ONG españolas

En estos programas la obligación de pago del país deudor se transforma en inversiones públicas de interés social para el deudor. Se articulan a través de la constitución de fondos por el contravalor en moneda local de la deuda (o parte de la deuda) condonada cuyos recursos se dedicarán a financiar proyectos.

Más información

Ministerio de Economía y Hacienda
C/ Alcalá, 5, 28014 Madrid
Tel.: 900 567 765 ● Web: www.meh.es

porque incorporan un elemento de liberalidad o una donación implícita determinada, para la adquisición de bienes y servicios necesarios para su desarrollo.

Más información

Ministerio de Industria, Turismo y Comercio
Paseo de la Castellana, 160, 28071 Madrid
Tel.: 902 446 006 ● Web: www.mityc.es

9. MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO

Apoyo Financiero en Términos Concesionales, los Créditos FAD

Los créditos FAD son créditos concesionales otorgados a países en desarrollo para la financiación de proyectos a realizar por empresas españolas que vayan equipados con bienes y servicios españoles. De esta forma se facilita la penetración de empresas españolas en nuevos mercados y el conocimiento de sus productos, otorgando para sus proyectos unas condiciones de financiación muy ventajosas, que hacen su oferta más competitiva. Los países en desarrollo acceden a unas condiciones financieras concesionales, es decir, más favorables a las de mercado,

ACUERDOS DE PROMOCIÓN Y PROTECCIÓN RECÍPROCA DE INVERSIONES (APPRI)

Naturaleza y objetivo

Los APPRI son tratados bilaterales de naturaleza recíproca que contienen medidas y cláusulas destinadas a proteger, en el plano del derecho internacional, las inversiones realizadas por los inversores de cada Estado Parte en el territorio del otro Estado Parte.

Su objetivo es proporcionar un ambiente estable y favorable a la inversión que permita reducir los factores de incertidumbre política y jurídica que a veces afectan al desarrollo de los proyectos de inversión a los que se suele enfrentar la empresa en el exterior.

La noción de riesgo político es un elemento clave para el inversor, en particular en aquellos sectores que requieren la realización de importantes inversiones. Suscritos principalmente con países no OCDE, su objetivo es precisamente minimizar los riesgos políticos y proporcionar una mayor seguridad jurídica al inversor mediante el reconocimiento, por los dos países signatarios, de determinadas obligaciones y garantías a las inversiones efectuadas en ambos sentidos. La cobertura de protección otorgada por los APPRI se aplica a la fase del post-establecimiento de la inversión, una vez que la misma se ha realizado de conformidad con la legislación del país receptor.

Los APPRI constituyen, junto con otras medidas de índole financiero y fiscal, un instrumento básico de la acción

institucional de la Secretaría de Estado de Comercio y Turismo en el contexto de los planes de apoyo a la internacionalización de la empresa española.

Contenido

Definidos el ámbito de aplicación material (definición de inversión) y personal (definición de inversor), se recogen los estándares obligatorios de tratamiento y protección que ambos Estados deberán cumplir respecto a las inversiones realizadas en su territorio por los inversores del otro Estado. Las disposiciones y cláusulas habitualmente contenidas en un APPRI son:

Tratamiento justo y equitativo de conformidad con el derecho internacional.

Plena protección y seguridad y prohibición de medidas injustificadas y discriminatorias.

No discriminación: tratamiento nacional (TN) y de nación más favorecida (NMF). En términos generales, con la excepción de los privilegios concedidos a terceros a través de procesos de integración económica regional, de los convenios para evitar la doble imposición y de la legislación fiscal interna, la inversión española recibirá un trato no menos favorable que la del inversor local o que la de los inversores de un tercer país.

Las medidas de expropiación, nacionalización u otras, cuyos efectos sean similares a la expropiación, sólo podrán adoptarse de manera no discriminatoria, por razones de interés público y mediante el pago de una indemnización pronta, adecuada y efectiva.

TN y NMF respecto a cualesquiera compensaciones por pérdidas en la inversión debidas a guerra, revolución o conflictos similares.

Derecho a la libre transferencia del capital, beneficios y de otros pagos relacionados con la inversión.

Cumplimiento de obligaciones contractuales contraídas con el inversor por el Estado receptor de la inversión.

Mecanismos para resolver, mediante arbitraje internacional, las posibles controversias que pudieran surgir:

- Entre los dos Estados Parte en un APPRI sobre la interpretación o aplicación del acuerdo y
- Entre el inversor y el Estado receptor de la inversión respecto al incumplimiento por parte de este último de las obligaciones contenidas en el Acuerdo. Dos suelen ser las opciones de arbitraje internacional ofrecidas al inversor:

La *ad hoc*, de conformidad con las reglas de arbitraje de la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional (CNUDMI) (<http://www.uncitral.org>), y

La institucional, siendo dos, asimismo, las posibles modalidades arbitrales incluidas en la mayoría de

los acuerdos, la Cámara de Comercio Internacional de París (CCI) (<http://www.iccwbo.org>) y el Centro Internacional de Arreglo de Diferencias Relativas a Inversiones con sede en Washington (CIADI) (<http://www.worldbank.org/icsid>).

Duración y terminación

En los APPRI firmados por España, la fórmula comúnmente utilizada es prever que, después del intercambio de notificaciones entre ambos Estados comunicándose la ratificación del Acuerdo, éste entre en vigor y se mantenga vigente por un período inicial de diez años, generalmente renovable por períodos consecutivos de dos años a menos que sea denunciado por cualquiera de los dos Estados con un preaviso de seis meses antes de la fecha de expiración del período de validez en curso.

Algunos APPRI se apartan de la fórmula de renovación antes mencionada y disponen que, transcurrido el período inicial de validez, el Acuerdo continuará en vigor indefinidamente a menos que se denuncie con un preaviso de seis meses.

Adicionalmente, todos los APPRI contienen una «cláusula de remanencia» por la que, durante los diez años posteriores a la denuncia del Acuerdo, sus disposiciones continuarán aplicándose a las inversiones que se hayan efectuado antes de la denuncia.

LISTA DE LOS APPRI EN VIGOR
ACUERDOS DE PROMOCIÓN Y PROTECCIÓN RECÍPROCA DE INVERSIONES
 (19 de agosto de 2010)

BANDERA	PAÍS	FIRMA	ENTRADA EN VIGOR	BOE
	ALBANIA	05-06-03	14-01-04	13-02-04
	ARGELIA	03-12-94	17-01-96	08-03-96
	ARGENTINA	03-10-91	28-09-92	18-11-92
	ARMENIA ¹	26-10-90	28-11-91	17-12-91
	AZERBAIJÁN ¹	26-10-90	28-11-91	17-12-91
	BIELORRUSIA	26-10-90	28-11-91	17-12-91
	BOLIVIA	29-10-01	09-07-02	15-10-02
	BOSNIA-HERZEGOVINA	25-04-02	21-05-03	03-07-03
	BULGARIA	04-09-95	22-04-98	16-06-98
	COLOMBIA	31-03-05	22-09-07	12-09-07
	COREA DEL SUR	17-01-94	19-07-94	13-12-94
	COSTA RICA	08-07-97	09-06-99	17-07-99
	CROACIA	21-07-97	17-09-98	29-10-98
	CUBA	27-05-94	09-06-95	18-11-95
	CHEQUIA ²	12-12-90	28-11-91	07-02-92
	CHILE	02-10-91	28-03-94	19-03-94
	CHINA	14-11-05	01-07-08	08-07-08
	ECUADOR	26-06-96	18-06-97	10-04-98
	EGIPTO	03-11-92	26-04-94	30-06-94

[Continúa]

LISTA DE LOS APPRI EN VIGOR
ACUERDOS DE PROMOCIÓN Y PROTECCIÓN RECÍPROCA DE INVERSIONES
 (19 de agosto de 2010) (continuación)

BANDERA	PAÍS	FIRMA	ENTRADA EN VIGOR	BOE
	EL SALVADOR	14-02-95	20-02-96	10-05-96
	ESLOVAQUIA ²	12-12-90	28-11-91	07-02-92
	ESLOVENIA	15-07-98	03-04-00	11-05-00
	ESTONIA	11-11-97	01-07-98	15-07-98
	FILIPINAS	19-10-93	21-09-94	17-11-94
	GABÓN	02-03-95	12-12-01	25-01-02
	GEORGIA ¹	26-10-90	28-11-91	17-12-91
	GUATEMALA	09-12-02	21-05-04	17-06-04
	GUINEA ECUATORIAL ³	22-11-03	22-11-03	12-01-04
	HONDURAS	18-03-94	23-05-96	20-07-96
	HUNGRÍA	09-11-89	01-08-92	09-09-92
	INDIA	30-09-97	15-12-98	03-02-99
	INDONESIA	30-05-95	18-12-96	05-02-97
	IRÁN	29-10-02	13-07-04	10-08-04
	JAMAICA	13-03-02	25-11-02	13-01-03
	JORDANIA	20-10-99	13-12-00	10-01-01
	KAZAJSTÁN	23-03-94	22-06-95	30-04-96
	KIRGUIZISTÁN ¹	26-10-90	28-11-91	17-12-91
	KUWAIT	08-09-05	08-03-08	01-04-08

[Continúa]

LISTA DE LOS APPRI EN VIGOR
ACUERDOS DE PROMOCIÓN Y PROTECCIÓN RECÍPROCA DE INVERSIONES
 (19 de agosto de 2010) (continuación)

BANDERA	PAÍS	FIRMA	ENTRADA EN VIGOR	BOE
	LETONIA	26-10-95	14-03-97	05-06-97
	LÍBANO	22-02-96	29-04-97	22-05-97
	LIBIA	17-12-07	01-08-09	01-10-09
	LITUANIA	06-07-94	22-12-95	25-01-96
	MACEDONIA	20-06-05	30-01-07	19-02-07
	MALASIA	04-04-95	16-02-96	08-03-96
	MARRUECOS	11-12-97	13-04-05	11-04-05
	MÉXICO	10-10-08	03-04-08	03-04-08
	MOLDAVIA	11-05-06	17-01-07	12-02-07
	MONTENEGRO ⁵	25-06-02	03-06-06	04-08-10
	NAMIBIA	21-02-03	28-06-04	18-08-04
	NICARAGUA	16-03-94	28-03-95	25-04-95
	NIGERIA	09-07-02	19-01-06	11-02-06
	PAKISTÁN	15-09-94	26-04-96	12-06-96
	PANAMÁ	10-11-97	31-07-98	23-10-98
	PARAGUAY	11-10-93	22-11-96	09-01-97
	PERÚ	17-11-94	16-02-96	08-03-96
	POLONIA	30-07-92	01-05-93	04-06-93
	REPÚBLICA DOMINICANA	16-03-95	07-10-96	22-11-96

[Continúa]

LISTA DE LOS APPRI EN VIGOR
ACUERDOS DE PROMOCIÓN Y PROTECCIÓN RECÍPROCA DE INVERSIONES
 (19 de agosto de 2010) (continuación)

BANDERA	PAÍS	FIRMA	ENTRADA EN VIGOR	BOE
	RUMANÍA	25-01-95	07-12-95	23-11-95
	RUSIA ¹	26-10-90	28-11-91	17-12-91
	SERBIA ⁴	25-06-02	31-03-04	04-06-04
	SIRIA	20-10-03	14-12-04	18-02-05
	SUDÁFRICA	30-09-98	23-12-99	31-01-00
	TAJIKISTÁN ¹	26-10-90	28-11-91	17-12-91
	TRINIDAD Y TOBAGO	03-07-99	17-09-04	19-10-04
	TÚNEZ	28-05-91	20-06-94	20-07-94
	TURKMENISTÁN ¹	26-10-90	28-11-91	17-12-91
	TURQUÍA	15-02-95	03-03-98	24-03-98
	UCRANIA	26-02-98	13-03-00	05-05-00
	URUGUAY	07-04-92	06-05-94	27-05-94
	UZBEKISTÁN	28-01-03	03-12-03	31-03-04
	VENEZUELA	02-11-95	10-09-97	13-10-97

¹ De acuerdo con la Declaración de Alma-Ata de diciembre de 1991, los Estados sucesores de la URSS, que tras la extinción de la URSS se integraron en la Comunidad de Estados Independientes (CEI), han asumido el cumplimiento de las obligaciones internacionales derivadas de los tratados y acuerdos concluidos por la antigua Unión Soviética. En consecuencia, a excepción de Kazajstán, Ucrania, Uzbekistán y Moldavia, con los que después de 1991 España ha firmado nuevos APPRI, el APPRI con la URSS continúa siendo de aplicación en Armenia, Azerbaijón, Bielorrusia, Georgia, Kirguizistán, Rusia, Tayikistán y Turkmenistán.

² Chequia y Eslovaquia se han prorrogado en el APPRI entre España y Checoslovaquia en vigor desde el 28 de noviembre de 1991.

³ El APPRI entre España y Guinea Ecuatorial se aplica provisionalmente desde la fecha de su firma.

⁴ Serbia es, conforme al derecho internacional, el Estado obligado por el APPRI concluido con el Reino de España por la República Federal de Yugoslavia el 25 de febrero de 2002 al ser la sucesora legal de la Antigua Yugoslavia y de la Unión Estatal de Serbia y Montenegro.

⁵ El 19 de mayo y 11 de junio de 2010, España y Montenegro se intercambiaron Notas sobre el mantenimiento de la aplicación por la República de Montenegro de los tratados bilaterales concluidos entre España y la Antigua Yugoslavia o Serbia y Montenegro, entre ellos el APPRI concluido con la República Federal de Yugoslavia.

CONVENIOS DE DOBLE IMPOSICIÓN

Son acuerdos internacionales para evitar la doble imposición y prevenir la evasión fiscal en materia de Impuesto sobre la renta y normalmente sobre el Impuesto sobre patrimonio. En la actualidad España tiene firmados convenios para evitar la doble imposición con 87 países, estando en vigor 74 de ellos. Los otros 13 se encuentran en distintas fases de tramitación.

PLANES INTEGRALES DE DESARROLLO DE MERCADOS (PIDM)

Los Planes Integrales de Desarrollo de Mercados (PIDM), es una iniciativa puesta en marcha por el Gobierno español con el objetivo de incentivar las relaciones económicas y comerciales entre España y una serie de países considerados prioritarios en base a su potencial e interés estratégico. Están destinados a reforzar la imagen de los productos y empresas españolas en el extranjero y a incrementar los flujos turísticos que, con origen en estas naciones, tienen su destino en España. Además, se pretende conseguir la participación de empresas españolas en dichos mercados en los sectores de energía, tecnologías de la información o transporte, productos agroalimentarios y bienes de consumo. En la actualidad, son nueve los Planes que están vigentes: Brasil, China, Rusia, México, EE.UU., India, Argelia, Marruecos y Japón.

Más información en
<http://www.icex.es>

INDICADORES ECONÓMICOS INTERNACIONALES

PIB per cápita nominal y población. Año 2010

	País	PIB (miles de millones de \$)	Población (millones de personas)	PIB per cápita (\$/persona)
1	Alemania	3.286,45	81,60	40.273,52
2	Arabia Saudí	448,36	27,56	16.266,74
3	Argelia	157,76	36,13	4.365,94
4	Argentina	369,99	40,52	9.131,33
5	Armenia	9,37	3,30	2.840,43
6	Australia	1.237,36	22,23	55.671,62
7	Austria	377,38	8,39	44.988,16
8	Bangladesh	105,56	164,43	641,99
9	Bélgica	467,78	10,92	42.844,77
10	Bolivia	19,81	10,43	1.900,00
11	Bosnia-Herzegovina	16,53	3,90	4.241,77
12	Brasil	2.090,31	193,25	10.816,49
13	Bulgaria	47,70	7,51	6.356,12
14	Camerún	22,52	20,42	1.102,74
15	Canadá	1.577,04	34,06	46.302,67
16	Chile	203,30	17,19	11.826,57
17	China	5.878,26	1.341,41	4.382,14
18	Chipre	23,17	0,80	28.854,41
19	Colombia	289,43	45,51	6.359,56
20	Corea	1.014,48	48,88	20.756,25
21	Costa Rica	35,79	4,65	7.701,45
22	Croacia	60,83	4,42	13.775,90
23	Dinamarca	309,87	5,54	55.985,62
24	Ecuador	57,98	14,79	3.920,80
25	Egipto	218,47	77,80	2.808,04
26	Emiratos Árabes Unidos	302,04	5,22	57.884,23
27	Eslovaquia	87,45	5,43	16.103,99
28	Eslovenia	47,73	2,02	23.648,37
29	España	1.409,95	46,02	30.639,30
30	Estados Unidos de América	14.526,55	310,00	46.860,24

[Continúa]

	País	PIB (miles de millones de \$)	Población (millones de personas)	PIB per cápita (\$/persona)
31	Estonia	19,25	1,34	14.404,74
32	Filipinas	199,59	94,01	2.123,01
33	Finlandia	239,18	5,38	44.495,69
34	Francia	2.562,74	62,96	40.704,35
35	Grecia	305,42	11,18	27.310,68
36	Guatemala	41,18	14,36	2.867,23
37	Hong Kong	224,46	7,12	31.514,20
38	Hungría	130,42	10,01	13.023,86
39	India	1.631,97	1.190,52	1.370,80
40	Indonesia	706,75	237,64	2.974,03
41	Irlanda	206,99	4,47	46.298,08
42	Islandia	12,59	0,32	39.025,70
43	Israel	217,45	7,43	29.264,07
44	Italia	2.055,11	60,34	34.058,72
45	Japón	5.458,80	127,59	42.782,52
46	Letonia	24,01	2,25	10.680,31
47	Libia	71,34	6,56	10.872,85
48	Lituania	36,37	3,29	11.045,77
49	Luxemburgo	55,20	0,51	108.951,72
50	Macedonia	9,21	2,06	4.482,77
51	Malasia	237,96	28,25	8.423,18
52	Malta	8,27	0,42	19.706,54
53	Marruecos	91,14	31,85	2.861,29
54	Mauritania	3,63	3,18	1.141,37
55	México	1.034,31	108,63	9.521,65
56	Montenegro	4,02	0,63	6.417,19
57	Mozambique	9,50	21,59	439,88
58	Namibia	11,70	2,12	5.517,73
59	Nicaragua	6,55	5,82	1.126,55
60	Noruega	412,99	4,91	84.143,69
61	Nueva Zelanda	140,51	4,37	32.162,57

[Continúa]

País	PIB (miles de millones de \$)	Población (millones de personas)	PIB per cápita (\$/persona)
62 Países Bajos	780,67	16,62	46.985,76
63 Pakistán	176,87	171,73	1.029,93
64 Panamá	26,81	3,53	7.601,20
65 Paraguay	18,43	6,40	2.878,34
66 Perú	153,80	29,55	5.204,54
67 Polonia	469,40	38,09	12.322,77
68 Portugal	229,15	10,64	21.541,64
69 Reino Unido	2.250,21	62,22	36.164,10
70 República Checa	192,03	10,51	18.276,67
71 República Dominicana	51,63	9,88	5.226,77
72 Rumanía	161,63	21,43	7.542,25
73 Rusia	1.479,83	142,90	10.355,67
74 Serbia	38,01	7,40	5.138,91
75 Singapur	222,70	5,17	43.116,69
76 Sudáfrica	363,66	49,99	7.274,42
77 Suecia	458,73	9,33	49.183,02
78 Suiza	527,92	7,79	67.778,53
79 Tailandia	318,91	63,88	4.992,43
80 Taiwán	429,85	23,16	18.558,09
81 Túnez	44,28	10,54	4.199,35
82 Turquía	735,49	71,34	10.309,46
83 Uruguay	40,27	3,36	11.997,90
84 Venezuela	293,27	29,18	10.049,19
85 Vietnam	103,57	88,26	1.173,55

Fuente: *International Monetary Fund, World Economic Outlook Database, September 2011.*

Facilidad de hacer negocios¹

País	Clasificación
1 Singapur	1
2 Hong Kong	2
3 Nueva Zelanda	3
4 Estados Unidos de América	4
5 Dinamarca	5
6 Noruega	6
7 Reino Unido	7
8 Corea	8
9 Islandia	9
10 Irlanda	10
11 Finlandia	11
12 Arabia Saudí	12
13 Canadá	13
14 Suecia	14
15 Australia	15
16 Tailandia	17
17 Malasia	18
18 Alemania	19
19 Japón	20
20 Letonia	21
21 Macedonia	22
22 Estonia	24
23 Taiwán	25
24 Suiza	26
25 Lituania	27
26 Bélgica	28
27 Francia	29
28 Portugal	30
29 Países Bajos	31
30 Austria	32
31 Emiratos Árabes Unidos	33
32 Israel	34
33 Sudáfrica	35
34 Eslovenia	37
35 Chile	39
36 Chipre	40
37 Perú	41

[Continúa]

País	Clasificación
38 Colombia	42
39 España	44
40 Túnez	46
41 Eslovaquia	48
42 Luxemburgo	50
43 Hungría	51
44 México	53
45 Armenia	55
46 Montenegro	56
47 Bulgaria	59
48 Panamá	61
49 Polonia	62
50 República Checa	64
51 Turquía	71
52 Rumanía	72
53 Namibia	78
54 Croacia	80
55 Italia	87
56 Uruguay	90
57 China	91
58 Serbia	92
59 Marruecos	94
60 Guatemala	97
61 Vietnam	98
62 Grecia	100
63 Paraguay	102
64 Pakistán	105
65 República Dominicana	108
66 Egipto	110
67 Argentina	113
68 Nicaragua	118
69 Rusia	120
70 Costa Rica	121
71 Bangladesh	122
72 Bosnia-Herzegovina	125
73 Brasil	126
74 Indonesia	129

País	Clasificación
75 Ecuador	130
76 India	132
77 Filipinas	136
78 Mozambique	139
79 Argelia	148
80 Bolivia	153
81 Mauritania	159
82 Camerún	161
83 Venezuela	177

¹ Clasifica a 181 economías de todo el mundo. Un menor número en la clasificación indica una mayor facilidad de hacer negocios.

Nota: Todas las clasificaciones de *Doing Business 2011* han sido recalculados para reflejar los cambios en la metodología. Para el pago de los impuestos, las economías que tienen tasas fiscales totales por debajo del 32,5% en el *Doing Business 2012* se les asigna una tasa impositiva total del 32,5% para el cálculo de la clasificación. En el *Doing Business 2011*, la tasa impositiva total es del 32,7%.

Fuente: *Doing Business 2011 Report*.

[Continúa]

Apertura de una empresa¹

	País	Clasificación	Número de procedimientos	Tiempo (días)	Coste (% del ingreso per cápita)	Capital mínimo (% del ingreso per cápita)
1	Nueva Zelanda	1	1	1	0,4	0,0
2	Australia	2	2	2	0,7	0,0
3	Canadá	3	1	5	0,4	0,0
4	Singapur	4	3	3	0,7	0,0
5	Hong Kong	5	3	3	1,9	0,0
6	Macedonia	6	3	3	2,4	0,0
7	Armenia	10	3	8	2,9	0,0
8	Arabia Saudí	10	3	5	5,9	0,0
9	Irlanda	13	4	13	0,4	0,0
10	Estados Unidos de América	13	6	6	1,4	0,0
11	Taiwán	16	3	10	2,5	0,0
12	Reino Unido	19	6	13	0,7	0,0
13	Egipto	21	6	7	5,6	0,0
14	Corea	24	5	7	14,6	0,0
15	Francia	25	5	7	0,9	0,0
16	Portugal	26	5	5	2,3	0,0
17	Chile	27	7	7	5,1	0,0
18	Eslovenia	28	2	6	0,0	43,6
19	Panamá	29	6	8	9,9	0,0
20	Dinamarca	31	4	6	0,0	25,0
21	Uruguay	32	5	7	24,9	0,0
22	Chipre	33	6	8	13,1	0,0
23	Bélgica	36	3	4	5,2	18,9
24	Islandia	37	5	5	3,3	12,6
25	Finlandia	39	3	14	1,0	7,3
26	Hungría	39	4	4	7,6	9,7
27	Noruega	41	5	7	1,8	19,4
28	Emiratos Árabes Unidos	42	7	13	5,6	0,0
29	Israel	43	5	34	4,4	0,0
30	Estonia	44	5	7	1,8	24,4
31	Sudáfrica	44	5	19	0,3	0,0
32	Suecia	46	3	15	0,6	14,0
33	Montenegro	47	6	10	1,8	0,0
34	Bulgaria	49	4	18	1,5	0,0

[Continúa]

	País	Clasificación	Número de procedimientos	Tiempo (días)	Coste (% del ingreso per cápita)	Capital mínimo (% del ingreso per cápita)
35	Malasia	50	4	6	16,4	0,0
36	Letonia	51	4	16	2,6	0,0
37	Perú	55	5	26	11,9	0,0
38	Túnez	56	10	11	4,2	0,0
39	Turquía	61	6	6	11,2	8,7
40	Rumanía	63	6	14	3,0	0,8
41	Colombia	65	9	14	8,0	0,0
42	Croacia	67	6	7	8,6	13,8
43	Mozambique	70	9	13	11,7	0,0
44	México	75	6	9	11,2	8,4
45	Eslovaquia	76	6	18	1,8	20,9
46	Italia	77	6	6	18,2	9,9
47	Tailandia	78	5	29	6,2	0,0
48	Países Bajos	79	6	8	5,5	50,4
49	Luxemburgo	81	6	19	1,9	21,2
50	Suiza	85	6	18	2,1	26,9
51	Bangladesh	86	7	19	30,6	0,0
52	Pakistán	90	10	21	11,2	0,0
53	Serbia	92	7	13	7,8	6,0
54	Marruecos	93	6	12	15,7	10,7
55	Alemania	98	9	15	4,6	0,0
56	Lituania	101	6	22	2,8	35,7
57	Vietnam	103	9	44	10,6	0,0
58	Paraguay	106	7	35	47,2	0,0
59	Japón	107	8	23	7,5	0,0
60	Rusia	111	9	30	2,0	1,6
61	Brasil	120	13	119	5,4	0,0
62	Costa Rica	122	12	60	11,1	0,0
63	Namibia	125	10	66	17,2	0,0
64	Polonia	126	6	32	17,3	14,0
65	Camerún	128	5	15	45,5	182,9
66	Nicaragua	130	8	39	107,9	0,0
67	España	133	10	28	4,7	13,2
68	Austria	134	8	28	5,2	52,0
69	Grecia	135	10	10	20,1	22,8
70	República Checa	138	9	20	8,4	30,7

[Continúa]

País	Clasificación	Número de procedimientos	Tiempo (días)	Coste (% del ingreso per cápita)	Capital mínimo (% del ingreso per cápita)
71 República Dominicana	140	7	19	18,2	55,7
72 Argentina	146	14	26	11,9	2,2
73 Venezuela	147	17	141	26,1	0,0
74 China	151	14	38	3,5	100,4
75 Argelia	153	14	25	12,1	30,6
76 Indonesia	155	8	45	17,9	46,6
77 Filipinas	158	15	35	19,1	5,2
78 Mauritania	159	9	19	48,3	334,9
79 Bosnia-Herzegovina	162	12	40	17,0	29,4
80 Ecuador	164	13	56	28,8	4,3
81 Guatemala	165	12	37	52,5	22,3
82 India	166	12	29	46,8	149,6
83 Bolivia	169	15	50	90,4	2,3

¹ Evalúa la facilidad para abrir una empresa en base al número de procedimientos, tiempo (días), coste (% del ingreso per cápita) y capital mínimo (% del ingreso per cápita) requeridos. Clasifica a 181 economías de todo el mundo. Un menor número en la clasificación indica una mayor facilidad para abrir una empresa.

Nota: Todas las clasificaciones de *Doing Business 2011* han sido recalculados para reflejar los cambios en la metodología. Para el pago de los impuestos, las economías que tienen tasas fiscales totales por debajo del 32,5% en el *Doing Business 2012* se les asigna una tasa impositiva total del 32,5% para el cálculo de la clasificación. En el *Doing Business 2011*, la tasa impositiva total es del 32,7%.

Fuente: Informe *Doing Business 2011*.

Índice de fortaleza de protección de inversores¹

País	Clasificación	País	Clasificación
1 Nueva Zelanda	1	37 Australia	65
2 Singapur	2	38 República Dominicana	65
3 Hong Kong	3	39 Estonia	65
4 Malasia	4	40 Finlandia	65
5 Canadá	5	41 Italia	65
6 Colombia	5	42 Letonia	65
7 Irlanda	5	43 Lituania	65
8 Israel	5	44 Paraguay	65
9 Estados Unidos de América	5	45 Turquía	65
10 Sudáfrica	10	46 Argelia	79
11 Reino Unido	10	47 Brasil	79
12 Tailandia	13	48 Egipto	79
13 Bélgica	17	49 Francia	79
14 Japón	17	50 Corea	79
15 Macedonia	17	51 Namibia	79
16 Perú	17	52 Serbia	79
17 Arabia Saudí	17	53 Taiwán	79
18 Bangladesh	24	54 Armenia	97
19 Noruega	24	55 Bosnia-Herzegovina	97
20 Eslovenia	24	56 China	97
21 Chile	29	57 República Checa	97
22 Chipre	29	58 Alemania	97
23 Dinamarca	29	59 Marruecos	97
24 Montenegro	29	60 Nicaragua	97
25 Pakistán	29	61 España	97
26 Suecia	29	62 Uruguay	97
27 Bulgaria	46	63 Argentina	111
28 Islandia	46	64 Países Bajos	111
29 India	46	65 Panamá	111
30 Indonesia	46	66 Rusia	111
31 México	46	67 Eslovaquia	111
32 Mozambique	46	68 Camerún	122
33 Polonia	46	69 Hungría	122
34 Portugal	46	70 Luxemburgo	122
35 Rumanía	46	71 Emiratos Árabes Unidos	122
36 Túnez	46	72 Austria	133

[Continúa]

[Continúa]

	País	Clasificación
73	Bolivia	133
74	Croacia	133
75	Ecuador	133
76	Guatemala	133
77	Filipinas	133
78	Mauritania	147
79	Grecia	155
80	Costa Rica	166
81	Suiza	166
82	Vietnam	166
83	Venezuela	179

¹ Mide el grado de protección de los accionistas minoritarios contra el uso fraudulento de los activos de la compañía por parte de los directores. Clasifica a 181 economías de todo el mundo. Un menor número en la clasificación indica un mayor grado de protección de los inversores.

Nota: Todas las clasificaciones de *Doing Business 2011* han sido recalculados para reflejar los cambios en la metodología. Para el pago de los impuestos, las economías que tienen tasas fiscales totales por debajo del 32,5% en el *Doing Business 2012* se les asigna una tasa impositiva total del 32,5% para el cálculo de la clasificación. En el *Doing Business 2011*, la tasa impositiva total es del 32,7%.

Fuente: Informe *Doing Business 2011*.

Derechos de propiedad¹

País	Puntuación
1 Finlandia	6,4
2 Suiza	6,4
3 Singapur	6,4
4 Luxemburgo	6,3
5 Suecia	6,2
6 Hong Kong	6,1
7 Dinamarca	6,0
8 Reino Unido	6,0
9 Canadá	6,0
10 Irlanda	6,0
11 Francia	5,9
12 Austria	5,9
13 Noruega	5,9
14 Taiwán	5,8
15 Nueva Zelanda	5,8
16 Países Bajos	5,8
17 Alemania	5,7
18 Japón	5,7
19 Puerto Rico	5,6
20 Arabia Saudí	5,6
21 Australia	5,6
22 Chipre	5,4
23 Namibia	5,4
24 Bélgica	5,4
25 Malasia	5,3
26 Estonia	5,3
27 Sudáfrica	5,3
28 Israel	5,3
29 Malta	5,3
30 Islandia	5,2
31 Estados Unidos de América	5,1
32 Uruguay	5,1
33 China	5,0
34 Chile	5,0
35 España	4,9
36 Túnez	4,9
37 Emiratos Árabes Unidos	4,8

[Continúa]

País	Puntuación
38 Portugal	4,8
39 Panamá	4,8
40 Montenegro	4,7
41 Corea	4,6
42 Polonia	4,5
43 Grecia	4,5
44 Brasil	4,4
45 Eslovenia	4,4
46 Marruecos	4,4
47 Lituania	4,3
48 Hungría	4,3
49 Consta Rica	4,3
50 India	4,3
51 Italia	4,2
52 Turquía	4,2
53 Letonia	4,1
54 Egipto	4,1
55 República Checa	4,1
56 Eslovaquia	4,1
57 México	4,0
58 Indonesia	4,0
59 Rumania	3,9
60 Croacia	3,9
61 Colombia	3,9
62 República Dominicana	3,9
63 Perú	3,9
64 Armenia	3,8
65 Vietnam	3,7
66 Bangladesh	3,7
67 Macedonia	3,7
68 Camerún	3,6
69 Filipinas	3,6
70 Guatemala	3,6
71 Tailandia	3,6
72 Mauritania	3,6
73 Mozambique	3,5
74 Pakistán	3,4

[Continúa]

Carga de regulación gubernamental¹

País	Puntuación
75 Bulgaria	3,3
76 Nicaragua	3,2
77 Ecuador	3,2
78 Serbia	3,1
79 Argelia	3,1
80 Paraguay	3,0
81 Bosnia-Herzegovina	2,9
82 Rusia	2,8
83 Argentina	2,8
84 Bolivia	2,7
85 Venezuela	1,7

¹ Los derechos de propiedad de un país están: Pobremente definidos y no protegidos por la ley = 1 o Claramente definidos y bien protegidos por la ley = 7.

Fuente: Informe *The Global Competitiveness Report 2011-2012* (World Economic Forum).

País	Puntuación
1 Singapur	5,6
2 Hong Kong	5,0
3 Malasia	4,4
4 Arabia Saudí	4,4
5 Finlandia	4,4
6 Emiratos Árabes Unidos	4,4
7 Estonia	4,3
8 Islandia	4,1
9 Suiza	4,1
10 Montenegro	4,0
11 Dinamarca	4,0
12 Nueva Zelanda	4,0
13 China	3,9
14 Mauritania	3,9
15 Chipre	3,9
16 Suecia	3,9
17 Túnez	3,8
18 Taiwán	3,8
19 Chile	3,6
20 Guatemala	3,6
21 Mozambique	3,6
22 Luxemburgo	3,6
23 Indonesia	3,6
24 Tailandia	3,6
25 Canadá	3,5
26 Austria	3,5
27 Paraguay	3,5
28 Países Bajos	3,5
29 Armenia	3,5
30 Panamá	3,4
31 Estados Unidos de América	3,4
32 Irlanda	3,4
33 Namibia	3,4
34 Marruecos	3,3
35 Israel	3,3
36 Letonia	3,3
37 Noruega	3,3

[Continúa]

País	Puntuación
38 Nicaragua	3,2
39 Japón	3,2
40 Bolivia	3,2
41 Australia	3,2
42 Pakistán	3,2
43 Macedonia	3,2
44 Uruguay	3,1
45 Reino Unido	3,1
46 Costa Rica	3,1
47 Bulgaria	3,1
48 Alemania	3,0
49 Bangladesh	3,0
50 Camerún	3,0
51 Turquía	3,0
52 Eslovenia	3,0
53 Egipto	3,0
54 India	3,0
55 Ecuador	2,9
56 Colombia	2,9
57 México	2,9
58 República Dominicana	2,9
59 Rumanía	2,8
60 Malta	2,8
61 Bosnia-Herzegovina	2,8
62 España	2,8
63 Lituania	2,8
64 Sudáfrica	2,7
65 Vietnam	2,7
66 Eslovaquia	2,7
67 Francia	2,6
68 Corea	2,6
69 Perú	2,6
70 República Checa	2,6
71 Polonia	2,6
72 Filipinas	2,6
73 Bélgica	2,5
74 Portugal	2,5

País	Puntuación
75 Argentina	2,5
76 Rusia	2,4
77 Grecia	2,3
78 Serbia	2,3
79 Hungría	2,3
80 Argelia	2,3
81 Croacia	2,2
82 Venezuela	2,2
83 Puerto Rico	2,1
84 Italia	2,1
85 Brasil	2,0

¹ Cumplir con los requisitos administrativos (permisos, regulaciones e informes) emitidos por el Gobierno de tu país es Agobiante = 1 o No agobiante = 7.

Fuente: Informe *The Global Competitiveness Report 2011-2012* (World Economic Forum).

[Continúa]

Calidad de infraestructura total¹

País	Puntuación
1 Suiza	6,7
2 Singapur	6,6
3 Francia	6,5
4 Hong Kong	6,5
5 Dinamarca	6,4
6 Finlandia	6,4
7 Islandia	6,4
8 Austria	6,3
9 Emiratos Árabes Unidos	6,3
10 Alemania	6,2
11 Suecia	6,1
12 Portugal	6,1
13 Japón	6,0
14 Países Bajos	6,0
15 Canadá	6,0
16 Luxemburgo	5,9
17 Bélgica	5,9
18 Corea	5,9
19 España	5,8
20 Malasia	5,7
21 Estados Unidos de América	5,7
22 Taiwán	5,6
23 Arabia Saudí	5,6
24 Reino Unido	5,6
25 República Checa	5,6
26 Chipre	5,5
27 Estonia	5,5
28 Chile	5,5
29 Eslovenia	5,3
30 Turquía	5,3
31 Namibia	5,3
32 Croacia	5,2
33 Australia	5,2
34 Israel	5,1
35 Puerto Rico	5,1
36 Lituania	5,1
37 Noruega	5,0

País	Puntuación
38 Túnez	5,0
39 Malta	4,9
40 Hungría	4,8
41 Tailandia	4,7
42 Nueva Zelanda	4,7
43 Guatemala	4,7
44 Irlanda	4,6
45 Panamá	4,6
46 Sudáfrica	4,5
47 Letonia	4,5
48 Grecia	4,5
49 Uruguay	4,3
50 Marruecos	4,3
51 China	4,2
52 México	4,2
53 Eslovaquia	4,2
54 Armenia	4,0
55 Italia	4,0
56 Egipto	3,9
57 Indonesia	3,9
58 India	3,8
59 Polonia	3,8
60 Macedonia	3,7
61 Ecuador	3,7
62 Argelia	3,7
63 Colombia	3,6
64 Rusia	3,6
65 Costa Rica	3,6
66 Brasil	3,6
67 Perú	3,5
68 Montenegro	3,5
69 Argentina	3,5
70 Pakistán	3,5
71 República Dominicana	3,5
72 Bolivia	3,4
73 Filipinas	3,4
74 Nicaragua	3,1

[Continúa]

[Continúa]

Calidad del sistema educativo¹

País	Puntuación
75 Serbia	3,1
76 Mozambique	3,1
77 Camerún	3,1
78 Vietnam	3,1
79 Bulgaria	3,1
80 Venezuela	2,9
81 Bangladesh	2,8
82 Mauritania	2,6
83 Paraguay	2,5
84 Rumania	2,3
85 Bosnia-Herzegovina	2,2

¹ La infraestructura general de tu país según los niveles internacionales es:
Subdesarrollada = 1, Amplia y eficiente = 7.

Fuente: Informe *The Global Competitiveness Report 2011-2012* (World Economic Forum).

País	Puntuación
1 Suiza	5,9
2 Singapur	5,9
3 Finlandia	5,9
4 Islandia	5,6
5 Bélgica	5,5
6 Canadá	5,4
7 Suecia	5,3
8 Nueva Zelanda	5,3
9 Países Bajos	5,2
10 Irlanda	5,2
11 Australia	5,1
12 Malasia	5,1
13 Dinamarca	5,0
14 Alemania	4,9
15 Malta	4,9
16 Taiwán	4,9
17 Reino Unido	4,8
18 Hong Kong	4,8
19 Noruega	4,8
20 Costa Rica	4,8
21 Austria	4,7
22 Arabia Saudí	4,7
23 Estados Unidos de América	4,7
24 Emiratos Árabes Unidos	4,6
25 Chipre	4,6
26 Francia	4,5
27 Luxemburgo	4,5
28 Japón	4,4
29 India	4,4
30 Montenegro	4,4
31 Túnez	4,3
32 Estonia	4,3
33 Indonesia	4,2
34 Israel	4,1
35 República Checa	4,1
36 China	4,0
37 Corea	3,9

[Continúa]

	País	Puntuación
38	Puerto Rico	3,9
39	Filipinas	3,8
40	Eslovenia	3,8
41	Lituania	3,8
42	Vietnam	3,7
43	Letonia	3,7
44	Polonia	3,7
45	Colombia	3,7
46	Bosnia-Herzegovina	3,6
47	Macedonia	3,6
48	Portugal	3,6
49	Tailandia	3,6
50	Camerún	3,5
51	Pakistán	3,5
52	Hungría	3,5
53	Rusia	3,4
54	Uruguay	3,4
55	Bangladesh	3,4
56	Argentina	3,4
57	Chile	3,4
58	Italia	3,3
59	Croacia	3,3
60	Rumanía	3,3
61	Marruecos	3,3
62	Turquía	3,3
63	Armenia	3,2
64	España	3,2
65	Mozambique	3,2
66	Bulgaria	3,2
67	Ecuador	3,2
68	Bolivia	3,1
69	México	3,1
70	Serbia	3,1
71	Brasil	3,0
72	Eslovaquia	3,0
73	Grecia	2,9
74	Venezuela	2,8

	País	Puntuación
75	Namibia	2,8
76	Argelia	2,8
77	Guatemala	2,6
78	Perú	2,6
79	Panamá	2,4
80	Sudáfrica	2,3
81	Nicaragua	2,3
82	Egipto	2,3
83	República Dominicana	2,3
84	Paraguay	2,2

¹ El sistema educativo de un país: No reúne las necesidades de una economía competitiva = 1 o Reúne las necesidades de una economía competitiva = 7.
Fuente: Informe *The Global Competitiveness Report 2011-2012* (World Economic Forum).

Intensidad de la competencia local¹

País	Puntuación	País	Puntuación
1 Taiwán	6,1	38 Nueva Zelanda	5,2
2 Bélgica	6,0	39 Dinamarca	5,2
3 Reino Unido	5,9	40 Filipinas	5,2
4 Japón	5,9	41 Brasil	5,2
5 Países Bajos	5,9	42 Sudáfrica	5,2
6 Australia	5,9	43 Guatemala	5,1
7 Austria	5,8	44 Eslovenia	5,1
8 Alemania	5,8	45 Tailandia	5,1
9 Suecia	5,8	46 Marruecos	5,1
10 Malta	5,8	47 Perú	5,1
11 Francia	5,7	48 Portugal	5,1
12 Turquía	5,7	49 Italia	5,0
13 Hong Kong	5,7	50 Irlanda	5,0
14 Corea	5,6	51 República Dominicana	5,0
15 República Checa	5,6	52 Vietnam	5,0
16 Arabia Saudí	5,6	53 Lituania	5,0
17 Estados Unidos de América	5,6	54 Costa Rica	4,9
18 Emiratos Árabes Unidos	5,6	55 Finlandia	4,8
19 Puerto Rico	5,6	56 Islandia	4,7
20 Canadá	5,6	57 Letonia	4,7
21 China	5,5	58 Grecia	4,6
22 España	5,5	59 México	4,6
23 Suiza	5,5	60 Colombia	4,6
24 Malasia	5,4	61 Namibia	4,6
25 Israel	5,4	62 Indonesia	4,6
26 Estonia	5,4	63 Camerún	4,6
27 Chipre	5,4	64 Pakistán	4,5
28 India	5,4	65 Bangladesh	4,5
29 Noruega	5,4	66 Rumanía	4,5
30 Singapur	5,4	67 Bulgaria	4,4
31 Chile	5,4	68 Paraguay	4,4
32 Eslovaquia	5,4	69 Uruguay	4,4
33 Polonia	5,3	70 Argentina	4,3
34 Hungría	5,3	71 Ecuador	4,2
35 Luxemburgo	5,2	72 Macedonia	4,2
36 Túnez	5,2	73 Egipto	4,1
37 Panamá	5,2	74 Croacia	4,1

[Continúa]

[Continúa]

Alcance y efecto de la fiscalidad¹

País	Puntuación
75 Nicaragua	4,1
76 Montenegro	4,0
77 Rusia	4,0
78 Mozambique	3,9
79 Argelia	3,9
80 Bosnia-Herzegovina	3,8
81 Bolivia	3,8
82 Serbia	3,6
83 Mauritania	3,4
84 Armenia	3,4
85 Venezuela	3,3

¹ La competencia del mercado local es: Limitada en la mayoría de las industrias = 1 o Intensa en la mayoría de las industrias = 7.

Fuente: Informe *The Global Competitiveness Report 2011-2012* (World Economic Forum).

País	Puntuación
1 Emiratos Árabes Unidos	5,7
2 Hong Kong	5,7
3 Singapur	5,4
4 Arabia Saudí	5,3
5 Luxemburgo	5,1
6 Suiza	5,1
7 Chipre	4,6
8 Malasia	4,5
9 Paraguay	4,5
10 Estonia	4,4
11 Montenegro	4,3
12 Chile	4,3
13 Taiwán	4,2
14 Indonesia	4,2
15 Sudáfrica	4,1
16 China	4,0
17 Nueva Zelanda	4,0
18 Túnez	4,0
19 Namibia	3,9
20 Irlanda	3,9
21 India	3,9
22 Canadá	3,9
23 Israel	3,8
24 Panamá	3,8
25 Países Bajos	3,8
26 Malta	3,8
27 Bangladesh	3,7
28 Eslovaquia	3,7
29 Tailandia	3,7
30 Macedonia	3,7
31 Filipinas	3,7
32 República Checa	3,6
33 Argelia	3,6
34 Costa Rica	3,5
35 Guatemala	3,5
36 Vietnam	3,5
37 Estados Unidos de América	3,5

[Continúa]

	País	Puntuación
38	Egipto	3,5
39	Armenia	3,5
40	Noruega	3,5
41	Perú	3,5
42	Pakistán	3,5
43	Austria	3,4
44	Mozambique	3,4
45	Alemania	3,3
46	Bulgaria	3,3
47	México	3,3
48	Uruguay	3,3
49	Bolivia	3,3
50	Australia	3,3
51	Mauritania	3,2
52	Corea	3,2
53	Reino Unido	3,2
54	Marruecos	3,2
55	Nicaragua	3,1
56	Japón	3,1
57	Puerto Rico	3,1
58	Finlandia	3,1
59	Rusia	3,1
60	Polonia	3,1
61	Venezuela	3,0
62	España	3,0
63	Letonia	3,0
64	Suecia	3,0
65	Islandia	3,0
66	Camerún	2,9
67	Serbia	2,9
68	Ecuador	2,9
69	Colombia	2,9
70	Turquía	2,9
71	Bosnia-Herzegovina	2,8
72	Lituania	2,8
73	República Dominicana	2,8
74	Francia	2,8

	País	Puntuación
75	Grecia	2,8
76	Eslovenia	2,7
77	Dinamarca	2,7
78	Hungría	2,5
79	Portugal	2,5
80	Rumanía	2,5
81	Bélgica	2,3
82	Argentina	2,3
83	Italia	2,2
84	Croacia	2,2
85	Brasil	2,1

¹ El nivel de impuestos de un país: Limita significativamente los incentivos para trabajar o invertir = 1 o Tiene poco impacto en los incentivos para trabajar o invertir = 7.

Fuente: Informe *The Global Competitiveness Report 2011-2012* (World Economic Forum).

[Continúa]

Presión fiscal¹

País	
1 Namibia	9,6
2 Macedonia	10,6
3 Emiratos Árabes Unidos	14,1
4 Arabia Saudí	14,5
5 Luxemburgo	21,1
6 Bosnia-Herzegovina	23,0
7 Chipre	23,2
8 Hong Kong	24,1
9 Chile	25,0
10 Singapur	25,4
11 Irlanda	26,5
12 Montenegro	26,6
13 Islandia	26,8
14 Bulgaria	29,0
15 Canadá	29,2
16 Dinamarca	29,2
17 Corea	29,8
18 Suiza	30,1
19 Sudáfrica	30,5
20 Pakistán	31,6
21 Israel	31,7
22 Croacia	32,5
23 Vietnam	33,1
24 Malasia	33,7
25 Serbia	34,0
26 Mozambique	34,3
27 Nueva Zelanda	34,3
28 Bangladesh	35,0
29 Paraguay	35,0
30 Ecuador	35,3
31 Eslovenia	35,4
32 Indonesia	37,3
33 Reino Unido	37,3
34 Tailandia	37,4
35 Letonia	38,5
36 Lituania	38,7
37 Perú	40,2

País	
38 Países Bajos	40,5
39 Armenia	40,7
40 República Dominicana	40,7
41 Guatemala	40,9
42 Noruega	41,6
43 Marruecos	41,7
44 Taiwán	41,9
45 Uruguay	42,0
46 Polonia	42,3
47 Egipto	42,6
48 Portugal	43,3
49 Turquía	44,5
50 Finlandia	44,6
51 Rumania	44,9
52 Filipinas	45,8
53 Rusia	46,5
54 Estados Unidos de América	46,8
55 Grecia	47,2
56 Australia	47,9
57 Alemania	48,2
58 Japón	48,6
59 Eslovaquia	48,7
60 República Checa	48,8
61 Camerún	49,1
62 Estonia	49,6
63 Panamá	50,1
64 México	50,5
65 Venezuela	52,6
66 Hungría	53,3
67 Suecia	54,6
68 Costa Rica	55,0
69 Austria	55,5
70 España	56,5
71 Bélgica	57,0
72 Túnez	62,8
73 Nicaragua	63,2
74 India	63,3

[Continúa]

[Continúa]

	País	
75	China	63,5
76	Francia	65,8
77	Puerto Rico	67,7
78	Mauritania	68,4
79	Italia	68,6
80	Brasil	69,0
81	Argelia	72,0
82	Colombia	78,7
83	Bolivia	80,0
84	Argentina	108,2

¹ Esta variable es una combinación de impuesto sobre los beneficios, impuesto y contribución del trabajo, y otros impuestos

Fuente: Informe *The Global Competitiveness Report 2011-2012* (World Economic Forum).

Barreras comerciales¹

	País	Puntuación
1	Nueva Zelanda	6,4
2	Suecia	6,1
3	Singapur	6,1
4	Finlandia	6,1
5	Chile	6,0
6	Luxemburgo	6,0
7	Hong Kong	6,0
8	Irlanda	5,7
9	Bélgica	5,6
10	Portugal	5,6
11	Emiratos Árabes Unidos	5,6
12	Australia	5,6
13	Hungría	5,6
14	Estonia	5,5
15	Reino Unido	5,5
16	Malta	5,5
17	Arabia Saudí	5,4
18	Israel	5,4
19	Países Bajos	5,4
20	República Checa	5,4
21	Dinamarca	5,2
22	Eslovaquia	5,2
23	España	5,1
24	Grecia	5,1
25	Perú	5,1
26	Austria	5,1
27	Chipre	5,0
28	Eslovenia	5,0
29	Francia	5,0
30	Uruguay	4,9
31	Camerún	4,9
32	Italia	4,8
33	Montenegro	4,8
34	Letonia	4,8
35	Malasia	4,8
36	Panamá	4,8
37	Canadá	4,8

[Continúa]

País	Puntuación
38 Alemania	4,7
39 Sudáfrica	4,7
40 Puerto Rico	4,7
41 Taiwán	4,6
42 México	4,6
43 Estados Unidos de América	4,6
44 Polonia	4,6
45 Paraguay	4,5
46 China	4,5
47 Lituania	4,5
48 Namibia	4,5
49 Rumanía	4,5
50 Túnez	4,5
51 Turquía	4,4
52 Bosnia-Herzegovina	4,4
53 Croacia	4,4
54 Guatemala	4,4
55 Indonesia	4,3
56 Marruecos	4,3
57 Macedonia	4,3
58 Tailandia	4,3
59 Suiza	4,2
60 Filipinas	4,2
61 Serbia	4,2
62 India	4,2
63 Bangladesh	4,2
64 Costa Rica	4,2
65 Armenia	4,2
66 Bulgaria	4,1
67 Japón	4,1
68 Egipto	4,1
69 Noruega	4,0
70 Brasil	4,0
71 Colombia	4,0
72 Nicaragua	4,0
73 Mauritania	4,0
74 Pakistán	3,9

País	Puntuación
75 Mozambique	3,9
76 Corea	3,9
77 República Dominicana	3,9
78 Islandia	3,8
79 Argelia	3,8
80 Vietnam	3,7
81 Bolivia	3,6
82 Rusia	3,5
83 Venezuela	3,1
84 Ecuador	3,1
85 Argentina	2,5

¹ En un país las barreras arancelarias y no arancelarias reducen significativamente la capacidad de las mercancías importadas para competir en el mercado doméstico: Fuertemente de acuerdo = 1 o Fuertemente en desacuerdo = 7.

Fuente: Informe *The Global Competitiveness Report 2011-2012* (World Economic Forum).

Arancel al comercio exterior¹

País		País	
1 Hong Kong	0,0	38 Costa Rica	3,7
2 Singapur	0,0	39 Australia	3,8
3 Austria	0,8	40 Nicaragua	3,9
4 Bélgica	0,8	41 Filipinas	4,0
5 Bulgaria	0,8	42 Suiza	4,1
6 Chipre	0,8	43 Montenegro	4,3
7 República Checa	0,8	44 Guatemala	4,3
8 Dinamarca	0,8	45 Noruega	4,3
9 Estonia	0,8	46 Arabia Saudí	4,4
10 Finlandia	0,8	47 Emiratos Árabes Unidos	4,5
11 Francia	0,8	48 Israel	4,5
12 Alemania	0,8	49 Chile	4,7
13 Grecia	0,8	50 Indonesia	4,8
14 Hungría	0,8	51 Bosnia-Herzegovina	5,2
15 Irlanda	0,8	52 Macedonia	5,3
16 Italia	0,8	53 Turquía	5,4
17 Letonia	0,8	54 Serbia	5,5
18 Lituania	0,8	55 Taiwán	5,6
19 Luxemburgo	0,8	56 Sudáfrica	5,9
20 Malta	0,8	57 Namibia	6,1
21 Países Bajos	0,8	58 Tailandia	6,4
22 Polonia	0,8	59 Malasia	6,4
23 Portugal	0,8	60 Panamá	6,8
24 Rumania	0,8	61 Paraguay	6,9
25 Eslovaquia	0,8	62 Corea	7,2
26 Eslovenia	0,8	63 República Dominicana	7,3
27 España	0,8	64 Vietnam	7,4
28 Suecia	0,8	65 Mozambique	7,4
29 Reino Unido	0,8	66 Ecuador	7,7
30 Estados Unidos de América	1,5	67 Uruguay	7,9
31 Nueva Zelanda	1,6	68 México	8,1
32 Armenia	2,3	69 Bolivia	8,7
33 Japón	2,9	70 Argentina	10,7
34 Croacia	3,0	71 Rusia	11,0
35 Canadá	3,0	72 Colombia	11,2
36 Perú	3,1	73 Mauritania	11,3
37 Islandia	3,4	74 Brasil	11,5

[Continúa]

[Continúa]

País	
75	Venezuela 12,1
76	China 13,0
77	Balgladesh 13,1
78	India 13,2
79	Camerún 13,5
80	Argelia 13,8
81	Egipto 14,7
82	Tunez 15,9
83	Marruecos 16,3
84	Pakistán 16,8

¹ El tipo medio de impuesto por unidad de valor importada.

Fuente: Informe *The Global Competitiveness Report 2011-2012* (World Economic Forum).

Cargas administrativas en aduanas¹

País	Puntuación
1	Singapur 6,2
2	Hong Kong 6,2
3	Finlandia 6,0
4	Suecia 5,8
5	Nueva Zelanda 5,8
6	Dinamarca 5,7
7	Emiratos Árabes Unidos 5,6
8	Luxemburgo 5,5
9	Chile 5,5
10	Taiwán 5,3
11	Estonia 5,2
12	Países Bajos 5,2
13	Islandia 5,2
14	Irlanda 5,2
15	Noruega 5,2
16	Suiza 5,1
17	Australia 5,1
18	Austria 5,0
19	Arabia Saudí 5,0
20	Eslovenia 5,0
21	Malasia 5,0
22	Chipre 4,9
23	Reino Unido 4,9
24	Malta 4,9
25	Canadá 4,9
26	Francia 4,9
27	Israel 4,7
28	Portugal 4,7
29	Japón 4,7
30	Alemania 4,7
31	Puerto Rico 4,6
32	Túnez 4,6
33	Bélgica 4,6
34	España 4,5
35	Lituania 4,5
36	Montenegro 4,5
37	Hungría 4,5

[Continúa]

	País	Puntuación
38	Polonia	4,4
39	Marruecos	4,4
40	Corea	4,4
41	República Checa	4,4
42	Perú	4,4
43	China	4,4
44	República Dominicana	4,4
45	Estados Unidos de América	4,3
46	Eslovaquia	4,3
47	Macedonia	4,2
48	Sudáfrica	4,2
49	Panamá	4,2
50	Uruguay	4,2
51	Guatemala	4,2
52	Mauritania	4,1
53	Letonia	4,1
54	Namibia	4,1
55	Croacia	4,1
56	México	4,1
57	Egipto	4,1
58	Camerún	4,0
59	Grecia	4,0
60	Italia	4,0
61	Colombia	4,0
62	Tailandia	3,9
63	Paraguay	3,9
64	Indonesia	3,9
65	Costa Rica	3,9
66	India	3,8
67	Serbia	3,7
68	Turquía	3,7
69	Mozambique	3,7
70	Pakistán	3,6
71	Ecuador	3,5
72	Bulgaria	3,5
73	Vietnam	3,4
74	Bangladesh	3,4

	País	Puntuación
75	Bosnia-Herzegovina	3,4
76	Rumanía	3,3
77	Brasil	3,1
78	Nicaragua	3,0
79	Filipinas	3,0
80	Bolivia	3,0
81	Armenia	2,9
82	Rusia	2,8
83	Argelia	2,8
84	Argentina	2,7
85	Venezuela	2,3

¹ Los procedimientos en las aduanas de un país son: Extremadamente lentos e incómodos = 1 o Rápidos y eficientes = 7.

Fuente: Informe *The Global Competitiveness Report 2011-2012* (World Economic Forum).

[Continúa]

Índice de percepción de la corrupción¹

	País	Clasificación	Puntuación IPC
1	Nueva Zelanda	1	9,5
2	Dinamarca	2	9,4
3	Finlandia	2	9,4
4	Suecia	4	9,3
5	Singapur	5	9,2
6	Noruega	6	9,0
7	Países Bajos	7	8,9
8	Australia	8	8,8
9	Suiza	8	8,8
10	Canadá	10	8,7
11	Luxemburgo	11	8,5
12	Hong Kong	12	8,4
13	Islandia	13	8,3
14	Alemania	14	8,0
15	Japón	14	8,0
16	Austria	16	7,8
17	Reino Unido	16	7,8
18	Bélgica	19	7,5
19	Irlanda	19	7,5
20	Chile	22	7,2
21	Estados Unidos de América	24	7,1
22	Francia	25	7,0
23	Uruguay	25	7,0
24	Emiratos Árabes Unidos	28	6,8
25	Estonia	29	6,4
26	Chipre	30	6,3
27	España	31	6,2
28	Portugal	32	6,1
29	Taiwán	32	6,1
30	Eslovenia	35	5,9
31	Israel	36	5,8
32	Malta	39	5,6
33	Puerto Rico	39	5,6
34	Polonia	41	5,5
35	Corea	43	5,4
36	Costa Rica	50	4,8

	País	Clasificación	Puntuación IPC
37	Lituania	50	4,8
38	Hungría	54	4,6
39	República Checa	57	4,4
40	Namibia	57	4,4
41	Arabia Saudí	57	4,4
42	Malasia	60	4,3
43	Letonia	61	4,2
44	Turquía	61	4,2
45	Sudáfrica	64	4,1
46	Croacia	66	4,0
47	Montenegro	66	4,0
48	Eslovaquia	66	4,0
49	Italia	69	3,9
50	Macedonia	69	3,9
51	Brasil	69	3,9
52	Túnez	73	3,8
53	China	75	3,6
54	Rumanía	75	3,6
55	Colombia	80	3,4
56	Grecia	80	3,4
57	Marruecos	80	3,4
58	Perú	80	3,4
59	Tailandia	80	3,4
60	Bulgaria	86	3,3
61	Panamá	86	3,3
62	Serbia	86	3,3
63	Bosnia-Herzegovina	91	3,2
64	India	95	3,1
65	Argentina	100	3,0
66	Indonesia	100	3,0
67	México	100	3,0
68	Argelia	112	2,9
69	Egipto	112	2,9
70	Vietnam	112	2,9
71	Bolivia	118	2,8
72	Bangladesh	120	2,7

[Continúa]

[Continúa]

	País	Clasificación	Puntuación IPC
73	Ecuador	120	2,7
74	Guatemala	120	2,7
75	Mozambique	120	2,7
76	Armenia	129	2,6
77	República Dominicana	129	2,6
78	Filipinas	129	2,6
79	Camerún	134	2,5
80	Nicaragua	134	2,5
81	Pakistán	134	2,5
82	Mauritania	143	2,4
83	Rusia	143	2,4
84	Paraguay	154	2,2
85	Venezuela	172	1,9

¹ La puntuación del IPC correspondiente a un país o territorio indica el grado de corrupción en el sector público según la percepción de empresarios y analistas del país, entre 10 (percepción de ausencia de corrupción) y 0 (percepción de muy corrupto).

Fuente: *Corruption Perceptions Index 2011 (Transparency International)*.

Proteccionismo¹

País	Puntuación
1 Nueva Zelanda	8,31
2 Irlanda	8,20
3 Chile	8,16
4 Dinamarca	8,05
5 Finlandia	8,03
6 Australia	7,95
7 Suecia	7,72
8 Hong Kong	7,61
9 Austria	7,60
10 República Checa	7,46
11 Noruega	7,13
12 Países Bajos	7,06
13 Eslovaquia	7,04
14 Alemania	6,95
15 Luxemburgo	6,93
16 Turquía	6,79
17 España	6,77
18 Estonia	6,74
19 Bélgica	6,57
20 Taiwán	6,55
21 Polonia	6,47
22 Italia	6,45
23 Suiza	6,37
24 Reino Unido	6,34
25 Portugal	6,34
26 Singapur	6,30
27 Israel	6,29
28 Sudáfrica	6,29
29 Estados Unidos de América	6,07
30 India	5,94
31 Canadá	5,88
32 Malasia	5,82
33 Tailandia	5,75
34 Francia	5,70
35 Indonesia	5,65
36 Rumanía	5,64
37 Japón	5,25

País	Puntuación
38 Grecia	5,22
39 México	5,15
40 Rusia	5,06
41 China	4,96
42 Brasil	4,90
43 Hungría	4,71
44 Bulgaria	4,63
45 Corea	4,62
46 Perú	4,51
47 Colombia	4,44
48 Lituania	4,44
49 Filipinas	4,23
50 Eslovenia	4,03
51 Croacia	3,50
52 Argentina	3,08
53 Venezuela	2,53

¹ 1 = Perjudica la conducta de tu negocio, 10 = No perjudica la conducta de tu negocio.

Fuente: Informe *World Competitiveness Yearbook 2011* (IMD).

[Continúa]

Transferencia del conocimiento¹

País	Puntuación	País	Puntuación
1 Estados Unidos de América	7,88	38 China	4,26
2 Suiza	7,58	39 Italia	4,21
3 Israel	7,50	40 República Checa	4,05
4 Dinamarca	7,16	41 Polonia	4,04
5 Canadá	7,06	42 México	3,89
6 Alemania	7,02	43 Brasil	3,75
7 Suecia	6,92	44 Lituania	3,59
8 Singapur	6,87	45 Argentina	3,45
9 Finlandia	6,87	46 Eslovenia	3,39
10 Irlanda	6,64	47 Grecia	3,09
11 Taiwán	6,44	48 Perú	3,09
12 Países Bajos	6,41	49 Venezuela	2,88
13 Malasia	6,37	50 Eslovaquia	2,79
14 Austria	6,35	51 Rusia	2,75
15 Bélgica	6,34	52 Croacia	2,56
16 Japón	6,24	53 Bulgaria	2,31
17 Australia	6,22		
18 Hong Kong	6,20		
19 Reino Unido	6,19		
20 Noruega	6,14		
21 Luxemburgo	5,83		
22 Nueva Zelanda	5,72		
23 Corea	5,71		
24 Colombia	5,07		
25 Rumanía	4,89		
26 Portugal	4,70		
27 Turquía	4,68		
28 Sudáfrica	4,62		
29 Hungría	4,55		
30 España	4,55		
31 Estonia	4,45		
32 Francia	4,42		
33 Indonesia	4,35		
34 India	4,34		
35 Tailandia	4,32		
36 Filipinas	4,29		
37 Chile	4,27		

¹ 1 = Falta entre las compañías y universidades, 10 = Está altamente desarrollada entre las compañías y universidades.

Fuente: Informe *World Competitiveness Yearbook 2011* (IMD).

[Continúa]

Contribución a la Seguridad Social del empresario¹

País	%
1 Dinamarca	0,68
2 Sudáfrica	2,00
3 Nueva Zelanda	3,31
4 Chile	3,90
5 Indonesia	4,24
6 Israel	4,49
7 Hong Kong	5,00
8 Tailandia	5,60
9 Suiza	5,80
10 Canadá	6,95
11 Corea	7,34
12 Estados Unidos de América	8,59
13 Perú	9,00
14 Taiwán	9,19
15 Reino Unido	9,58
16 Filipinas	10,05
17 Irlanda	10,75
18 Luxemburgo	11,84
19 India	12,00
20 Malasia	12,00
21 Japón	12,94
22 Noruega	14,10
23 Singapur	14,50
24 Colombia	14,59
25 Australia	14,80
26 Países Bajos	15,98
27 Venezuela	16,00
28 Eslovenia	16,10
29 Bulgaria	17,01
30 Croacia	17,20
31 Polonia	18,48
32 Alemania	19,37
33 México	19,81
34 Finlandia	20,95
35 Turquía	21,50
36 Portugal	23,75
37 Rusia	26,20

País	%
38 Argentina	27,00
39 Rumanía	27,72
40 Grecia	28,06
41 Hungría	28,50
42 Italia	29,86
43 Bélgica	30,65
44 España	30,90
45 Lituania	30,98
46 Austria	31,19
47 Suecia	31,42
48 República Checa	34,00
49 Estonia	34,40
50 Eslovaquia	35,20
51 Brasil	36,80
52 China	44,10
53 Francia	51,59

¹ Contribución obligatoria como porcentaje de una renta igual al PIB per cápita.
Fuente: Informe *World Competitiveness Yearbook 2011* (IMD).

[Continúa]

Contratos del sector público¹

País	Puntuación	País	Puntuación
1 Finlandia	8,08	38 Malasia	5,18
2 Irlanda	7,96	39 Corea	5,17
3 Chile	7,96	40 Bulgaria	5,16
4 Bélgica	7,80	41 Croacia	5,11
5 Hong Kong	7,76	42 Italia	5,10
6 Reino Unido	7,74	43 República Checa	5,05
7 Países Bajos	7,71	44 Filipinas	5,05
8 Nueva Zelanda	7,71	45 Colombia	4,93
9 Australia	7,70	46 Sudáfrica	4,72
10 Suecia	7,70	47 Eslovenia	4,60
11 Dinamarca	7,53	48 Brasil	4,42
12 Alemania	7,26	49 Japón	4,19
13 Singapur	7,23	50 Argentina	3,97
14 Noruega	6,95	51 Lituania	3,78
15 Portugal	6,80	52 Venezuela	3,69
16 Luxemburgo	6,77	53 Rusia	3,60
17 Estonia	6,74		
18 Israel	6,71		
19 Austria	6,67		
20 Suiza	6,67		
21 Turquía	6,57		
22 Perú	6,43		
23 Estados Unidos de América	6,34		
24 Canadá	6,34		
25 España	6,16		
26 Polonia	5,88		
27 Francia	5,86		
28 Hungría	5,66		
29 Tailandia	5,64		
30 Taiwán	5,64		
31 Rumanía	5,56		
32 India	5,48		
33 Grecia	5,44		
34 China	5,37		
35 Indonesia	5,28		
36 México	5,24		
37 Eslovaquia	5,24		

¹ 1 = No están suficientemente abiertos a los licitadores extranjeros, 10 = Están suficientemente abiertos a los licitadores extranjeros.

Fuente: Informe *World Competitiveness Yearbook 2011* (IMD).

[Continúa]

