

Plan Integral de Desarrollo del Mercado en Rusia

Subdirección General de Política Comercial
con Europa, Asia y Oceanía*

1. Introducción

El principal desequilibrio de la economía española en la actualidad es el elevado déficit comercial. En el año 2004 dicho déficit aumentó un 32,9 por 100 en relación con el año 2003 y en términos del PIB, pasó de representar un 5,1 por 100 en 2003 a un 6,3 por 100 en 2004. Esta situación se ha acentuado en los últimos meses, pues el déficit comercial ascendió a los siete primeros meses del año hasta los 38.162,8 millones de euros. Este deterioro del saldo exterior puede explicarse tanto por factores de tipo coyuntural como por factores de tipo estructural.

Desde el punto de vista coyuntural destaca el fuerte dinamismo de la demanda interna, el estancamiento de la demanda procedente de la zona euro (principal destino de nuestras exportaciones) o el alza de los precios del petróleo.

Desde el punto de vista estructural es preciso señalar que nos encontramos ante una elevada concentración geográfica y sectorial de las exportaciones españolas. Las exportaciones están demasiado concentradas en países de la UE, con lo que no se aprovecha el potencial de países emergentes de gran crecimiento económico. Además, existe también una excesiva concentración en sectores de baja tecno-

logía poco competitivos, donde aumenta la competencia vía precio y no se logra aprovechar el dinamismo de los países emergentes.

Ante dicha situación se han puesto en marcha una serie de medidas para mejorar la competitividad de las empresas españolas y promover una mayor internacionalización en los mercados y, en concreto, en sectores de mayor dinamismo.

En esta línea, el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, en colaboración con la CEOE (Confederación Española de Organizaciones Empresariales) ha impulsado este ejercicio la elaboración del Plan Integral de Desarrollo del Mercado (PIDM), que busca reorientar geográficamente las exportaciones, potenciar la presencia económica de las empresas españolas en el exterior y mejorar nuestra posición en mercados de reconocido potencial de crecimiento. Este Plan engloba nueve planes de actuación individualizada en mercados considerados prioritarios para nuestra economía: Estados Unidos, Japón, China, México, Marruecos, Argelia, Rusia, India y Brasil. Se trata de mejorar nuestra posición en dichos mercados, aunque esto no implica olvidar los mercados de la UE y de América Latina.

Para la elección de los nueve países se han tenido en cuenta dos tipos de factores: el atractivo del país, relacionado con el tamaño y crecimiento del mercado, y la fuerza competidora y posición española en dichos mercados. Todos estos planes



EN PORTADA

* Dirección General de Comercio e Inversiones.

El Artículo ha sido elaborado por Paula Alcaide Arranz, Técnico Comercial y Economista del Estado.

contemplan actuaciones de carácter institucional, medidas de apoyo financiero, de acceso al mercado y eliminación de obstáculos, de información, de formación, de promoción comercial e imagen, de potenciación de sectores estratégicos y de promoción del turismo.

En concreto, el Plan Integral de Desarrollo del Mercado en Rusia fue presentado coincidiendo con la «V Comisión Mixta Intergubernamental Hispano-Rusa de Cooperación Económica e Industrial» celebrada el pasado 7 de julio de 2005.

Este plan surge con el objetivo último de aumentar la cuota de mercado de España en la Federación Rusa y aprovechar su potencial de crecimiento. Son muchas las oportunidades que en la actualidad presenta el mercado ruso, pero la presencia de empresas españolas en este mercado es aún muy reducida.

Por un lado, las exportaciones a Rusia en el año 2004 tan sólo representaron el 0,6 por 100 del total de exportaciones españolas. España tiene una cuota de mercado en Rusia del 1 por 100 y el comercio con este país se caracteriza por ser deficitario. Es, por tanto, fundamental perseguir una mejora en la posición española en este mercado.

Por otro lado, los flujos de inversión española en Rusia son prácticamente insignificantes representando, en el año 2004, tan sólo un 0,02 por 100 del total de la inversión española. Como consecuencia, la estrategia de inversiones puede consistir en el aumento de posiciones en el mercado, mediante el aprovechamiento de las oportunidades ofrecidas por la liberalización de los mercados y/o por operaciones de fusión y adquisición de compañías ya establecidas, aunque ésta no tiene por qué ser la única vía de implantación.

En definitiva, el plan busca promover la presencia de empresas españolas en este mercado, potenciar la imagen de España

y de nuestros productos, reforzar las relaciones institucionales entre ambas Administraciones y fomentar el turismo ruso hacia España. Para ello, se contemplan cuatro líneas de actuación: de apoyo al comercio, de apoyo a la inversión, de apoyo institucional, información y formación y de promoción del turismo, con una dotación de 47 millones de euros para el periodo 2005-2007.

2. Economía rusa

2.1. El país y evolución reciente

La Federación Rusa, con una superficie de 17.075.400 Km² —de los cuales un 45 por 100 son bosques y tierras improductivas y un 19 por 100 tierra de cultivo—, es el país más extenso del mundo. Su territorio ocupa una octava parte de la superficie terrestre y duplica al de países como Estados Unidos o China.

Es una República Federal, con carácter presidencialista, en la que la Constitución asegura la división de poderes en Ejecutivo, Legislativo y Judicial. El Presidente es elegido por sufragio universal directo por un mandato de cuatro años y sólo puede ser reelegido una vez.

En relación a la evolución histórica, cabe señalar que con la elección de Gorbachov en 1985 se inició la perestroika (reconstrucción) y el glasnost (transparencia política e informativa). Estas reformas desembocaron en la caída de los regímenes comunistas del Este de Europa y en la disolución de la Unión Soviética.

El 12 de junio de 1992 nació la nueva Rusia. A partir de este momento, el país pone en marcha un proceso de reformas encaminado a establecer un sistema político democrático con economía de mercado.

Se trata de un mercado de gran relevancia, por su inmenso potencial econó-



EN PORTADA

CUADRO 1 PRINCIPALES INDICADORES ECONÓMICOS (Datos en millones de dólares)			
	2002	2003	2004
PIB			
PIB (millones de US\$ a precios corrientes)	340.912	427.700	582.400
Tasa de variación real	4,7	7,3	7,1
Tasa de variación nominal	13,2	25,4	36,2
INFLACIÓN			
Media anual	15,8	13,6	10,9
Fin de período	15,1	12	11,7
TIPOS DE INTERÉS DE INTERVENCIÓN DEL BANCO CENTRAL			
Media anual	23	17	13
Fin de período	21	16	13
EMPLEO Y TASA DE PARO			
Población (x 1.000 habitantes)	145.181	145.181	144.168
Población activa	71.590	71.700	73.350
% Desempleo sobre población activa	8,1	8,6	8,2
SALDO PRESUPUESTARIO			
% de PIB	1,8	1,7	4,4
DEUDA PÚBLICA			
En millones de dólares	163.100	144.511	n.d.
En por 100 de PIB	47,8	33,7	n.d.
EXPORTACIONES DE BIENES			
En millones de dólares	107.300	135.900	183.500
Tasa de variación respecto a período anterior	5,2	26,6	35,0
IMPORTACIONES DE BIENES			
En millones de dólares	61.000	75.400	96.300
Tasa de variación respecto a período anterior	13,3	23,6	27,7
SALDO B. COMERCIAL			
En millones de dólares	46.335	60.493	87.200
En por 100 de PIB	13,5	14,1	15,0
SALDO B. CUENTA CORRIENTE			
En millones de dólares	29.116	35.905	58.200
En por 100 de PIB	8,5	8,3	10,0
DEUDA EXTERNA			
En millones de dólares	153.200	185.700	211.400
En por 100 de PIB	44,9	42,5	36,3
SERVICIO DE LA DEUDA TOTAL			
En millones de dólares	14.800	9.748	6.800
En porcentaje de exportaciones de bienes y servicios	13,7	7,1	3,7
RESERVAS INTERNACIONALES			
En millones de dólares	47.793	76.938	124.541
En meses de importación de bienes y servicios	9,4	7,7	1,3
INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA			
En millones de dólares	4.429	6.781	9.400
TIPO DE CAMBIO FRENTE AL DÓLAR			
Media anual	31,0	30,8	28,81
Fin de período	31,8	29,5	27,75

Fuente: Informe Económico y Comercial elaborado por OFECOME de Moscú.



EN PORTADA

mico y humano. El mercado ruso presenta grandes posibilidades, tanto para las exportaciones, como para la inversión española. De ahí la necesidad de profundizar en las relaciones institucionales y tratar de establecer el marco adecuado para que las empresas españolas sean capaces de

aprovechar todas las oportunidades existentes.

El periodo 2000-2004 ha sido la etapa más positiva para la economía rusa desde el inicio de la reforma. El PIB real ha aumentado en estos últimos años en una media superior al 6 por 100 en términos

reales, si bien el último año el crecimiento ha sido algo inferior a años anteriores. La inflación se ha visto reducida (aunque en la actualidad el Banco Central mantiene un objetivo doble de lucha contra la inflación y de control de la apreciación de la moneda). El nivel de desempleo descendió a lo largo del año 2004 del 8,6 por 100 en 2003 al 8,2 por 100 según datos del Banco Central de Rusia. El saldo presupuestario ha sido superavitario, alcanzando el 4,5 por 100 en 2004. Las reservas han aumentado hasta los 211.400 millones de dólares el 1 de enero de 2005. Los ingresos reales de la población continúan creciendo.

Por un lado, el alza continuada en los precios del crudo ha favorecido el fuerte crecimiento de la demanda externa, fundamentalmente en el sector de la energía. Por otro lado, el incremento de los salarios reales y de la renta disponible de las familias han favorecido una mayor demanda interna (generalmente canalizada hacia las importaciones, lo cual refleja la baja competitividad de los sectores orientados al mercado interior).

2.2. Características del mercado

Es cierto que existen ciertos riesgos en la economía rusa. A corto plazo, una posible reducción en los precios del petróleo. Y a largo plazo, la no continuidad del proceso de reformas que se espera pueda solucionar los problemas de inseguridad jurídica, incertidumbre en la legislación aplicable o corrupción, entre otros.

Además, la economía rusa adolece de ciertas debilidades como la existencia de un sistema productivo poco diversificado, la baja competitividad de los sectores industriales orientados al mercado interior o la ausencia de un mercado financiero eficiente que permita convertir el ahorro en inversión de forma adecuada.

Pero también es cierto que son muchas las oportunidades que ofrece el mercado ruso en la actualidad como consecuencia de diversos factores. Destacan, principalmente, el considerable aumento del PIB en los últimos años; el crecimiento en el volumen de comercio exterior; la creciente apertura comercial consecuencia de las negociaciones para una próxima adhesión a la Organización Mundial de Comercio; la cada vez mayor solvencia del país gracias a los precios del petróleo y al superávit comercial y presupuestario; y el consumo interno de una población que tiene una baja propensión marginal a ahorrar y que ve aumentar su renta disponible.

Además, a lo largo de los próximos años, Rusia deberá llevar a cabo una serie de reformas estructurales en el sistema financiero, monopolios naturales, administración pública, educación o salud.

2.3. Sector exterior

Según datos de la OMC, en 2004 las exportaciones rusas de mercancías ascendieron a 183.185 millones de dólares y las importaciones (en términos FOB) a 94.834 millones de dólares, con un incremento del 34,8 por 100 y del 27,6 por 100 respectivamente en relación al año anterior.

El comercio exterior representó globalmente el 48 por 100 del PIB en 2004. Sin embargo, este coeficiente no es totalmente indicativo del grado de apertura real, debido a la infravaloración del PIB, tanto por el efecto del tipo de cambio como por la existencia de un amplio sector de economía sumergida. El volumen de comercio exterior total en 2004 fue de 279.800 millones de dólares según datos del Comité Estatal de Aduanas, con un incremento del 32 por 100 respecto al año anterior. Los intercambios con países de la CEI (49.990 millones de dólares) crecie-



EN PORTADA

ron un 37,2 por 100, mientras que con el resto del mundo (228.030 millones de dólares), un 29,9 por 100. El superávit comercial de Rusia creció un 44,1 por 100 en 2004, hasta los 87,2 miles de millones de dólares.

El principal socio comercial fue la UE, con un 48,8 por 100 del comercio exterior total. Un 18,3 por 100 corresponde a la CEI y un 16,8 por 100 a la región de Asia-Pacífico (incluyendo a EEUU).

Los principales países suministradores en 2004 fueron: Alemania (14 por 100 de las importaciones totales), Bielorrusia (8,6 por 100), Ucrania (8,1 por 100), China (6,3 por 100), Japón (5,2 por 100), Kazajstán (4,6 por 100), Italia (4,2 por 100), EEUU (4,2 por 100), Francia (4,1 por 100), y Finlandia (3,1 por 100).

Los principales mercados para la exportación rusa en 2004 fueron: Holanda (8,4 por 100), Alemania (7,3 por 100), Italia (6,7 por 100), Bielorrusia (6,1 por 100), Ucrania (5,9 por 100), China (5,6 por 100), Suiza (4,3 por 100), Turquía (4,1 por 100), EEUU (3,6 por 100) y Finlandia (3,2 por 100).

Es importante destacar que Rusia no es miembro de la OMC, su *status* es de observador desde 1992. Las negociaciones para la adhesión se iniciaron con el GATT en junio de 1993 y han avanzado a un ritmo desigual, con frecuentes oscilaciones. Existe acuerdo en un amplio grupo de cuestiones, pero subsisten divergencias importantes en materia de precios energéticos, subvenciones agrícolas, acceso al mercado de servicios (seguros, telecomunicaciones), nivel de protección de determinadas producciones de carácter sensible (automóviles, aeronaves civiles, muebles).

En consecuencia, la regulación del comercio exterior está sujeta a cambios sustanciales a medida que la legislación rusa se adapta a los criterios de la OMC. Está previsto que entre en vigor una nueva ley

reguladora del comercio exterior, más acorde con dichos criterios.

En lo que se refiere a los flujos de inversión Rusia ocupa, según la UNCTAD, en el periodo 2001-2003 el puesto 27 de potencial de atracción de inversiones. Por detrás de España (25) pero por delante de países como China (38), México (51) o Brasil (70) y Marruecos (87).

La inversión extranjera en 2004 alcanzó el récord de 40.509 millones de dólares, con un incremento del 36 por 100. Del total indicado, un 23,25 por 100 fue inversión directa hacia Rusia, un 0,8 por 100 inversión de cartera y el 75,9 por 100 correspondió a «otras» inversiones (en su mayor parte créditos comerciales). El mayor incremento se produjo en las inversiones directas (39 por 100).

Los diez primeros países inversores, que suponen el 85 por 100 de la inversión extranjera total, y el 78 por 100 de la inversión directa total extranjera en 2004 fueron: Luxemburgo (20,8 por 100), Gran Bretaña (17,2 por 100), Chipre (13,5 por 100), Holanda (12,6 por 100), Francia (5,8 por 100), EEUU (4,6 por 100), Alemania (4,3 por 100), Suiza (3,8 por 100), Austria (2,0 por 100), y las Islas Vírgenes (2,0 por 100).

Si se considera la inversión acumulada, el primer país inversor es Chipre (16,8 por 100), seguido de Holanda (14,6 por 100), Luxemburgo (14,5 por 100), Alemania (11,4 por 100) y Gran Bretaña (10,6 por 100). Las inversiones procedentes de países como Chipre y Luxemburgo son de hecho de empresarios rusos que habían exportado previamente su capital, generalmente de forma ilegal. Su retorno en forma de inversión extranjera refleja la mejora relativa del clima de inversión en el país.

La Ley de Inversiones Extranjeras, de 9 de julio de 1999 concede el Trato Nacional, pero hay un cierto número de normas sectoriales que contienen limitaciones a la inversión extranjera. Existen restricciones ex-



EN PORTADA

plícitas a la inversión directa extranjera en sectores considerados estratégicos: banca y seguros, gas y electricidad, transporte, telecomunicaciones, medios de difusión de masas, adquisición de suelo agrícola.

Por otra parte, hay una serie de factores negativos para la inversión, entre los que destacan la inseguridad jurídica, las deficiencias del sistema financiero y vulnerabilidad de la economía rusa por su dependencia a las variaciones en el precio de las materias primas.

3. Relaciones bilaterales

3.1. Evolución reciente

La presencia española en el mercado ruso es bastante reducida. La inversión española en Rusia es estadísticamente insignificante, habiendo sufrido además una considerable reducción en el año 2003 respecto a años anteriores. Se concentra en el sector agroalimentario, y las principales inversiones se hallan en Moscú y San Petersburgo.

Desde el punto de vista del comercio la presencia española es también bastante reducida. En el año 2004, tan solo el 0,6 por 100 de las exportaciones totales españolas se dirigieron a Rusia y el comercio con este país es tradicionalmente deficitario.

La evolución del comercio bilateral de España con Rusia está marcada por la crisis rusa de agosto de 1998 y por la evolución del precio de las materias primas y, en particular, del petróleo. En el periodo 1995-2004 la importación crece a una tasa mayor que la exportación (18,1 por 100 frente a 16,9 por 100). El saldo de los intercambios bilaterales es deficitario para España en todo el periodo y se amplía al final del mismo, debido al incremento de las importaciones. De

hecho, si tenemos en cuenta la evolución del comercio bilateral desde el año 2000, el incremento de las importaciones en el periodo 1999-2004 fue del 28 por 100. Como consecuencia de todo ello, la tasa de cobertura desciende del 31,1 por 100 en 1999 al 24,5 por 100 en 2004.

Las exportaciones españolas a Rusia no siguen el patrón comercial del resto de nuestras exportaciones al mundo. Mientras que la tendencia general es un claro predominio de los bienes de equipo, productos industriales y materias primas (68,59 por 100) sobre los bienes de consumo (16,1 por 100) y los productos agroalimentarios (15,2 por 100), la exportación a la Federación Rusa en el año 2004 cuenta con una mayor proporción de productos agroalimentarios (26,27 por 100) y bienes de consumo (25 por 100). Los bienes de equipo, productos industriales y materias primas representan el 48,65 por 100.

Las importaciones españolas procedentes de la Federación Rusa se centran principalmente en combustibles y lubricantes (72,7 por 100).

3.2. Oportunidades para el Comercio y la Inversión

Los sectores que más oportunidades presentan para las empresas españolas, desde el punto de vista del comercio, son los bienes de consumo y agroalimentarios. En la actualidad, la ralentización de la producción industrial, en especial la sustitutiva de importaciones, junto con la apreciación del rublo, hacen que nos encontremos ante una situación especialmente favorable para las exportaciones a Rusia.

Además, se prevé que el gasto real en consumo aumente a buen ritmo en los próximos años. Existe una clase media emergente, fundamentalmente en Moscú y San Petersburgo, con una alta propensión



EN PORTADA

CUADRO 2 BALANZA COMERCIAL BILATERAL (Datos en millones de euros)										
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005* (en ago)
EXPORTACIÓN	450,8	728,8	617,8	394,1	577,6	744,2	794,8	818,8	905,1	666,3
IMPORTACIÓN	1.038,1	1.108,1	991,3	1.267,5	2.446,2	2.062,7	2.710,0	2.896,3	3.650,6	3.317,6
SALDO	-587,3	-379,3	-373,5	-873,4	-1.868,6	-1.318,5	-1.915,2	-2.077,5	-2.745,4	-2.651,3
TASA COBERTURA .	43,4	65,8	62,3	31,1	23,6	36,1	29,3	28,3	24,8	20,1

* Datos provisionales.
Fuente: S. G. de Análisis y Estrategia con datos de Aduanas.

media a consumir, especialmente en el sector del mueble, calzado, textil, cerámica, precocinados, conservas vegetales y vinos. Destacan también los sectores de maquinaria y equipos industriales para la industria alimentaria, textil y de tratamiento de madera. Por último, también existen buenas oportunidades para la exportación de barcos españoles, por la necesidad que tiene la Federación Rusa de renovar su flota, tanto mercante como pesquera.

Desde el punto de vista de la inversión, los sectores que más oportunidades presentan son el sector energético (petróleo, gas y generación eléctrica), el sector turístico (pues Rusia tiene gran potencial como receptor de turistas y fuertes carencias en infraestructuras y gestión), el sector de infraestructuras de transporte (la Federación Rusa está acometiendo un ambicioso plan de mejora de infraestructuras con el Plan Ruso de Infraestructuras de Transporte, que prevé la construcción de una red de carreteras de peaje y de líneas férreas de alta velocidad), el sector naval (dada la necesidad de renovar su flota, tanto mercante como pesquera) y el sector de componentes de automoción (debido a la alta necesidad de construir vehículos más competitivos en Rusia).

Además, el Plan de Privatización para el año 2005 prevé la privatización de empresas de automoción, producción de energía, químicas, petroquímicas, atómicas, de transporte terrestre, marítimo y aéreo. Y también existen oportunidades para aquellas empresas españolas que

presten servicios comercializables en la medida en que Rusia es una economía de servicios.

Rusia es, por tanto, un país con oportunidades, aunque no exento de riesgos en cuanto a relaciones comerciales y de inversión se refiere. Ello indica que es necesaria la cautela, pero esto no debe suscitar temor. Es importante contar con asesoramiento legal, con medidas de aseguramiento del cobro y con todo el conocimiento posible del futuro socio y de su solvencia.

En conclusión, Rusia es un país con grandes oportunidades para nuestras empresas, aún no aprovechadas. La cultura española interesa y se valora. En la faceta comercial, la imagen de España como país moderno e industrializado está, sin embargo, poco perfilada, lo cual no debe sorprender debido a la escasa presencia de empresas y productos españoles en este mercado hasta la fecha. Por todo ello el Plan Integral de Desarrollo del Mercado presentado recientemente en Rusia reviste gran importancia.

4. Objetivos del Plan Integral de Desarrollo del Mercado en Rusia

El principal objetivo del Plan Integral de Desarrollo del Mercado es incrementar la base de empresas españolas que operan en este mercado de alto potencial, especialmente en sectores prioritarios, y reforzar su presencia tanto comercial como inversora.



EN PORTADA

Se trata de mejorar el conocimiento que tiene la empresa española del mercado ruso, mediante el suministro de información relativa a las oportunidades de negocio, los riesgos ambientales y los posibles socios comerciales. De esta manera se logrará incrementar el número de especialistas en el mercado ruso y aprovechar todas las posibilidades que éste presenta.

En concreto, el Plan Integral de Desarrollo del Mercado pretende:

— *Promover la inversión en promoción comercial de las empresas españolas.* Al mismo tiempo, se trata de completar la acción individual de las empresas, mediante un conjunto de acciones que las ayuden a superar las barreras de acceso al mercado, tanto las que se derivan de actos normativos, como aquellas otras relacionadas con la imagen de sus productos y la penetración en los canales de distribución.

— *Potenciar la imagen de España y de los productos españoles en Rusia.* En definitiva, se busca contribuir a la apertura de nuevos sectores para nuestras empresas, especialmente aquellos que tienen una fuerte vinculación con la Administración Rusa (infraestructura de transporte, energía, servicios municipales...).

— *Reforzar las relaciones institucionales entre ambas Administraciones.* Con ello se tratará de contribuir al aumento de la seguridad jurídica de los operadores españoles en este mercado mediante actuaciones tanto en el ámbito bilateral, como en el ámbito multilateral.

— *Fomentar el turismo ruso hacia España.* Actualmente, los turistas rusos representan en torno al 2,5 por 100 del mercado mundial de servicios turísticos. Se buscará incidir fundamentalmente en la promoción del turismo de sol y playa, así como del turismo de incentivos y reuniones, y del turismo idiomático.

Todos estos objetivos se plasman en cuatro líneas de actuación: de apoyo al co-

mercio (a través de tres vías, acceso al mercado, instrumentos financieros de apoyo al mercado y promoción comercial e imagen), de apoyo a la inversión, de apoyo institucional, información y formación y de promoción del turismo.

5. Líneas de actuación del PIDM

5.1. Apoyo al comercio

5.1.1. Acceso al mercado

La situación actual está caracterizada por la persistencia de múltiples barreras de acceso al mercado ruso para productos comunitarios. Se trata, pues, de eliminar todos estos obstáculos.

Se apuesta por continuar las negociaciones de acceso de Rusia a la OMC. Todo este proceso, iniciado en 1993, está teniendo ya efectos positivos sobre la legislación rusa, que trata de adaptarse a las prácticas internacionales. Tras años de intensos contactos en la cumbre Rusia-UE del 21 de mayo finalizaron las negociaciones bilaterales, con una rebaja sustancial de los derechos arancelarios para las exportaciones europeas y una asunción de compromisos en materia de servicios. Las negociaciones multilaterales, sin embargo, han sufrido una notable ralentización en el año 2004 y, si bien existe acuerdo en un amplio grupo de cuestiones, aún quedan pendientes una serie de materias como la protección de la propiedad intelectual, las cuestiones agrícolas, los servicios y el doble precio del gas, entre otros. Parece, por tanto, cada vez más difícil que la adhesión tenga lugar en el año 2005, como se pensaba en un primer momento, planteándose en la actualidad como posible fecha de entrada de Rusia en la OMC el primer semestre del año 2006.

Otras actuaciones relevantes son la su-



EN PORTADA

presión de la discriminación a las inversiones extranjeras en servicios contenida en normativas sectoriales, así como la exigencia del cumplimiento de la legislación y una protección judicial efectiva de las patentes y marcas.

5.1.2. Instrumentos financieros de apoyo al comercio

No existe un mecanismo específico para la financiación de operaciones comerciales de empresas españolas en la Federación Rusa, pero éstas pueden acogerse a los diversos programas de ICO para financiar sus operaciones. El ICEX también participa en la cofinanciación de ciertas operaciones.

Además, el uso del Fondo de Estudios de Viabilidad puede actuar como catalizador para la oferta española en determinados proyectos. Como consecuencia, se va a potenciar el uso de la línea FEV en el sector del turismo y en el sector de las infraestructuras. Esta línea permite financiar, mediante donaciones, la realización de estudios de viabilidad por empresas consultoras españolas, favoreciendo así la ejecución de proyectos en el exterior por parte de nuestras empresas. El objetivo es trabajar en la difusión del instrumento en España (a través de Jornadas de Información) y en la identificación de proyectos en Rusia.

También se va a facilitar el uso del seguro de intereses ICO-CARI, trabajando en la difusión del instrumento. Se busca propiciar la utilización de la cobertura de CESCE, abierta con techo de 500 millones de euros para operaciones a medio y largo plazo y sin restricciones para operaciones a corto plazo.

Asimismo, se reforzará el uso de fondos multilaterales (como son los fondos del Banco Europeo de Reconstrucción y Desarrollo, de la Unión Europea o del

Banco Mundial). La presencia de empresas españolas en concursos con financiación multilateral es muy escasa y, sin embargo, existen grandes posibilidades en algunas instituciones como en el BERD, dadas las prioridades de su estrategia en Rusia, centradas en la renovación de infraestructuras, el refuerzo de las Pymes, el desarrollo del sector financiero y los esfuerzos orientados a las regiones. También el programa TACIS ofrece grandes oportunidades para empresas de consultoría y gabinetes jurídicos, lo cual, a su vez contribuiría al conocimiento e implantación de estos servicios españoles con las posibles externalidades positivas que esto generaría.

Todas estas acciones buscan reforzar el uso de los distintos instrumentos ya existentes para fomentar así la presencia de las empresas españolas en el mercado ruso.

5.1.3. Promoción comercial e imagen

Las relaciones comerciales y, en general, la presencia española en el mercado ruso son bastante reducidas. A pesar de cierto aumento de los últimos años, nuestra presencia sigue siendo insuficiente, sobretudo si tenemos en cuenta el elevado potencial del país y si la comparamos con la de nuestros países competidores.

La escasa presencia de empresas españolas en este mercado influye en la baja proyección de España en Rusia. Por este motivo, las actuaciones de promoción y de imagen van a ser fundamentales. Al mismo tiempo es conveniente concienciar a las empresas de la necesidad de invertir en promoción comercial.

Una medida para fomentar la existencia de empresas españolas en Rusia pasa por facilitar su establecimiento a través de mejoras en los porcentajes de financiación de los planes sectoriales. Así, será funda-



EN PORTADA

mental la implantación de financiación preferencial para actividades realizadas en Rusia, incluidos Planes Empresa.

Se está potenciando especialmente la promoción de sectores con alto valor añadido e imagen como es el sector de infraestructuras o el sector del hábitat. De hecho, Rusia es uno de los países prioritarios del Plan Internacionalización de Empresas Innovadoras, puesto en marcha en mayo del año 2005, con el objetivo de fomentar la internacionalización de los productos de alto contenido tecnológico y la imagen tecnológica de España. En concreto, dentro de este plan destaca el Plan Rusia Sectorial de Infraestructuras de Transporte 2005-2007, que pretende fomentar la participación de las empresas españolas en la modernización de la infraestructura de transportes en la Federación rusa. También se prevé la creación de un Plan de Construcción Naval, habiéndose realizado los correspondientes estudios sobre las oportunidades de este sector en Rusia.

Desde el punto de vista de los bienes de consumo, además de los instrumentos tradicionales de promoción, se busca dar una mayor relevancia a proyectos horizontales (acciones de imagen y promoción sectorial e individual-marquista), de información (creación de base de datos, estudios, seminarios) y formativos (programa de becarios sectoriales). Destaca, por un lado, el Plan Moda-Rusia, que trata de reforzar las acciones de comunicación y de creación de imagen, a través de una campaña de promoción, comunicación y creación de imagen que integra la totalidad de los instrumentos de los que se dispone (Pabellones Oficiales, Acciones de Comunicación, Planes de fomento de la implantación comercial y de la creación de marca). Por otro lado, destaca el Plan Hábitat-Rusia que, tras el éxito de la «Feria Expohábitat» celebrada en Moscú en

2003, trata ahora de dar continuidad a estas acciones, con la vista puesta no sólo en Moscú, sino también en el resto de Rusia y en las antiguas repúblicas soviéticas. La celebración de la Feria «Expohábitat 2003» ha provocado una multiplicación de acciones de apoyo a las numerosas estrategias individuales que deben ser estructuradas con el objetivo de obtener el máximo retorno empresarial para las grandes inversiones realizadas en ese mercado.

Por último, en lo que a productos agroalimentarios se refiere, se desarrolla el Plan General de Vinos y el Plan General de Alimentación. Rusia, con sus 145 millones de habitantes y un crecimiento de su economía superior al 6 por 100, constituye un mercado de gran potencial para las exportaciones españolas tanto de alimentos como de vinos. Sin embargo, el conocimiento de los productos españoles en este mercado todavía es escaso y la oferta agroalimentaria española está insuficientemente representada. En este sentido, se está impulsando un Plan General de Promoción con objeto de mejorar el conocimiento de nuestra oferta e incrementar la presencia de nuestros productos en este mercado. Dicho plan estará dirigido tanto a la distribución como a la prensa especializada.

En definitiva, las actividades promocionales de los sectores agroalimentarios, del hábitat y de la moda inciden directamente en un mayor conocimiento de las marcas españolas y ayudan a reforzar la imagen de los productos españoles en Rusia. Además, el ICEX dispone de un Programa de Apoyo a las Marcas, del que se pueden beneficiar las empresas interesadas en consolidar sus marcas en Rusia, programa que tiene una financiación preferencial para los países con potencial de crecimiento.

De forma paralela, se prevé un incre-



EN PORTADA

mento de las actividades de promoción directa relacionadas con la Imagen de España. Así, durante el año 2005, ICEX va a desarrollar más de 70 actividades de promoción en este mercado: 26 participaciones en ferias, 13 misiones comerciales directas, 16 misiones inversas, 1 misión de estudio, 5 campañas de promoción y de publicidad, etc. En concreto, hemos visto que son los sectores de bienes de consumo y de productos industriales los que acumulan mayor número de actuaciones.

5.2. Promoción de la inversión

Existen diversos sectores con grandes oportunidades de inversión en Rusia. El sector energético, el sector de componentes de automoción, el sector turístico y el sector de infraestructuras de transporte.

Con el fin de incentivar las inversiones españolas en estos y otros sectores de interés, las empresas se pueden acoger a los servicios de COFIDES, a través de los fondos FIEX y FONPYME. También destaca la línea de internacionalización del ICO, con siete proyectos aprobados en Rusia por importe de 7,7 millones de euros.

Además, uno de los factores que la empresa identifica como más críticos para su desarrollo internacional es la accesibilidad a información sobre proyectos y potenciales socios locales. Para contribuir a paliar las dificultades de acceso a este tipo de información y potenciar así el desarrollo de estrategias de internacionalización, está previsto intensificar el esfuerzo en la organización de actividades promocionales de la inversión española en este mercado.

En consecuencia, Rusia se considera país prioritario en el Programa de apoyo a los viajes de prospección de inversiones (PROSPINVER), que tiene como objetivo facilitar una toma inicial de contacto de la

empresa con el mercado, con el socio potencial o con la oportunidad concreta de inversión. También Rusia es destino preferente dentro del Programa de identificación, difusión y apoyo a nuevas iniciativas de inversión y cooperación empresarial en el exterior (PIDINVER), que tiene por objetivo fomentar la aparición de nuevas empresas inversoras españolas cuyo interés se suscite, no por propia iniciativa, sino como consecuencia de una oportunidad de inversión o cooperación empresarial que tenga origen en el país de destino. De hecho, ambos programas están ya definidos por el ICEX y en desarrollo.

Además, desde el ICEX se potencia el Programa de Apoyo a Proyectos de Inversión (PAPI), mejorando y flexibilizando sus condiciones para las inversiones en este país, contando ya con once proyectos apoyados en Rusia. El objetivo, para el periodo 2006-2007 es incrementar la ayuda por proyecto y por empresa, incluir nuevos conceptos susceptibles de recibir ayuda e intensificar las labores de seguimiento.

Finalmente, y dentro de las actividades de información y formación sobre la inversión en Rusia, destacan la misión de inversores del sector de la energía a Moscú, la organización de actividades informativas y formativas sobre la inversión en Rusia dentro del Centro de Experiencias en Internacionalización, y el desarrollo de convenios de colaboración con instituciones con competencias en materia de atracción de inversiones en Rusia. Así, está empezando el desarrollo de acciones de cooperación para la organización de misiones de inversión directa y la puesta en marcha del Plan para la Identificación, Análisis, Difusión y Apoyo a Nuevas Iniciativas de Inversión y Cooperación Empresarial en este país. Dichas acciones se prevé estarán plenamente operativas en el año 2006.



EN PORTADA

5.3. Actuaciones de apoyo institucional, de información y formación

La acción institucional está plenamente justificada en Rusia, pues la influencia del Gobierno es alta y muchas operaciones necesitan de cierto respaldo político. La empresa española tiende a valorar en exceso los riesgos presentes en este mercado, que se derivan de un clima de negocios complejo. Puesto que la acción institucional puede mitigar estos riesgos mediante el suministro de una información veraz y una adecuada asistencia a la empresa española, esta adquiere especial relevancia.

En consecuencia, desde el punto de vista institucional, se busca impulsar contactos de alto nivel con carácter periódico y con una estrategia común. Éste es el caso de las reuniones periódicas de Ministros del mismo sector. También destacan las Comisiones Mixtas Intergubernamentales Hispano-Rusas de Cooperación Económica e Industrial, celebradas en virtud del Acuerdo de Cooperación Económica e Industrial de 1994.

La Comisión Mixta es el foro donde ambas administraciones económicas se encuentran, posibilitando así el planteamiento y, en su caso, la aceleración en la resolución de ciertos problemas empresariales que de otra forma no podrían encontrar solución. Hasta el momento han tenido lugar cinco Comisiones Mixtas, la última de ellas en julio de este año 2005, buscando canalizar los intereses empresariales hispano-rusos.

Además, se plantea fomentar la renovación de acuerdos bilaterales, como es el caso del Convenio para Evitar la Doble Imposición, en vigor desde el 13 de junio del 2000. También se trata de potenciar la actualización de Acuerdos en Materia Aduanera, Turística, Industrial y Tecnológica,

sobre Transporte Marítimo y Transporte en Carretera y en Informática.

En lo que se refiere a la información, es preciso destacar que todas las acciones en esta línea contribuyen a un mayor conocimiento del mercado y de la oferta exportable española entre las empresas rusas. Así, el ICEX está trabajando para poner a disposición de las empresas un portal en ruso con información sobre España (balanza comercial bilateral, *ranking* de productos, información económica general sobre España, oferta sectorial exportable, oferta empresarial española, actividades de promoción, noticias de interés, etcétera) y su oferta exportable. Se prevé también actualizar la información existente sobre el mercado ruso. Para ello, tendrá lugar la celebración de distintos seminarios y jornadas durante el periodo 2005-2007.

Por último, en relación con la formación, hay que destacar el programa de becas del ICEX, que prevé ampliar hasta ocho el número de becarios de la Oficina Comercial de Moscú y aumentar también el número de becarios segunda fase en empresas españolas en Rusia. Además, Rusia ha sido seleccionada como uno de los tres países piloto en el programa de becas inversas, con cuatro becas para formar a técnicos rusos que puedan apoyar a las empresas españolas en su proceso de internacionalización.

Por otra parte, el Ministerio va a reforzar el papel de la Oficina Comercial española en Moscú. Está previsto adaptarla como centro de prestación de servicios de internacionalización a la empresa española y se va a contratar a personal nuevo para mejorar su actuación en el mercado ruso.

5.4. Promoción del turismo

En 2004, visitaron España 267.000 ciudadanos rusos (con un incremento del 23



EN PORTADA

por 100 respecto al año anterior), según la Encuesta de Movimientos Turísticos en Frontera, FRONTUR, que elabora el Instituto de Estudios Turísticos. Sus principales destinos fueron Cataluña, Andalucía y Canarias, y el 90 por 100 llegaron a nuestro país por vía aérea. La oferta de sol y playa tiene un gran peso en la motivación del viaje, ya que el 80 por 100 de los turistas rusos eligieron esta opción. En segundo lugar, se encontraría el turismo de negocios, que tiene un peso del 10 por 100. Además, el restablecimiento de la línea Moscú-Madrid por parte de Iberia contribuirá probablemente a su crecimiento.

Consciente de las principales características del turismo ruso en España, el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio ha desarrollado un Plan de Promoción de España como destino turístico, que tiene una dotación de 523.000 euros (de los cuales, 173.000 euros se destinarán a promoción y 350.000 euros a publicidad).

Se va a incidir fundamentalmente en la promoción del turismo de sol y playa, junto con el turismo de incentivos y reuniones, y el turismo idiomático. Se desarrollarán acciones para promover la oferta, como ferias profesionales o apoyo a agencias de viajes. Y, al mismo tiempo, se están desarrollando acciones para promover la demanda, como la creación de una versión en ruso del portal del turismo español (www.spain.info) y se han programado viajes de familiarización y una campaña de publicidad de España como destino turístico en Rusia.

6. Presupuesto del Plan

Para la ejecución del Plan Integral de Desarrollo del Mercado en Rusia en sus

cuatro líneas de actuación se establece una dotación de 47 millones de euros para el periodo 2005-2007. Este presupuesto se reparte de la siguiente manera: 34 millones para las acciones de apoyo al comercio (10 millones para la Línea FEV, 21 millones para las actividades de promoción del ICEX y 3 millones para las acciones de información y formación), 11 millones para el apoyo a la inversión (10 para las acciones de COFIDES y 1 millón para el refuerzo del Programa de Apoyo a Proyectos de Inversión y la cooperación empresarial) y los dos millones restantes se destinarán al apoyo del turismo.

7. Seguimiento del Plan

Para garantizar el cumplimiento de las líneas de actuación presentadas, se está realizando un seguimiento de todas las acciones que se contemplan en el Plan. En concreto, se presta especial atención a los obstáculos al mercado y a la evolución de las negociaciones sobre el acceso de Rusia en la OMC; a la utilización de fondos multilaterales para la introducción de empresas españolas en el mercado ruso; a los resultados de las actividades de promoción e imagen, las cuales se están desarrollando con normalidad; a la evolución de la inversión de empresas españolas en Rusia; a la celebración de los encuentros mixtos empresas-autoridades; y al desarrollo de las distintas actuaciones de información y formación.

En conclusión, se trata de hacer un seguimiento de los resultados obtenidos en las distintas actuaciones previstas y favorecer la consecución de los principales objetivos planteados en este Plan Integral de Desarrollo del Mercado.



EN PORTADA

AVISO PUBLICO

SUB. GRAL. COMERCIO EXTERIOR DE PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS

SOLICITUD DE DEVOLUCION DE FIANZAS

PLAZOS PARA PRESENTACION DE PRUEBAS

Aplicación a los Certificados concedidos desde el día 1 de octubre de 2000,
salvo que exista reglamento específico que lo modifique

Plátanos	TREINTA DIAS siguientes a la expiración del período de validez del Certificado.	Rgto. CE n.º 896/01
Productos Agrícolas Transformados (PAT)	NUEVE MESES siguientes a la expiración del período de validez del Certificado.	Rgto. CE n.º 1520/00
Productos agrícolas: Materias grasas, plantas vivas, productos floricultura, leche y productos lácteos, carne vacuno, semillas, frutas y hortalizas, carne porcino, huevos, carne de ave, arroz, azúcar, sector vitivinícola, cereales, etc.	DOS MESES siguientes a la expiración del período de validez del Certificado.	Rgto. CE n.º 1291/00

— En todos los productos el *PLAZO MAXIMO* para solicitar la resolución de los expedientes es de *VEINTICUATRO MESES* desde el día siguiente a la expiración del Certificado. Transcurrido este plazo no se efectuará la devolución del importe de la Fianza, aun en el caso de que se presente la correspondiente prueba de realización de las operaciones.

MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO

Secretaría General de Comercio Exterior

SUB. GRAL. COMEX. PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS. SERVICIO DE FIANZAS

Solicitudes de devolución de fianzas constituidas (Importación y Exportación)

La Orden de 26 de febrero de 1986 («BOE, 7 de marzo»), modificada por la Orden de 27 de julio de 1995, establece que la devolución de las fianzas se realizará por la Secretaría General de Comercio Exterior a solicitud del interesado.

Las solicitudes de devolución de las fianzas constituidas ante los Servicios Centrales, deberán dirigirse a la Secretaría General de Comercio Exterior (Servicio de Fianzas, Paseo de la Castellana, 162, planta cuarta, 28071 Madrid).

Las solicitudes de devolución de las fianzas, constituidas ante las Direcciones Regionales y Territoriales de Comercio y CATICES, deberán presentarse en la misma Dirección o CATICE que concedió los correspondientes certificados.

El no solicitar, los interesados, la resolución de los expedientes de devolución de las fianzas con la aportación de las pruebas, en los plazos establecidos en la legislación nacional y comunitaria en vigor, para los diversos productos agrícolas, dará lugar al oportuno Acuerdo Declarativo de Incumplimiento.

Con el fin de agilizar la resolución de los expedientes de devolución de las fianzas constituidas a disposición de la Secretaría General de Comercio Exterior, es recomendable se adjunte a las solicitudes la fotocopia del correspondiente «Resguardo de depósito o Garantía en Efectivo», o «Resguardo de Garantía Otorgada mediante Aval o Seguro de Caución».

SERVICIO DE FIANZAS

Acuerdo declarativo de incumplimiento (Fianza constituida en las operaciones de Importación y Exportación)

Ingreso de las liquidaciones

Las cantidades a ingresar en el Tesoro Público-Recursos Eventuales, como consecuencia de los expedientes de Acuerdo Declarativo de Incumplimiento de *Resguardos de Garantías Otorgadas por Terceros*, pueden hacerse efectivas por la EMPRESA TITULAR DE LOS CERTIFICADOS.

— En MADRID:

MINISTERIO DE ECONOMIA Y HACIENDA
DIREC. GRAL. DEL TESORO Y POLITICA FINANCIERA
Paseo del Prado, 4
28071 MADRID

— En PROVINCIAS:

INTERVENCION DE HACIENDA de la localidad en que resida la Entidad Delegada que constituyó la *Garantía Otorgada por Terceros (Aval o Certificado de Seguro de Caución)*.

Realizado el ingreso y expedida la CARTA DE PAGO, esta CARTA DE PAGO *original* deberá remitirse a:

MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO
SERVICIO DE FIANZAS
P.º Castellana, 162, Pl. 4.ª
28071 MADRID

MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO

Secretaría General de Comercio Exterior

SUB. GRAL. COMERCIO EXTERIOR DE PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS

SERVICIO DE FIANZAS

Paseo de la Castellana, 162, cuarta planta, 28071 Madrid

Teléfonos: (91) 349 38 67 y 349 39 13