



Antonio Fernández-Martos Montero

Director General de Comercio e Inversiones

LA AMPLIACIÓN DE LOS PLANES INTEGRALES DE DESARROLLO DE MERCADO

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

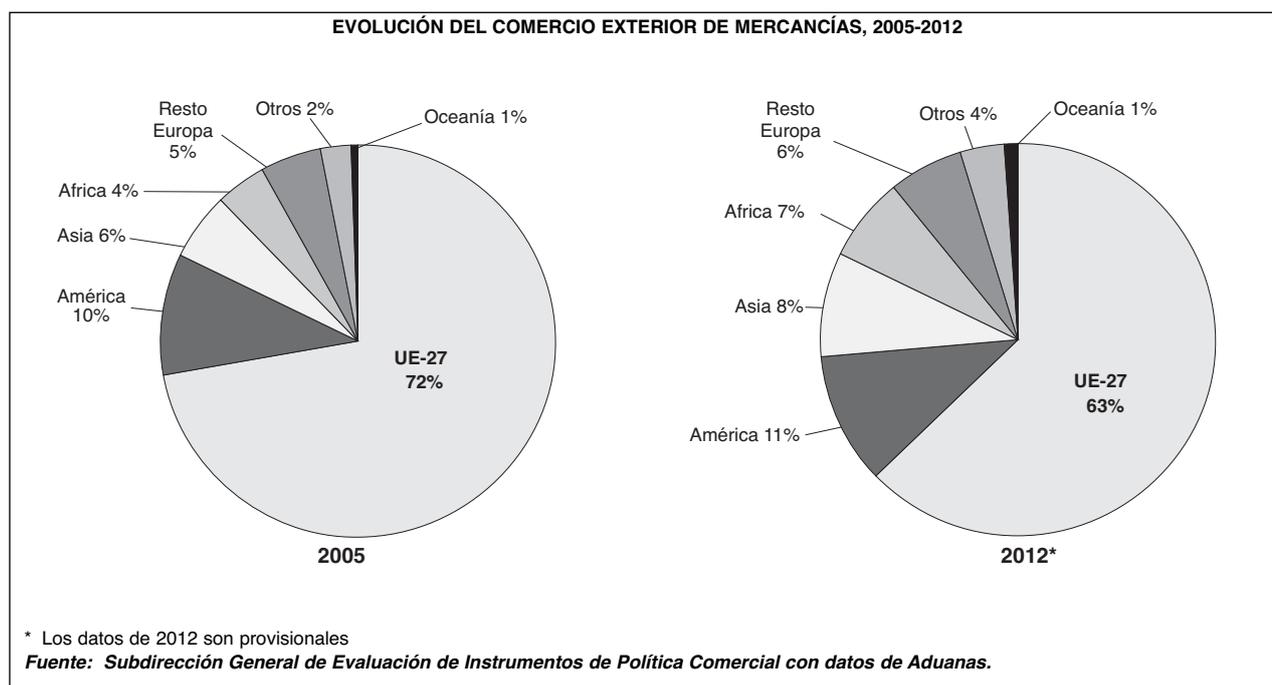
Los Planes Integrales de Desarrollo de Mercado nacen en 2005 con el objetivo de aprovechar nuevas oportunidades en la economía internacional y diversificar geográficamente el sector exterior español, muy concentrado en la UE.

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

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

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

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



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

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

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

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

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

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

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

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

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

