

*Cristina Teijelo Casanova\**

## AUSTRALIA Y SU PLAN INTEGRAL DE DESARROLLO DE MERCADO

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

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

**Clasificación JEL:** N17, N37, O56.

### 1. Introducción

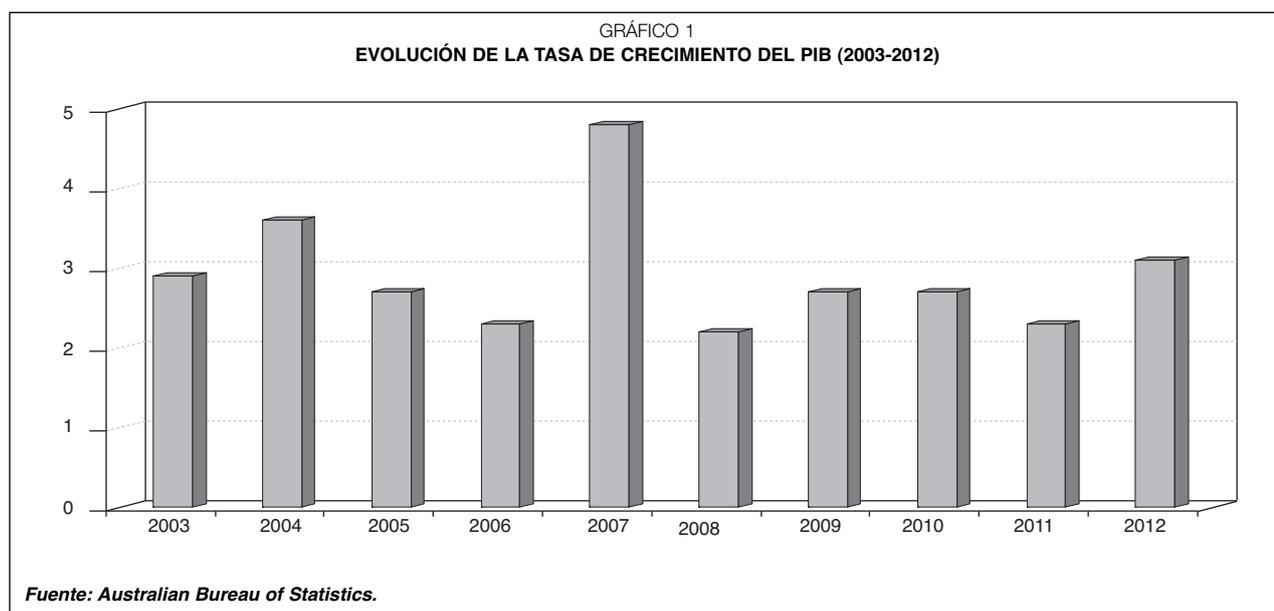
En el año 2004, cuando la Secretaría de Estado de Comercio puso en marcha los nueve primeros Planes Integrales de Desarrollo de Mercados (PIDM) de Estados Unidos, Brasil, México, Marruecos, Argelia, Rusia, China, India y Japón, a los que más tarde se unirían Corea del Sur, Turquía y los Países del Golfo,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

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

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

\* Consejera Económica y Comercial en Sydney.

Versión de julio de 2013.



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

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

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

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

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

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

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

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

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

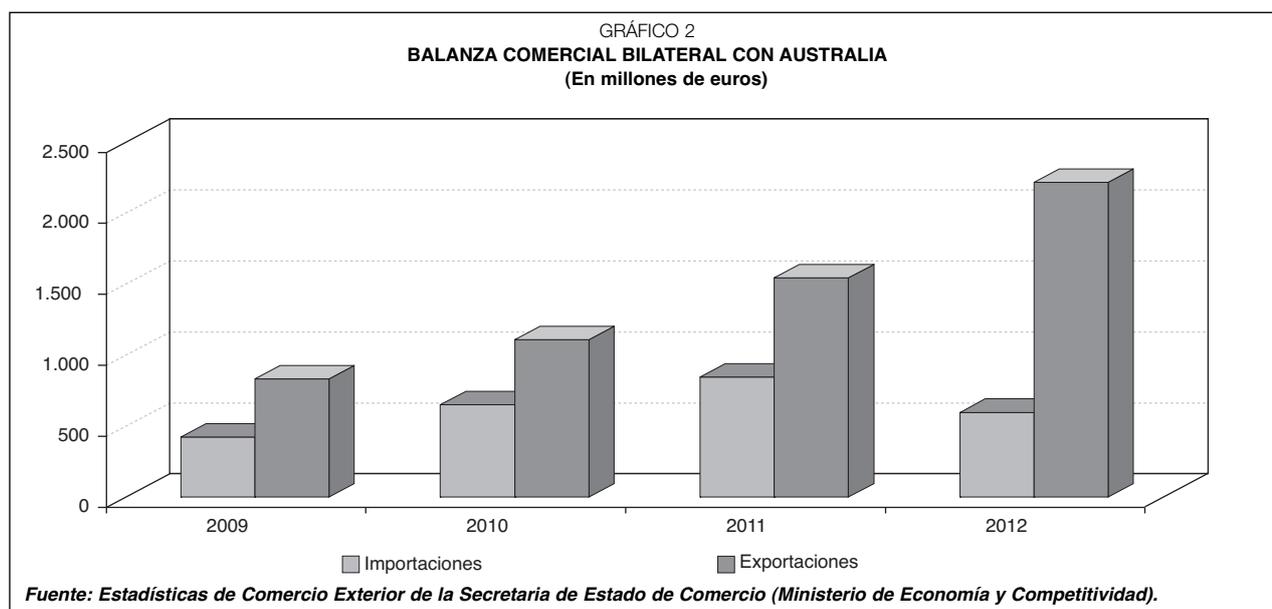
La economía australiana tiene un tamaño aproximado del 75 por 100 de la española en términos de sus respectivos PIB. Al ser la población de Australia la mitad que la de España, su PIB per cápita es sustancialmente superior al nuestro (42.000 frente a 32.000 USD).

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

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

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

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



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

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

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

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

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

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

#### 4. Contenido del Plan Integral de Desarrollo del Mercado australiano

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

##### 4.1. Objetivos

El PIDM Australia va a concentrar sus objetivos en:

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

##### 4.1.1. Sectores de oportunidad para el comercio

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

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

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

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

##### 4.1.2. Sectores de oportunidad para la inversión

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Fuente: Deloitte Investment Monitor y elaboración propia.

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

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

Fuente: Deloitte Investment Monitor y elaboración propia.

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

## 4.2. Líneas de actuación

### 4.2.1. Apoyo institucional

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

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

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

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

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

#### 4.2.2. *Apoyo al comercio*

##### *Acceso al mercado y eliminación de obstáculos*

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

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

##### *Promoción e imagen*

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

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

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

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

##### *Apoyo financiero*

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

##### *Apoyo a la inversión*

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

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

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

#### *Información y formación*

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

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

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

#### **5. Conclusión**

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

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