



MÁLAGA

ECONOMÍA | RELACIONES CON EL EXTERIOR

# La exportación a América Latina crece un 70% desde el inicio de la crisis

- El número de empresas malagueñas que venden al otro lado del charco se ha duplicado desde 2008 y ya alcanza el millar
- Hay buenas oportunidades en infraestructuras o turismo

Ángel Recio MÁLAGA

La falta de demanda interna ha obligado a las empresas malagueñas a exportar para sobrevivir y, en este contexto, América Latina ha empezado a cobrar protagonismo. La exportación malagueña hacia esa zona del mundo se ha disparado un 70,8% desde el inicio de la crisis, en 2008, y el número de compañías locales que han accedido a esos mercados se ha duplicado en el mismo periodo. En 2013, exportaron hacia América Latina un total de 996 empresas malagueñas por un valor total de 54,2 millones de euros, según los datos oficiales facilitados a este diario por la Agencia Andaluza de Promoción Exterior (Extenda).

Pese a ese incremento, el peso de América Latina en el conjunto de exportaciones de Málaga es aún ridículo pues apenas representa el 3,8% del total. La provincia vende solo en Portugal el triple que en todos los países de Centroamérica y Suramérica. La distancia, la inseguridad jurídica de algunos estados y la inestabilidad política y económica de otros han tenido tradicionalmente más fuerza que el idioma común, aunque esos temores se van disipando poco a poco por necesidad, por el fuerte y continuo crecimiento PIB de estos países y porque cada vez hay más información y vías para canalizar la inversión de forma segura.

En este sentido, Málaga se está convirtiendo en un punto de encuentro casi obligado para los representantes institucionales de numerosos países latinoamericanos en busca de inversores locales. En menos de un mes, por ejemplo, han pasado por la Cámara de Comercio de Málaga el embajador de Ecuador, el consejero de la embajada de Perú y el cónsul de Cuba en Andalucía; hace unas semanas se celebró en la capital el II Foro de Tecnología, Innovación y Conocimiento

EXPORTACIONES DE MÁLAGA A AMÉRICA LATINA

País	2008	2013
México	17.246	17.793
Brasil	1.677	9.448
Cuba	2.983	4.999
Argentina	1.330	4.040
Venezuela	1.911	3.153
República Dominicana	832	2.760
Chile	932	2.474
Perú	1.890	2.321
Paraguay	242	1.880
Bolivia	334	961
Colombia	226	912
Panamá	239	902
Uruguay	231	781
Costa Rica	349	704
Honduras	395	636
Ecuador	393	405
Guatemala	216	165
Nicaragua	270	87
El Salvador	79	70
Haití	12	7
<b>Total</b>	<b>31.786</b>	<b>54.297</b>

Fuente: Extenda. Datos en miles de euros.



EXPORTACIONES ANDALUZAS A AMÉRICA LATINA

Provincia	2008	2013
Almería	34.732	79.781
Cádiz	507.450	607.477
Córdoba	40.323	61.226
Granada	68.105	102.183
Huelva	158.406	241.802
Jaén	15.727	18.151
Málaga	31.786	54.297
Sevilla	244.717	395.821
Andalucía	1.101.246	1.560.738

IMPORTACIONES DESDE AMÉRICA LATINA

	2008	2013
Málaga	62.590	69.667
Andalucía	2.067.188	2.808.295
España	14.034.248	18.105.433

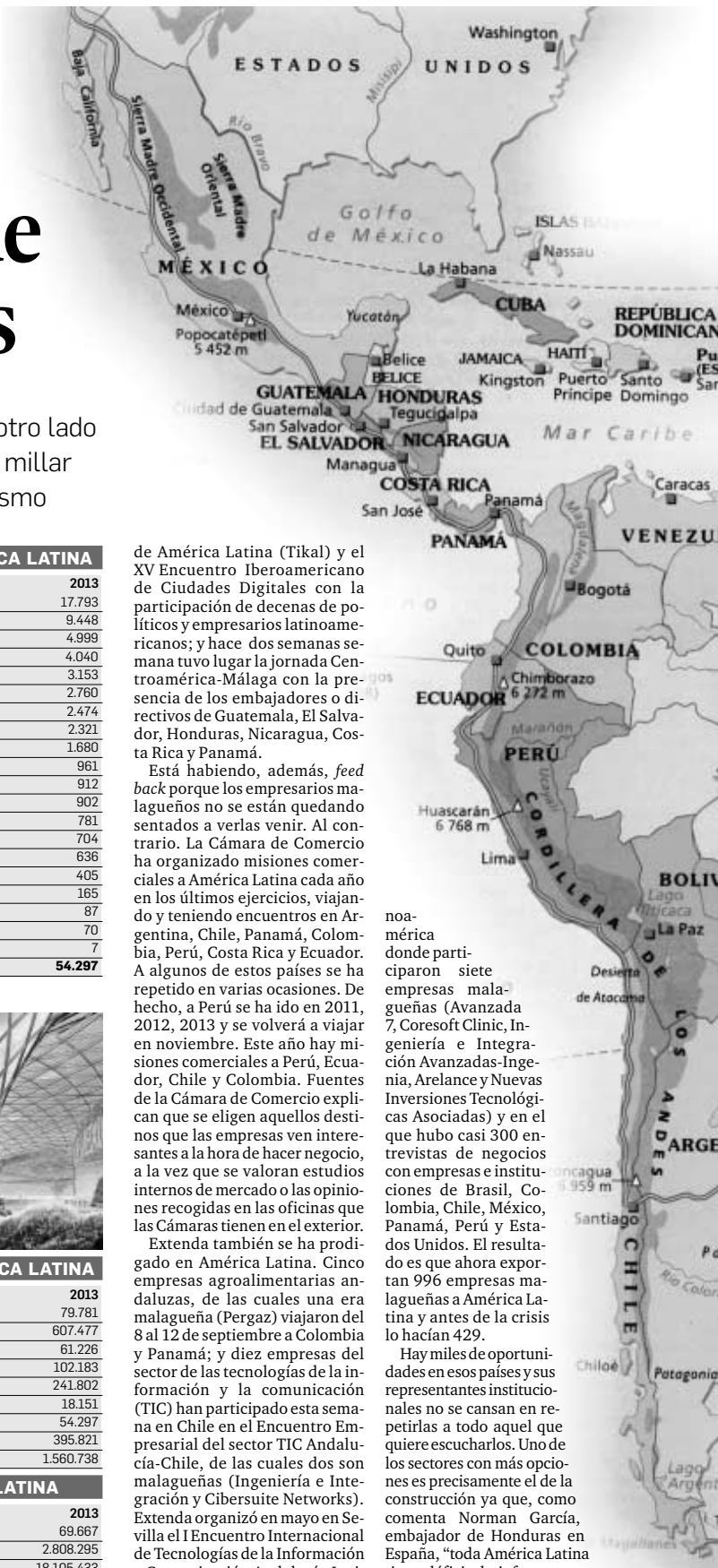
de América Latina (Tikal) y el XV Encuentro Iberoamericano de Ciudades Digitales con la participación de decenas de políticos y empresarios latinoamericanos; y hace dos semanas semana tuvo lugar la jornada Centroamérica-Málaga con la presencia de los embajadores o directivos de Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Costa Rica y Panamá.

Está habiendo, además, *feed back* porque los empresarios malagueños no se están quedando sentados a verlas venir. Al contrario. La Cámara de Comercio ha organizado misiones comerciales a América Latina cada año en los últimos ejercicios, viajando y teniendo encuentros en Argentina, Chile, Panamá, Colombia, Perú, Costa Rica y Ecuador. A algunos de estos países se ha repetido en varias ocasiones. De hecho, a Perú se ha ido en 2011, 2012, 2013 y se volverá a viajar en noviembre. Este año hay misiones comerciales a Perú, Ecuador, Chile y Colombia. Fuentes de la Cámara de Comercio explican que se eligen aquellos destinos que las empresas ven interesantes a la hora de hacer negocio, a la vez que se valoran estudios internos de mercado o las opiniones recogidas en las oficinas que las Cámaras tienen en el exterior.

Extenda también se ha prodigado en América Latina. Cinco empresas agroalimentarias andaluzas, de las cuales una era malagueña (Pergaz) viajaron del 8 al 12 de septiembre a Colombia y Panamá; y diez empresas del sector de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) han participado esta semana en Chile en el Encuentro Empresarial del sector TIC Andalucía-Chile, de las cuales dos son malagueñas (Ingeniería e Integración y Cbersuite Networks). Extenda organizó en mayo en Sevilla el I Encuentro Internacional de Tecnologías de la Información y Comunicación Andalucía-Lati-

no-américa donde participaron siete empresas malagueñas (Avanzada 7, Coresoft Clinic, Ingeniería e Integración Avanzadas-Ingeniería, Arelance y Nuevas Inversiones Tecnológicas Asociadas) y en el que hubo casi 300 entrevistas de negocios con empresas e instituciones de Brasil, Colombia, Chile, México, Panamá, Perú y Estados Unidos. El resultado es que ahora exportan 996 empresas malagueñas a América Latina y antes de la crisis lo hacían 429.

Hay miles de oportunidades en esos países y sus representantes institucionales no se cansan en repetir las a todo aquel que quiere escucharlos. Uno de los sectores con más opciones es precisamente el de la construcción ya que, como comenta Norman García, embajador de Honduras en España, "toda América Latina tiene déficit de infraestructura-





ras". Es un denominador común en la mayoría de países y se presentan unos retos interesantes en los que las empresas malagueñas y españolas tienen mucho que decir ya que tienen muy buena imagen en Latinoamérica. Uno de los mega-proyectos es la construcción de un nuevo canal en Nicaragua, al estilo del de Panamá pero con la diferencia de que el nicaragüense es más ambicioso ya que tendrá una longitud de 278 kilómetros, frente a los 80 kilómetros del de Panamá, y permitirá el acceso a barcos más grandes. Además del canal en sí, el gobierno nicaragüense quiere hacer dos puertos, en la zona del Caribe y del Pacífico, y un aeropuerto internacional. Verónica Rojas, embajadora de Nicaragua en España, asegura que en diciembre empezarán las primeras obras y



que el objetivo es que esté todo operativo en 2020. "Se están dando incentivos a las empresas. Primero a las nicaragüenses, luego a las centroamericanas y, en tercer lugar, a las del resto del mundo. Las españolas estarían en este tercer nivel pero podrían pasar al primero si se asocian con firmas de Nicaragua", indica. Según la embajadora, Nicaragua prevé invertir 10.900 millones de dólares entre 2012 y 2016 en energía, telecomunicaciones, turismo, agroindustria, manufactura electrónica, minería, puertos o polígonos. Su vecino, Panamá, ha estrenado gobierno recientemente,

## 500.000

**Viviendas.** Se necesitan construir en Perú para atender la demanda existente y mejorar las actuales

## 90%

**Energía limpia.** Costa Rica la tiene de ríos y volcanes, pero quiere potenciar la eólica y fotovoltaica

## 10.900

**Millones de dólares.** Invertirá Nicaragua entre 2012 y 2016 en todo tipo de infraestructuras

## 8-10%

**PIB.** Es lo que está creciendo Panamá en los últimos años de media

según relata Baldomero Rodiles-San Miguel, cónsul de Panamá en Málaga, "no solamente va a mantener las realidades económicas del país en inversiones sino que le va dar también un matiz social que es fundamental para que Panamá siga aumentando su PIB, potenciando todo lo relacionado con la sanidad o las viviendas sociales y ahí va a haber un nicho de mercado interesante". Teniendo en cuenta que este país está elevando su PIB entre un 8 y un 10% al año las expectativas suben. Según el cónsul, la ampliación del canal se concluirá en esta legislatura y su actividad representa el 15% del PIB local "lo que es una garantía para los inversores de cara al futuro".

Perú tiene, en estos momentos, 300.000 empleos esperando para ser ocupados. Así lo refleja el consejero de la embajada de Perú en España, Bernardo Muñoz, quien subraya que "tenemos falta de expertos técnicos, necesidad de construir 500.000 viviendas y somos deficitarios en infraestructuras por valor de 90.000 millones".

La construcción puede jugar un papel clave, pero no es el único sector en el que fijarse. El embajador de Ecuador en España, Miguel Calahorrano, destaca que tienen un alto interés en crecer en materia turística y en agroindustria. "Esperamos llegar a acuerdos con empresas españolas y generar progreso", dice.

Muchos países latinoamericanos, sobre todo en Centroamérica, tienen grandes posibilidades turísticas que están siendo poco explotadas y, en este ámbito, piden la colaboración de empresas españolas especializadas. Por ahora, la mayoría de las inversiones se han centrado en hoteles en Riviera Maya (México), República Dominicana, Cuba o Jamaica, pero aún hay mucho camino por delante. Costa Rica es un ejemplo. El 25% de su territorio es parque nacional y el país quiere potenciarlo tanto desde el punto de vista turístico como energético. Juliana Borbón, ministra consejera de la embajada de Costa Rica en España, afirma que ofrecen incentivos y ventajas fiscales a los inversores extranjeros y que éstos tienen buenas posibilidades de negocio en manufactura avanzada, servicios, salud y tecnologías limpias. En estos momentos, el 90% de la energía que se produce en Costa Rica es limpia y procede de las ramas hidroeléctrica por los ríos y geotérmica por los volcanes, pero quieren potenciar la eólica o la solar. Honduras es otro de los países que quieren implantar más renovables.

Málaga exporta a Latinoamérica principalmente aceite y grasas animales, pero ha llegado el momento de cambiar el chip. Estos países necesitan carreteras, aeropuertos, hoteles e incluso cosas tan básicas como medicinas o papel higiénico. Empresas malagueñas de todos los sectores pueden tener su oportunidad y solo falta creérselo, desterrar prejuicios y arriesgarse.

**Miguel Calahorrano**  
Embajador de Ecuador

*Esperamos llegar a acuerdos con empresas españolas y generar progreso"*

**Norman García**  
Embajador de Honduras

*Toda América Latina tiene déficit en infraestructuras y hay oportunidades"*

**Verónica Rojas**  
Embajadora de Nicaragua

*Si las empresas españolas se alían con las nicaragüenses reciben más incentivos"*