

Un 'Nuevo Mundo' para la exportación

BRIC (Brasil, Rusia, India, China) y CIVETS (Colombia, Indonesia, Vietnam, Egipto, Turquía y Sudáfrica) están llamados a ocupar un lugar relevante en la economía global. Son países emergentes, y un prometedor futuro para las exportaciones de las empresas españolas. **TXT_Miguel Ángel García Vega**





Nos movemos de forma inexorable hacia una nueva economía. Los centros geográficos que construyen la actual han dejado de ser una bisectriz invisible que une Estados Unidos y Europa. Ahora, nuevos jugadores reclaman protagonismo. Surge una nueva geometría del poder económico, cuya cartografía es un reto y una oportunidad. El último *Economic Outlook* elaborado por Crédito y Caución nos cuenta que en términos mundiales la economía crecerá este año entre un 3,1% y el 3,5%, sosteniendo una mirada, sin duda, optimista. Y si nos adentramos más en el informe sabremos que las regiones de Asia-Pacífico y América Latina desarrollarán tasas superiores al 4%. “La actividad económica mundial empezó a recuperarse en el segundo trimestre de 2009 y, a grandes rasgos, siguió haciéndolo en los últimos trimestres, si bien, ahora, el ritmo se

ha moderado”, se afirma en este trabajo, que pone en evidencia un desarrollo a dos velocidades. A la vez, en el otro lado del mundo, hasta ahora el gran baluarte de la prosperidad, Europa Occidental y Estados Unidos crecerán por debajo del 2%. “América vivirá un declive de su hegemonía durante este siglo”, prevé Víctor Pou, profesor de Economía del IESE. Aun así, avanza este experto, mantendrá su “liderazgo tecnológico y empresarial en conceptos como I+D o Defensa”.

Pero la historia nos enseña que este mundo no es tan nuevo. En 2030 China se convertirá en la gran potencia económica del planeta, lo que, en cierta manera, es una vuelta al orden antiguo. “En 1800 ya era la mayor economía del mundo. Su imperio era el más fuerte, rico y quizás el mejor gobernado. Los hombres más ricos sobre la tierra eran chinos”, recuerda William Kirby, profesor de estudios asiáticos en la Universidad de Harvard.

BRIC Y CIVETS. En este contexto, ni todos los continentes ni todas las geografías ofrecen las mismas posibilidades. “Sin los BRIC (Brasil, Rusia, India, China) y los CIVETS (Colombia, Indonesia, Vietnam, Egipto, Turquía, Sudáfrica) estaríamos perdidos”, con esta rotundidad se expresa Jesús Martín Sanz, director de Conocimiento de los Programas de Internacionalización de la EOI.

¿A qué se refiere este experto? Escuchémosle: “Estos países han superado la crisis producida por el crash financiero de una manera envidiable. No solo han evolucionado tecnológicamente y jurídicamente, homologando día a día sus economías y controlando sus altísimas cotas de crecimiento con el resto de sus variables macroeconómicas, sino que los resultados obtenidos les están permitiendo mantener unas posiciones financieras que hace que incluso les pidamos ayuda para resolver nuestros problemas monetarios. ¡Increíble!”, exclama Jesús Martín Sanz.

Las relaciones de poder se han visto modificadas de forma inexorable. Los expertos calculan que en unos pocos años el peso del PIB europeo en el mundo no será ni el 17% del total del planeta. Un dato. El FMI

De las diez economías de mayor crecimiento en la próxima década, siete serán africanas

estima que siete de las diez economías de mayor crecimiento en la próxima década serán africanas. Así que el desarrollo pasará por ese nuevo espacio descrito bajo esos acrónimos: BRIC y CIVETS junto a otros que están gozando de similar aceptación. Pues también hay BRICK (incluye a Corea), BRIMC (México) o CEMENT (Countries in Emerging Markets Excluded by New Terminology).

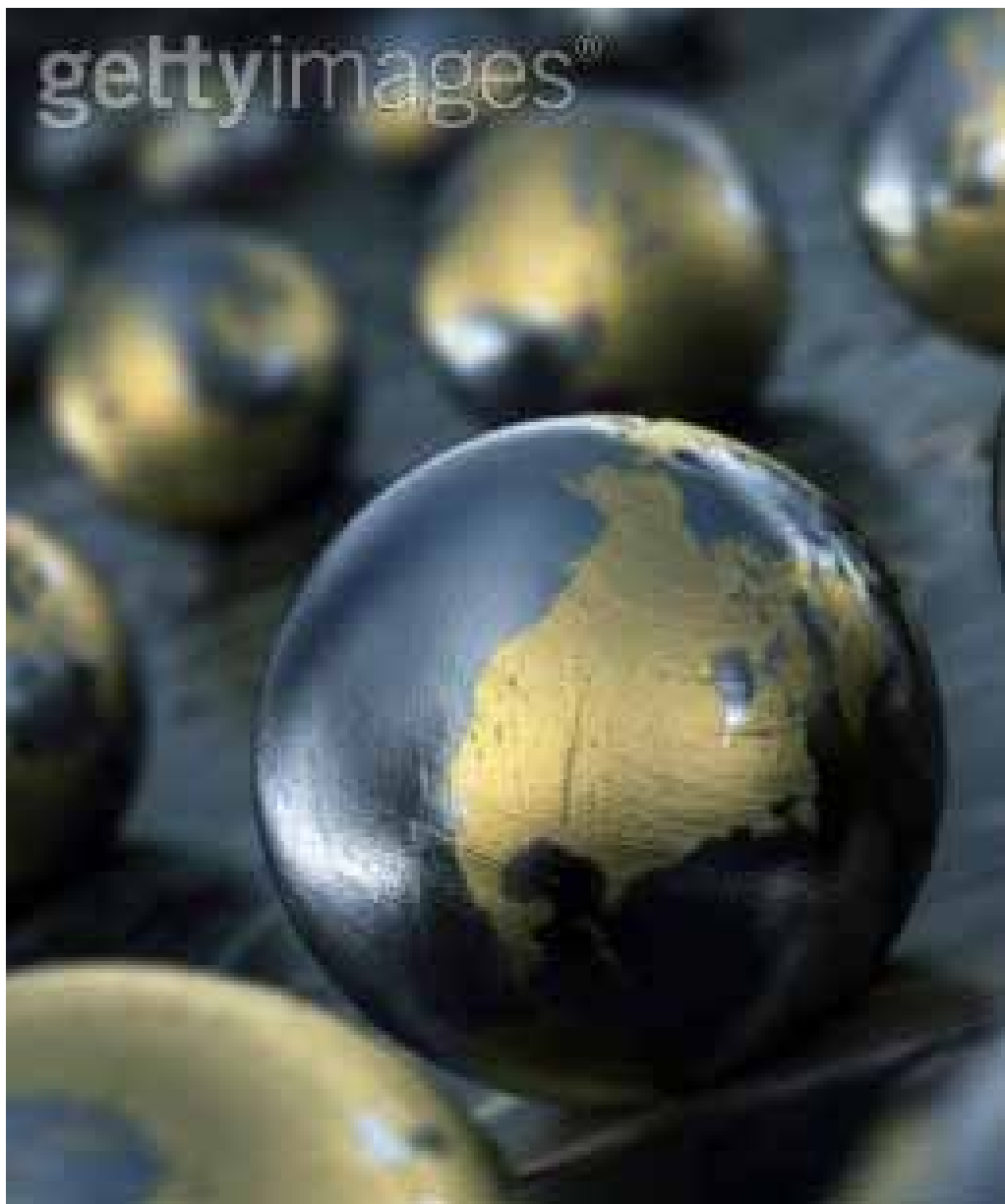
‘ÁGUILAS’ DEL CRECIMIENTO GLOBAL.

Incluso podemos encontrar analistas que creen que dentro de este *sudoku* de acrónimos los que mejor radiografían este nuevo mundo son los EAGLES (en español, Economías Emergentes que Lideran el Crecimiento Global) y los New Growth Markets. En concreto, las *águilas* incorporan a China, India, Brasil o Rusia, pero también a Corea, Indonesia, México, Turquía, Egipto y Taiwán. Son países que comparten >

> algunas señas de identidad. Son territorios que crecen a ritmos superiores a la media mundial, según datos del FMI, y cuentan con una población relativamente elevada, que va desde los 240 millones de habitantes que tiene Indonesia a los 46 millones de Colombia. Además, las economías emergentes, con los BRIC a la cabeza, producen actualmente casi el 20% del total mundial, cuando en 2000 solo era el 10%. Su auge es una respuesta evidente a la fatiga de mercados ya maduros, como el japonés o el americano.

En este imparable proceso de reordenación surgen interesantes destinos (léase oportunidades) para la exportación española. Dentro de su particular selección, Raúl Vázquez, socio director responsable de Transacciones de Ernst & Young, opta por Brasil (“un país con oportunidades tremendas”), India, Turquía (“donde el BBVA ha comprado la segunda entidad financiera del país”) y Australia. En este último, precisa este experto, hay oportunidades que proceden de sus ambiciosos planes de desarrollo de infraestructuras.

UN VIAJE A LA EXPORTACIÓN. ¿Y en nuestro país, qué sucederá? “España crecerá en los próximos cinco años a niveles que oscilan entre el 1% y el 0,8%”, prevé David Cano, socio de Analistas Financieros Internacionales (AFI). Así que hacer el viaje a la exportación es, antes que una necesidad, un camino obligado. “Nuestro futuro pasa por aprovechar la gran capacidad de crecimiento que tienen los países emergentes, pero no solo los BRIC o los CIVETS”, ahonda David Cano. Y es que “también hay vida lejos de India y China”, aclara José Luis Martínez, economista jefe



BODEGA INIESTA

Un negocio ‘mundial’ entre viñas



Desde hace unos años, el *coupage* entre futbolista y vino tiene una enorme proyección. Ronaldo, Michel o Butragueño decidieron en su día comprar viñas y viñedos y formar parte, como socios, de varios proyectos enológicos, sobre todo en la Ribera del Duero. Pues bien, en el centro de La Manchuela se localiza la Bodega Iniesta. En concreto, el viajero la hallará en Fuentealbilla (Albacete). Son unas

120 hectáreas en las que se han plantado variedades autóctonas (Bobal, Macabeo) y foráneas (Cabernet Sauvignon Blanc, Chardonnay, Syrah...). Con estas uvas se elaborarán, en principio, 250.000 botellas. Para quien se lo esté preguntando hay que decir que sus primeros caldos llegaron al mercado el pasado mes de mayo. Y llevan nombres tan sugerentes como Corazón Loco o Finca El Carril. Ah, por si les ha pasado inadvertido: la bodega es propiedad del futbolista cuyo gol le valió a España el Campeonato Mundial de Fútbol de Sudáfrica, y es explotada por su familia.

Operación asegurada en
Crédito y Caución

de Citigroup. “China es actualmente más un centro exportador que receptor de importaciones, algo que pasa inadvertido. Así que no es una Arcadia económica que absorba toda clase de productos y servicios. Por lo tanto, si se va hay que hacerlo con cuidado”.

Sea como fuere, con un mercado interior exhausto, “la exportación es un punto de no retorno. La empresa española tiene que salir fuera sí o sí. Y esto, desde luego, es aplicable a las pequeñas y medianas compañías”, apunta Raúl Vázquez, de Ernst & Young. Además cuentan con un añadido extra, pues parte de los deberes ya están hechos. Las firmas españolas han ajustado sus productos por la vía de los costes de fabricación con el fin de ganar competitividad.

Las empresas de nuestro país pueden sacar partido de un comercio mundial que, según



GRUPO COREN

La unión de 6.000 familias

Operación asegurada en
Crédito y Caución



El grupo empresarial ourensano Coren exhibe la fortaleza de su cuenta de resultados. Este año, esta cooperativa, que alberga a 6.000 familias y que es la primera cárnica española (incuban 70 millones de pollos y fabrican 950.000 toneladas de pienso), alcanzará los 1.000 millones de euros de facturación, superando los 910 millones con los que cerró el ejercicio pasado. ¿Cómo se explican estas cifras? Sin duda, la actividad exterior tiene mucha responsabilidad. La empresa está aumentando su apuesta por África, Sudamérica y Europa. Tanto es así que la estrategia de la compañía pasa por adaptar su catálogo de más de 1.300 referencias según el mercado (y sus particularidades en el consumo) concreto en el que opere. Y cuando una empresa tiene tanta actividad exterior, el recurso al crédito comercial, más que una opción financiera, es una obligación. Para cubrir este apartado cuenta desde hace dos décadas con la complicidad de Crédito y Caución. Así lo refrenda Manuel Domínguez, director de Riesgos de Coren: “No nos ha defraudado en absoluto. Todo lo contrario. Ha superado nuestras expectativas, porque aparte de la cobertura de nuestros riesgos comerciales y su colaboración en la prevención de los mismos, nos ha servido de apoyo y disciplina al valorar las solicitudes de crédito, minimizando las clásicas fricciones entre el departamento comercial y el de riesgos”.

el *Economic Outlook* de Crédito y Caución, crecerá un 6% en 2011 y 2012. “Si bien este ritmo es más lento que el registrado el año pasado, representa un índice en consonancia con la media de los últimos 20 años”, indica. Ahora bien, ¿qué sectores y productos podemos exportar? David Cano, de AFI, aporta su recomendación: alimentos, fármacos, tecnología... E incide en estos últimos productos. “Es falsa la idea de que España no tiene capacidad para exportar tecnología”, dice. Analizando los datos del Banco de España entre 1999 y 2008, las exportaciones de manufacturas de

tecnología media-alta representaban el 45% del total. Alemania estaba en el 51%. De esto se deduce que “sabemos sacar fuera nuestro talento exportador”, precisa Natalia Aguirre, jefe de renta variable de Renta 4. “Tenemos tecnología y sabemos cómo exportarla”.

Otro ejemplo puede ser una buena pista. Mientras siga aumentando la clase media en China, Brasil y la India –y con ella la compra de casas y coches– la industria química sacará ventaja. De hecho, la demanda de fertilizantes, pinturas y productos auxiliares está creciendo a un ritmo que no se veía desde la Segunda Guerra Mundial.

Esta claro que exportar exige reflexión. “Salir al exterior en estos territorios” –explica un experto de una gran consultora estratégica que prefiere no ser citado– “debe estar guiado por tres preguntas: ¿Dónde quiero ir, por qué y cuándo?” A partir de esto hay que construir un análisis que combine las potencialidades de la nación de destino con las capacidades presentes y futuras de la empresa y el producto o servicio (ventajas competitivas) que se quiere exportar. Por ahondar en esta visión, resulta necesario emprender un análisis previo de la situación del sector en los países a los que queremos exportar y de sus características socioeconómicas. Respecto a los sectores de exportación, es básico conocer el valor de las importaciones, sus tendencias, las naciones competidoras, la existencia de producción local, barreras arancelarias y no arancelarias.

> **cycomex** • Asegúrese de pisar tierra firme

La información constituye el principal activo de una empresa que se decide a exportar. ¿Qué riesgos presenta el país en el que voy a vender mis productos? ¿Encontraré socios comerciales fiables? ¿Qué trámites resultan imprescindibles para iniciar allí las actividades comerciales? Estas dudas y muchas más, hasta un total de 500, son las que resuelve Cycomex, la plataforma del servicio integral de asesoramiento en Comercio Exterior y Operaciones de Comercio Internacional de Crédito y Caución. En su mayoría, son preguntas planteadas por los asegurados y por la red de mediación de la compañía.

Cycomex recoge y pone a disposición de los clientes toda la información práctica acumulada por la experiencia de más de ocho décadas de trabajo de la Compañía. Además de acceder a las respuestas que puedan darse a todas estas dudas, nuestros asegurados disponen de fichas prácticas actualizadas acerca de cien países, de completos informes sectoriales y de un servicio de consultoría a medida a través del correo electrónico cycomex@creditoycaucion.es.

El objetivo es que su empresa pueda minimizar el riesgo financiero y el riesgo país en todas sus operaciones de comercio exterior.





LUSO IBÉRICA

Operador logístico con vocación global



Desde su nacimiento en 1991 Luso Ibérica de Transporte Almacenes e Inversiones ha tenido vocación global. Con sede en Badajoz, este operador logístico ha construido una estructura de negocio basada en servicios a la exportación. Desde el transporte nacional e internacional en cualquiera de sus modalidades al almacenaje y distri-

bución, pasando por la búsqueda de clientes para empresas, así como el asesoramiento en todo lo relacionado con el comercio exterior, dando un servicio totalmente globalizado. Es decir, ha sabido diversificarse y adaptarse a los nuevos tiempos. Gracias a esta mirada, tiene presencia en Badajoz, Sevilla, Francia, Alemania, Holanda e Italia. Aunque su destino prioritario es Portugal, por la cercanía geográfica. Su relación con Crédito y Caución se remonta a su origen, en 1991. "Si las compañías de riesgo dejaran de existir nosotros cerraríamos al día siguiente", concluye Francisco Torrado,

Operación asegurada en
Crédito y Caución

> **ESTRATEGIA Y ASESORAMIENTO.** Una vez decidido el país hay que trazar una estrategia a medio y largo plazo. Es muy importante contar con asesoramiento para conocer en profundidad sus singularidades. Además es necesario amoldarse al mercado tanto al negociar como al adaptar el producto. Y, por qué no, valorar si resulta más adecuado entrar de la mano de un socio local o recurrir a una empresa española que ya tenga experiencia en la zona. En este sentido, desterramos complejos: "España tiene una brillante trayectoria de internacionalización y cuenta con muchas infraestructuras de apoyo a la salida exterior de sus empresas", recuerda José Carlos Díez, economista de Intermoney. Y todo esto sucede en un entorno de crisis e incertidumbre que está ralentizando el crecimiento económico en los mercados. Por lo tanto, "debido a una necesidad urgente de consolidación de la



ALUMINIOS CORTIZO,

La exportación brilla



La historia de Aluminios Cortizo nos enseña cómo en las situaciones económicas más adversas se puede crecer. Esta empresa gallega especializada en soluciones de aluminio para la arquitectura ha trazado toda una brillante estrategia de expansión internacional que la ha llevado a estar presente de manera activa en 27 países europeos. Lo interesante de este movimiento es que forma parte del ADN de la compañía. No es fruto ni de la urgencia económica ni de la improvisación. De hecho, tiene fábricas propias en Portugal, Eslovaquia y Polonia. Y pronto se unirá Francia. Gracias a este dibujo está presente en la Europa del sur y del norte. ¿Resultado? Una red comercial que se expande por 27 países.

Operación asegurada en
Crédito y Caución

Junto a ello, los centros productivos en España, que nos llevan a Ciudad Real, Santa Cruz de Tenerife y A Coruña. Sobre esta topografía la empresa mueve al año 250 millones de euros y una capacidad de producción que alcanza las 75.000 toneladas anuales de aluminio. En los tres últimos años, como respuesta al enrocamiento de la crisis, su cartera de clientes industriales ya representa más del 90% del total de las exportaciones. ¿Y en qué momento se entrelaza la historia de Aluminios Cortizo y Crédito y Caución? Hay que llevar atrás las manecillas del reloj y situarnos hace casi 20 años. Desde entonces, el seguro de crédito se ha convertido para la compañía “en una herramienta de ayuda tanto desde el punto de vista comercial como en las finanzas”, concluye Juan Ignacio Verdejo, director financiero de Aluminios Cortizo.

El control de los precios es una variable que hay que manejar con cuidado en los ‘nuevos’ países

deuda y medidas de austeridad, estos mercados emergentes son cada vez más atractivos para los inversores y las empresas”, se lee en el *Economic Outlook*. Al final, hay una estrategia clara. “El control del déficit y de una ortodoxia financiera y fiscal resulta clave para salir de la crisis en la medida en que libera recursos para la actividad empresarial privada, lo que provoca una mayor actividad y repercute en el empleo y el consumo, que son las claves para iniciar la recuperación económica en España”, reflexiona Alfonso Osorio, presidente de BDO. Por su parte, Juan Iranzo, vicepresidente del Instituto de Estudios Económicos (IEE), es defensor a ultranza del equilibrio presupuestario, ya que de lo contrario “se produciría un efecto de *crowding out* (expulsión) en el que la capacidad de inversión de las empresas se vería mermada por la elevada deuda pública”.

Y, claro, dentro de esta política económica ortodoxa hay que prestar mucha atención al control de los precios en estos *nuevos* países. La inflación es un peligro más próximo para los mercados emergentes que para los desarrollados, debido a la elevada exposición que tienen al precio de los alimentos y las *commodities*”, reflexiona Carl Astorri, economista del banco Coutts. Llegados a este punto, hagamos una reflexión. Estos países combinan oportunidades y riesgos y el éxito radica en saber manejar ambos conceptos. En esta reflexión es en la que encajan los seguros de crédito y caución y los profesionales que los gestionan. Gracias a su conocimiento de los mercados y de las empresas que en ellos operan pueden limitar los riesgos de impago y, a través de diferentes productos especializados, garantizar económicamente las transacciones comerciales. <

