

LAS EMPRESAS MALAGUEÑAS HACEN LAS AMÉRICAS



ANTONIO M. ROMERO | **NURIA TRIGUERO**


✉ aromero@diariosur.es
✉ ntriguero@diariosur.es

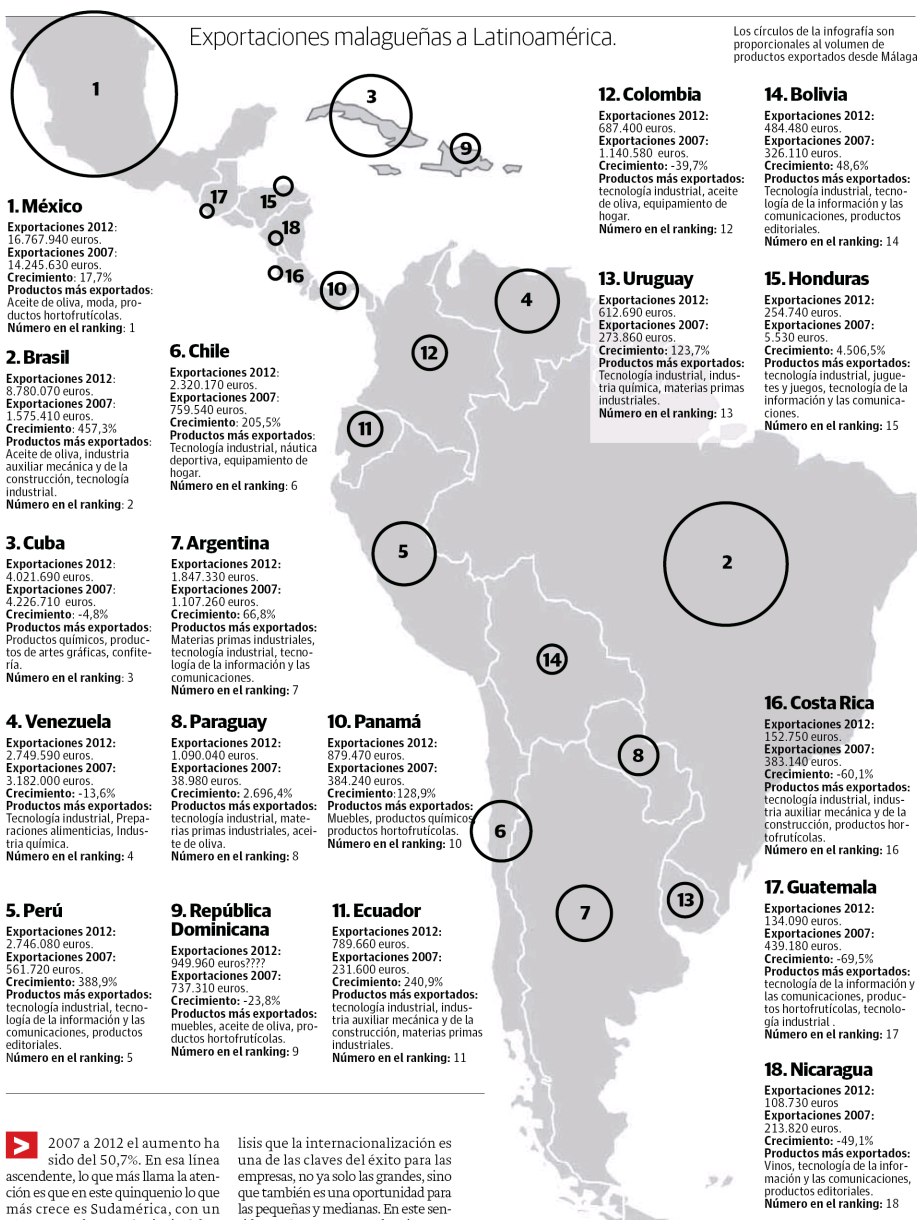
Las exportaciones crecieron un 25% en el primer trimestre de 2013 y en dos años casi se han duplicado las firmas de la provincia que han emprendido negocios al otro lado del Atlántico



A finales del siglo XIX y principios de XX hubo una importante emigración española hacia Latinoamérica en busca de fortuna y de unas oportunidades que la deprimida España de esos momentos no podía ofrecer. Salvando las distancias, hoy, con la mayor crisis conocida golpeando con fuerza las estructuras económicas, laborales y sociales provinciales con la consiguiente contracción de la actividad, las empresas malagueñas están haciendo las Américas, ya que estos países se presentan como un nuevo 'El Dorado'.

Los datos demuestran esta tendencia. El pasado año hubo 888 empresas malagueñas que exportaron productos a América Latina, casi el doble que en 2010, cuando fueron 498 compañías. Junto a ello, las exportaciones de Málaga a Latinoamérica aumentaron en 2012 un 4,92% hasta alcanzar los 45,6 millones de euros, mientras que en el primer trimestre del año en curso el crecimiento es de un 25,55%, según las cifras oficiales del Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX).

Aunque hay un dato especialmente elocvente: desde 



➤ 2007 a 2012 el aumento ha sido del 50,7%. En esa línea ascendente, lo que más llama la atención es que en este quinquenio lo que más crece es Sudamérica, con un 140%, pasando a ser el principal destino con la mitad de las exportaciones realizadas el pasado año, desplazando de ese lugar privilegiado a Centroamérica, cuyos países hasta ahora eran los que acaparaban la mayor parte de las exportaciones de las firmas malagueñas.

Aceite de oliva, tecnología industrial, moda, productos químicos y culturales copan los primeros lugares del ranking del género que Málaga vende, por orden, a países como México, Brasil, Cuba, Venezuela y Perú.

Los expertos subrayan en sus análisis

que la internacionalización es una de las claves del éxito para las empresas, no ya solo las grandes, sino que también es una oportunidad para las pequeñas y medianas. En este sentido, se observa una tendencia entre las firmas malagueñas y es que además de las exportaciones, están aumentando aquellas sociedades que se están instalando físicamente en los países latinoamericanos a través de filiales o delegaciones.

Junto a las exportaciones, crecen las empresas que se instalan físicamente en estos países

Consiente del 'boom' por hacer las Américas, la Cámara de Comercio de Málaga, dentro de su Plan Anual de Promoción y Servicios de Comercio Exterior y Turismo ofrece servicios de asesoramiento y organiza misiones comerciales a Latinoamérica. Así, el pasado abril, una delegación malagueña compuesta por ocho compañías participó en una misión comercial en Ecuador y Perú, dos de las naciones actualmente más atractivas para invertir.

«El conjunto de países latinoamericanos no cabe duda que está ofreciendo una imagen muy positiva para la atracción de negocios e inversiones en estos últimos tiempos. Hemos de tener en cuenta que, mientras las principales economías a nivel mundial se están viendo ralentizadas y, en el mejor de los casos, estancadas, Latinoamérica va, poco a poco, pero firmemente, fortaleciendo sus resultados y creciendo. A ello hay que sumar el aumento del con-

sumo en esos países», destaca en declaraciones a SUR el presidente de la Cámara de Comercio de Málaga, Jerónimo Pérez Casero.

En la misma línea, Extenda, la Agencia Andaluza de Promoción Exterior de la Junta, está potenciando las iniciativas comerciales al otro lado del Atlántico ya que, según informaron desde este organismo, se está incrementando «notablemente» el interés y la actividad de firmas malagueñas en este territorio. Los consulados de países americanos con delegación en Málaga, corroboran que cada vez son más los empresarios de la provincia que solicitan información sobre posibilidades de inversión en sus naciones.

Sectores

En cuanto a los sectores, además de los tradicionales del turismo, el comercio, el agroalimentario y el de los servicios, en los últimos años se ha detectado la expansión en Latinoamérica de ingeniería, construcción y gestión de servicios públicos, que buscan en el exterior las oportunidades que el mercado nacional les niega actualmente. Son en buena medida las empresas que han protagonizado la modernización de infraestructuras de Andalucía, de sus servicios técnicos de ingeniería, arquitectura y consultoría de empresas; de su Administración; de su obra civil; de los transportes; del sector inmobiliario y de la construcción y que se presentan con el aval de su trabajo desarrollado en los últimos tiempos. Una experiencia que es fundamental para modernizar a los países latinoamericanos.

Uno de los últimos casos de empresas malagueñas de construcción que han dado el salto a América es Equipo Sur, fundada en 2006 y dedicada hasta ahora a la instalación y el mantenimiento de contenedores soterrados de basura, se ha lanzado al negocio inmobiliario en Colombia. A principios de 2014 tiene previsto comenzar la construcción de mil viviendas en la ciudad de Buenaventura, situada en la costa del Pacífico, cerca de Cali. Una iniciativa que conlleva una inversión de 32 millones de euros.

El proyecto residencial, promovido por la filial colombiana de Equipo Sur en alianza con una constructora local llamada Urinsa, se llama 'Reserva de los Álamos' y se enmarca en un programa de vivienda auspiciado por la Alcaldía Distrital de Buenaventura (la empresa malagueña controla el 80% de la UTE). Aunque allí no existe la VPO como tal, las viviendas no serán libres, sino que irán dirigidas a colectivos específicos. «Se trata de una ciudad de 400.000 habitantes en la que hay mucha falta de vivienda. Allí no se construye nada nuevo desde hace diez años; de ahí el interés que se ha tomado el propio alcalde en este proyecto», apunta el presidente de la compañía, Sergio Ramos.

Fundada en el año 2009, Gestomer Ingeniería, compañía especializada en obras civiles como puertos, edificaciones deportivas y naves industriales, hace un año que decidió cruzar el charco y ya se encuentra trabajando el puerto de Santiago de Chile y estudiando expandirse por otros países de la zona como Ecuador y Perú, según explica su director, Javier Ruiz Cuadrado.

«Latinoamérica es una zona en desarrollo. Fundamentalmente faltan muchas infraestructuras, por lo que se presenta como un continente con grandes oportunidades para las empresas malagueñas, sobre todo, si tienen un valor añadido que aportar y que allí no tienen», manifiesta Ruiz Cuadrado.

Este empresario agrega que junto a estas oportunidades, el idioma facilita en gran medida las relaciones comerciales, aunque reconoce que la larga distancia y los altos costes de los viajes son un handicap. Asimismo y aunque admitió que organismos como la Cámara de Comercio prestan ayuda a las empresas que emprenden la internacionalización, Ruiz Cuadrado reclamó «una mayor implicación» de las instituciones públicas, especialmente en materia de fi-

RANKING PRODUCTOS

Cifras en euros

| | |
|---|------------|
| Aceite de oliva | 16.153.100 |
| Tecnología industrial | 7.965.370 |
| Moda | 4.139.990 |
| Productos químicos | 3.298.990 |
| Productos culturales | 3.051.320 |
| Hábitat | 2.037.190 |
| Industria auxiliar mecánica y de la construcción | 1.879.750 |
| Productos hortofrutícolas | 1.674.750 |
| Materias primas industriales | 1.525.040 |
| Tecnología de la información y las comunicaciones | 1.304.900 |



El idioma es una ventaja a la hora de entablar relaciones, mientras que la larga distancia es un handicap por los costes

La construcción, en obra civil e inmobiliaria, y las nuevas tecnologías son campos que ofrecen buenas oportunidades

nanciación ya que las pymes suelen encontrarse con problemas con los avales, ya que, en ocasiones, no se aceptan los de bancos españoles.

Desde agosto de 2011, cuando constituyeron una sociedad en Chile, Ingeniería está asentada en Latinoamérica ofreciendo su catálogo de servicios en administración de sistemas, comunicaciones inalámbricas, formación on-line y desarrollo de software y seguridad en Internet. Y es que las nuevas tecnologías son otra importante vía de negocios en Latinoamérica.

«Son países con una economía que crece anualmente en torno a un 5%. Carecen de infraestructuras y de desarrollo tecnológico y eso es un buen caldo de cultivo para que las empresas malagueñas del sector puedan ofrecer sus servicios y productos. Lo que sabemos hacer aquí muy bien, podemos exportarlo allí», destaca el director de Ingeniería, José Blanco.

Eso sí, Blanco añade que, dado que cada país tiene una cultura societaria diferente, lo más recomendable es crear sociedades en cada uno de ellos porque hacerlo desde España tiene «un sobre coste importante» debido a los impuestos que deben abonarse.

Crece el interés por expandirse en Estados Unidos

Los ojos de las empresas malagueñas están fijados en Latinoamérica, pero no pierden de vista Estados Unidos, ya que crece el interés, especialmente de las compañías del sector agroalimentario, por expandirse en el potente mercado norteamericano. Agasur, El pinsapo de la Sierra de las Nieves, La princesa ibérica, Aceites del Mediterráneo, Green Food y Symerac Spanish Products son sociedades de la provincia que últimamente han participado en las jornadas técnicas organizadas por Extenda sobre las claves para el acceso al mercado estadounidense.

Los últimos datos oficiales demuestran que las exportaciones malagueñas a Estados Unidos se duplicaron entre 2011 a 2012, pasando de 34 millones de euros a 69 millones de euros, siendo la provincia andaluza que más creció. El mayor incremento lo experimentó la exportación de frutas y frutos secos (un 2.917% subió); seguido del aceite (un 333% de incremento) y de los aparatos y materiales eléctricos (una subida del 79%). El país del Tío Sam es el noveno del mundo al que se venden más productos malagueños, según la Agencia de Promoción Exterior de la Junta de Andalucía.