

Las relaciones económicas entre España y Asia-Pacífico en 2005

Alfredo Bonet Baiget

Secretario General de Comercio Exterior, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio

Resumen

El artículo ofrece un balance detallado de las relaciones económicas entre España y los países de la región de Asia Pacífico durante 2005, que el autor acompaña de un breve análisis de las características de cada uno de los principales mercados, para señalar las oportunidades y los retos que ofrecen a los actores económicos españoles, aún prudentes en cuanto a participar del auge que actualmente está experimentando la región de Asia y el Pacífico. En este contexto, se presentan también las principales iniciativas que desde la Secretaría general de Comercio Exterior, se han llevado a cabo para fomentar la presencia comercial española en Asia.

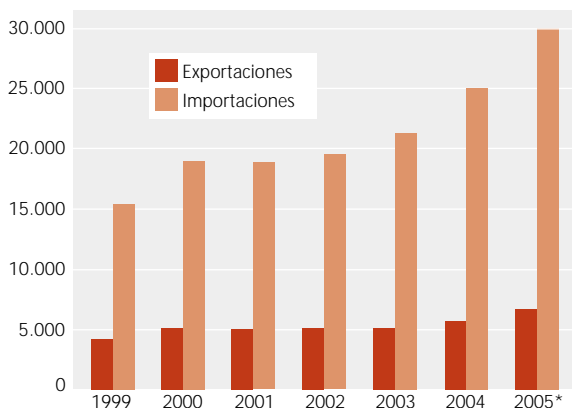
“ El recurrente déficit comercial con la zona de Asia-Pacífico es responsable ya del 30% del déficit comercial total español.”

ejercicio 2005, arrojan datos de comercio e inversión aún modestos e inferiores al potencial exportador e inversor español. Las exportaciones españolas a la zona superarán a finales de año los 6.000 millones de € (M€) y representan aproximadamente el 4,4% de nuestras ventas totales a terceros países, en clara progresión desde 1999, en el que esta cifra se situaba en torno al 3,9%. Las importaciones españolas de origen, sin embargo, crecen a tasas anuales muy superiores a nuestras ventas a la zona, lo que origina un déficit comercial creciente, que en 2004 alcanzó los 19.000 M€ y supera ya los 20.000 M€ en los diez primeros meses de 2005. El recurrente déficit comercial con la zona de Asia-Pacífico es responsable ya del 30% del déficit comercial total español.

Informe de las relaciones económicas durante 2005

Las relaciones económicas entre España y la región Asia-Pacífico, a la luz de los últimos datos disponibles para el

GRÁFICO 1.
Comercio bilateral total de España con Asia-Pacífico (Millones de euros)



*Estimación a partir del período enero-noviembre (datos provisionales)

Fuente: *Secretaría de Comercio Exterior*

La tradicional reticencia de muchos operadores económicos españoles a abordar los mercados de Asia y del Pacífico viene explicada por la gran distancia geográfica y cultural, el coste asociado a la prospección de mercado y la mayor accesibilidad relativa de los mercados europeos, iberoamericanos y mediterráneos. La administración comercial española es consciente de la necesidad de reforzar la presencia empresarial en una región que concentra la mitad de la población mundial, una cuarta parte del PIB y que muestra un dinamismo prodigioso, creciendo a tasas anuales generalmente superiores al 4%. Por esta razón, las tres mayores potencias asiáticas (Japón, China e India) cuentan con un Plan Integral de Desarrollo de Mercado (PIDM), que busca orquestar una acción coordinada en cada caso para promover la presencia de nuestras empresas en esos mercados.

Es previsible que en un futuro próximo esta estrategia, sobre la que volveremos después, colabore a que se produzca un mayor aprovechamiento de las oportunidades que ofrecen los mercados asiáticos por parte de los agentes económicos españoles, a la altura del gran potencial existente.

Repasaremos ahora las relaciones económicas de España con los principales mercados de la región Asia-Pacífico.

Japón

Ha sido tradicionalmente el principal destino de las exportaciones españolas hacia Asia, pero por primera vez en este ejercicio pasa a ocupar el segundo puesto por detrás de China. En el período enero-octubre 2005 nuestras exportaciones a Japón alcanzaron 962 M€, (un 2,7% inferior al mismo período del año anterior) y las importaciones españolas fueron de 4.811 M€, un 3,6% superiores al mismo período del año anterior, lo que convierte a Japón en nuestro décimo proveedor mundial y segundo asiático. Como resultado, el déficit comercial español se situó en 3.849 M€, cifra que perpetúa la tendencia a una baja tasa de cobertura, del 19,8% en el período señalado.

Un rasgo característico de nuestros intercambios con Japón es la concentración en unos pocos sectores: España exporta a Japón productos del mar, vehículos y productos químicos y farmacéuticos (en torno al 43% del total en 2004), e importa automóviles, maquinaria eléctrica audiovisual y maquinaria mecánica (cercano al 80% del total en 2004).

Por lo que respecta a la inversión, en el primer semestre de 2005 la inversión bruta efectiva española en Japón fue de 11,4 M€, un 85% inferior a la de 2004 y similar a la registrada en años anteriores. Sólo hay una docena de empresas españolas con presencia en Japón en los sectores de moda, alimentación y bienes de consumo.

En el período enero-junio 2005 las inversiones brutas efectivas de Japón en España fueron de 35,8 M€, un 112% más de lo recibido en el mismo período de 2004 y un 1,8% del total. A pesar de esta llamativa tasa de crecimiento, la cifra absoluta es modesta y puede explicarse por la disminución de la inversión japonesa en el exterior y la mayor importancia que está cobrando Asia como destino de la misma. Tampoco hay que olvidar que las empresas japonesas suelen invertir en España a través de algún país europeo (Holanda, Reino Unido, etc.). En España se ubican cerca de 200 empresas japonesas, de las cuales unas 75 tienen centros de producción, dedicándose la mayoría a la distribución y comercialización.

En definitiva, los resultados modestos de nuestros flujos comerciales y de inversión en Japón no se corresponden con el peso de su economía, más aún si se tiene en cuenta la reciente reactivación de su economía tras más de una década de estancamiento.

Para aprovechar las oportunidades que abre el nuevo dinamismo de la tercera economía mundial, la Secretaría de Estado

de Turismo y Comercio ha elaborado un Plan Integrado de Desarrollo del Mercado de Japón, que se presentará en marzo de 2006 en Tokyo. El Plan se centra en la identificación de sectores de oportunidad para incrementar y diversificar nuestras exportaciones, especialmente en sectores de alto valor añadido (productos gourmet, moda, hábitat, diseño), en la atracción de inversiones japonesas a España y en el incremento de nuestra cooperación para abordar terceros mercados.

República Popular China

Las relaciones económicas y comerciales entre China y España, aunque relativamente recientes, están conociendo una etapa de fuerte desarrollo. El crecimiento de los flujos bilaterales se está produciendo a un ritmo acelerado, si bien es preciso mencionar que se mantiene un sesgo de desequilibrio reflejado en el elevado déficit bilateral existente, cuyo aspecto más preocupante no resulta del elevado volumen de importaciones, sino del escaso volumen relativo de nuestras exportaciones.

Tras el impulso dado por el *Plan de Actuación Asia-Pacífico 2000-02*, se observó una dinamización de las ventas españolas a China, que en 2003 crecieron a un ritmo del 38,2%. Sin embargo, 2004 recoge, por contra, una des-

“ En España se ubican cerca de 200 empresas japonesas, de las cuales unas 75 tienen centros de producción (...) [Pese a ello, el volumen total de inversiones japonesas en España es modesto,] a causa de la disminución de la inversión japonesa en el exterior y la mayor importancia que está cobrando Asia como destino de la misma ”

aceleración de las exportaciones españolas con una tasa de crecimiento del 5%, frente a un incremento de nuestras compras del 26,2%. Los datos disponibles de los primeros diez meses del año 2005 vienen a mostrar una mejora relativa en esta tendencia con un crecimiento de las exportaciones

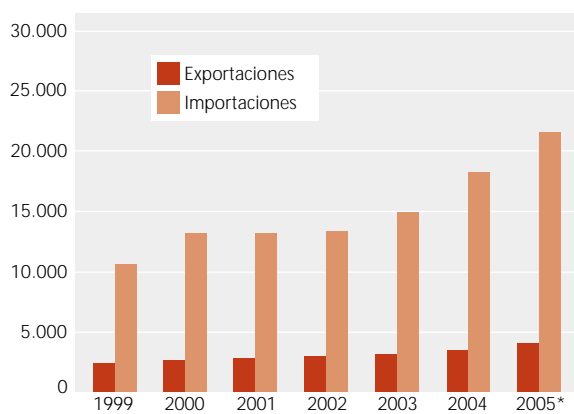
del 26,1%, (1.224,8 M€), aunque el de las importaciones se situó en un 38,1% (9.578,9 M€). En consecuencia, nuestro déficit comercial, que alcanzó los 8.354,1 M€ en los diez primeros meses 2005, y nuestra tasa de cobertura en el mismo período (12,8%), siguen deteriorándose ante el rápido crecimiento de las importaciones de China, cada vez más diversificadas y de mayor valor añadido. Hay que señalar que desde 2003 los sectores más dinámicos de nuestras compras a China no han sido los tradicionales, más intensivos en mano de obra y bajo nivel tecnológico, como textil, calzado, juguetes, etc., sino la electrónica, informática, o los equipos y aparatos de telecomunicaciones. La cuota de mercado de España en China se situó en el 0,32%, muy por debajo de la cuota de mercado que tienen nuestras exportaciones a nivel mundial.

Al analizar los intercambios comerciales se observa una concentración en muy pocos sectores, lo que denota grandes

posibilidades de diversificación y crecimiento, particularmente para el sector servicios, donde los intercambios comerciales entre España y China se restringen a niveles muy modestos. Esto se explica porque son sectores tradicionalmente cerrados en China, que irán abriéndose paulatinamente ante los compromisos adquiridos por este país tras su reciente adhesión a la OMC.

Los sectores con mayor potencial de crecimiento desde el punto de vista comercial son la industria agroalimentaria, los equipos agrícolas, el equipamiento doméstico, los componentes de automoción, materiales de construcción, la máquina-herramienta, bienes de consumo de segmento alto, el transporte y toda la batería de equipamientos relacionados con la protección del medioambiente (tratamiento de aguas, residuos sólidos, energía eólica), servicios financieros, logística, y, evidentemente, el turismo. Todos estos sectores son de potencial expansión gracias al alto dinamismo de la economía china y a la existencia de una oferta española competitiva.

GRÁFICO 2.
Comercio bilateral de España con Extremo Oriente
(Millones de euros)



*Estimación a partir del periodo enero-noviembre (datos provisionales)

Fuente: *Secretaría de Comercio Exterior*

La inversión es el canal estratégico para la consolidación de las empresas españolas en China, que se ha convertido en uno de los destinos prioritarios de la inversión extranjera a nivel mundial. Sin embargo, hasta el momento, la presencia de inversiones productivas españolas es limitada, y los flujos de inversión española se mantienen en niveles muy modestos. Se observa, sin embargo, una notable aceleración en los últimos tiempos, sobre todo en el área de las manufacturas y, a raíz de su la progresiva apertura al exterior acometida

por las autoridades chinas, de los servicios. En 2004 las inversiones alcanzaron la cifra de 62,8 M€, un 132,5% más que el año precedente, y la cifra más alta de los últimos años. En los 6 primeros meses de 2005 se sitúan en torno a los 17 M€.

La presencia empresarial española, unas 300 empresas, se centra en gran medida en el sector servicios y oficinas de representación comercial, y alrededor de un 40% en las actividades productivas, en general de carácter industrial. Geográficamente, nuestras empresas se concentran en Beijing, Shanghai y Cantón. Desde el punto de vista sectorial,

“ Hay que señalar que desde 2003 los sectores más dinámicos de nuestras compras a China no han sido los tradicionales, más intensivos en mano de obra y bajo nivel tecnológico (...) sino la electrónica, informática, o los equipos y aparatos de telecomunicaciones.”

hay una interesante diversificación, ya que tienen presencia en servicios públicos (medioambientales, infraestructuras), transporte, distribución, logística, manufacturas de consumo (textil, calzado y marroquinería), química fina, componentes de automoción, industria alimentaria,

materiales de construcción, tecnologías agrarias o energía, así como en el sector turístico. En todos estos sectores se aprecia una progresiva aceleración del proceso de liberalización comercial y una voluntad de incrementar el nivel y la diversificación de la oferta y mejorar la calidad.

En cuanto a la inversión de China en España, es muy poco significativa, aunque creciente porque cada vez son más las empresas chinas que acometen su salida al exterior. En ese sentido, España puede y debe ser un destino interesante para sus inversiones productivas, atractivo al que se suma su papel de puente con otros terceros mercados, y muy especialmente con América Latina.

Consideración especial merece el comercio bilateral con la Región Administrativa Especial de Hong Kong, que se ha caracterizado por un gran dinamismo en los últimos diez años (se ha cuadruplicado la suma de importaciones y exportaciones). Las ventas españolas a Hong Kong se situaron en 2004 en los 413,2 M€, con un crecimiento del 4,6% respecto al año anterior. Esta tendencia parece consolidarse de acuerdo con los datos disponibles de los diez primeros meses de 2005, ya que nuestras exportaciones se situaron en los 355,2 M€. Nuestras compras a Hong Kong se han mantenido estables durante los 4 últimos años en los 280 M€ de euros de promedio. El saldo de la balanza comercial bilateral ha sido tradicionalmente favorable a España, una excepción en esta región, aunque también ha sufrido un ligero deterioro en los últimos años que se hace patente en 2005, en que se sitúa en 69,9 M€ para los diez primeros meses, reduciéndose la tasa de cobertura al 124,5%.

No obstante, al manejar estas cifras conviene tener en cuenta que muchas de las exportaciones de Hong Kong son

reexportaciones de mercancías de otros orígenes (principalmente de China continental) y que una parte importante de sus importaciones se reexporta también a China continental. En el caso de España, se estima que casi un tercio de nuestras exportaciones a Hong Kong tienen como destino final el mercado de China continental.

Las inversiones han sido tradicionalmente modestas en ambos sentidos: las españolas en Hong Kong son en general erráticas, correspondiendo a operaciones puntuales con frecuencia relacionadas con la implantación de empresas en China continental, y las de Hong Kong en España, de muy poca entidad.

Así pues, las relaciones económicas bilaterales se están intensificando, pero la presencia relativa de empresas españolas es escasa y el potencial es muy alto, y es por ello necesario buscar nuevas fórmulas para favorecer un mayor acceso a ese mercado fundamental. Para ello, la Secretaría de Estado de Turismo y Comercio ha puesto en marcha un Plan de Desarrollo Integral del Mercado chino, como una importante apuesta compuesta por acciones de presencia institucional, acceso al mercado y eliminación de barreras, promoción comercial e imagen (a lo largo de 2005 se han llevado a cabo más de 110 acciones), formación e información, apoyo financiero (firma de un nuevo programa financiero), apoyo a la inversión y promoción del turismo.

India

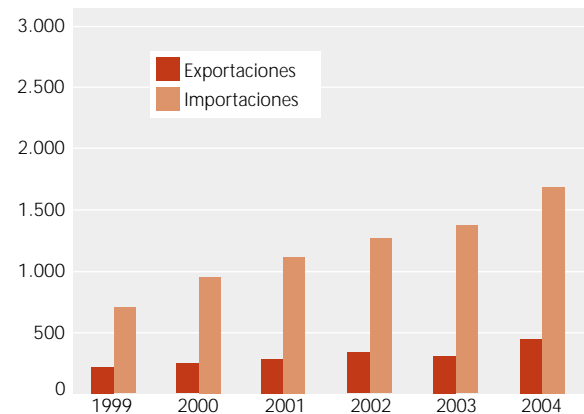
Los intercambios comerciales con India son también reducidos para el potencial relativo de ambos países. No obstante, los datos disponibles para el período enero-octubre de 2005 (448 M€) confirman que se mantiene el espectacular crecimiento de las exportaciones españolas a India, con un crecimiento del 57% respecto al mismo período de 2004. Parecen, por tanto, superados los problemas que en 2003 truncaron la tendencia ascendente de nuestras exportaciones desde 2000: la apreciación del euro frente a la rupia, el brote de SARS y el bajo crecimiento de la economía india.

Las importaciones españolas alcanzaron los 1.286 M€ en enero-octubre 2005, lo que representa un crecimiento del 24,2%. El déficit bilateral alcanzó los 837,5 millones de euros, aunque, debido al mayor dinamismo de nuestras exportaciones, éste se contrajo respecto a 2004 y nuestra cobertura subió hasta el 34,9%.

Nuestras exportaciones están compuestas fundamentalmente por semimanufacturas y bienes de equipo (80% del

total), mientras que en las importaciones predominan las manufacturas de consumo, en particular de textiles y cuero (54% del total).

GRÁFICO 3.
Comercio bilateral de España con el Sur de Asia
(Millones de euros)



Fuente: Secretaría de Comercio Exterior

En cuanto a la inversión, los flujos han sido hasta la fecha escasos, con apenas 82 M€ de Inversión Bruta Efectiva Española desde el año 2000, y algo más de 5 millones de euros en sentido inverso, aunque se detecta un creciente interés de nuestras empresas por el mercado indio.

Con un crecimiento anual del 6,5% en la última década y una población que puede igualar a la de China en 2020, India se convierte en un ingente mercado de potencial todavía muy poco explotado por la empresa española. El

Plan Integral de Desarrollo del Mercado de India, presentado por el Secretario de Estado de Turismo y Comercio con ocasión de la VIII Comisión Mixta Hispano-India celebrada el pasado mes de noviembre, tiene como objetivo principal dar a

conocer la imagen de los productos, servicios y tecnologías españolas y presentar España como destino turístico.

Corea del Sur

Las relaciones comerciales han estado de nuevo marcadas por un acusado déficit a favor de Corea del Sur, situándose nuestra tasa de cobertura en torno al 13%. En términos generales, la exportación española crece a un ritmo mucho menor que la surcoreana (o incluso decrece, como en 2003), por lo que el déficit bilateral en términos absolutos

“ Los datos disponibles para el período enero-octubre de 2005 confirman que se mantiene el espectacular crecimiento de las exportaciones españolas a India, con un crecimiento del 57% respecto al mismo período de 2004 ”

aumenta constantemente. Los datos disponibles para los diez primeros meses de 2005 confirman esta tendencia, ya que nuestras exportaciones se situaron en 326,6 M€, mientras que nuestras compras a Corea del Sur fueron de 2.380,7 M€, siendo el saldo desfavorable para España de 2.054 M€ y la tasa de cobertura del 13,7%. Cabe mencionar que una característica llamativa de nuestra exportación es la relativa dispersión por productos.

La inversión directa bilateral es prácticamente nula, habiéndose limitado generalmente del lado surcoreano al establecimiento de filiales destinadas a la comercialización. Las inversiones españolas en Corea del Sur también se centran en la comercialización y distribución de productos o servicios, y la mayoría se ha realizado en régimen de *joint venture*. La escasez de la inversión española en Corea del Sur se debe, en primer lugar, a la limitada consolidación de nuestras exportaciones de bienes y servicios en ese mercado y, en segundo lugar, al desconocimiento y dificultad percibida por el empresario español. Para alcanzar un nivel de inversión más acorde a la importancia económica de ambas economías, es imprescindible reforzar las actividades de información y promoción.

Taiwan

Las relaciones económicas con Taiwan están marcadas por un creciente saldo negativo: en el período enero-octubre 2005 España exportó 248,5 M€, cifra que aunque superior en un 21,2% al dato de 2004, no basta para compensar la importación de 908,9 M€ en este mismo período. Pese a todo, nuestras exportaciones se mostraron más dinámicas y el déficit disminuyó hasta 660 M€.

El patrón de intercambios está marcado por la importación desde España de productos de tecnología media-alta (ordenadores, teléfonos móviles, aparatos de audio y sonido), y la exportación de bienes intermedios y de consumo tradicionales (alimentación, muebles y moda).

En cuanto a las inversiones, son prácticamente nulas en ambos sentidos.

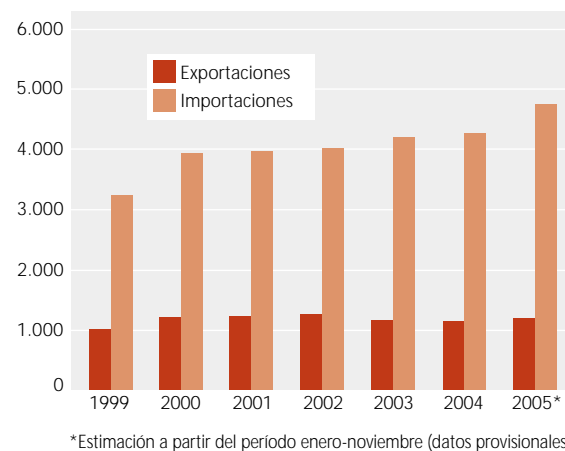
Sudeste Asiático

Durante el período de enero a octubre de 2005 las exportaciones españolas a la región del Sudeste Asiático más Pakistán y Afganistán ascendieron a 976,4 M€, frente a unas importaciones de 3.818,5 M€. La tasa de cobertura de las importaciones procedentes de esta zona fue de un 25,6%, en sintonía con la resultante de años anteriores. Con respecto al mismo período de 2004, las importaciones

crecieron un 5,7% y las exportaciones un 9,2%. Brunei (33,5%), Camboya (53,8%), Indonesia (18,7%) y Pakistán (6,3%) son los países con los que se ha producido una variación positiva de nuestras exportaciones en los diez primeros meses de 2005. Las variaciones negativas de mayor entidad de nuestras exportaciones han sido con Singapur (43,1%) y Tailandia (8,5%).

Los intercambios comerciales de España con estos países se caracterizan por un abultado déficit comercial, y un comportamiento de la actividad exportadora que, en general, se ha mantenido constante desde 2000, con aumentos netos relativamente modestos. Las causas de la escasa presencia comercial española hay que buscarlas en factores exógenos, como la crisis financiera que afectó a la región a finales de los años noventa, la apreciación del euro frente al dólar, o factores estructurales como las barreras de acceso al mercado de esos países, la pobre imagen país de España en determinados sectores y la competencia creciente procedente de países del mismo continente.

GRÁFICO 4.
Comercio bilateral de España con ASEAN + Afganistán + Pakistán (Millones de euros)



Fuente: *Secretaría de Comercio Exterior*

Por lo que respecta a la inversión española neta en la región, sigue siendo bastante baja y muy inferior a la destinada a otras zonas geográficas. En total, supuso apenas 130,91 M€ en el primer semestre de 2005, correspondiendo el 98,8% del total a operaciones llevadas a cabo en Filipinas. Las cifras de inversión neta acumulada desde 2000 ascienden a 273,51 M€.

Es indudable el interés que despierta entre las empresas españolas el crecimiento de estos países, su mayor estabilidad política y económica y, por ello, su potencial como mercado de destino, hechos estos que se han traducido en un volumen importante de actividades de promoción que

cuentan con el apoyo de la administración comercial española.

Por ejemplo, durante 2005 a través de la red de las Oficinas Económicas y Comerciales se dio apoyo y cobertura a 57 misiones comerciales directas y participaciones de empresas o agrupaciones en ferias y certámenes locales, y a 28 misiones inversas, de empresarios locales a España, abarcando a sectores muy variados.

Al mismo tiempo es creciente la participación de la empresa española en licitaciones de proyectos financiadas por instituciones financieras internacionales (Banco Mundial y Banco Asiático de Desarrollo).

Los principales socios comerciales de la zona y principales receptores de la escasa inversión española directa son Filipinas, Indonesia, Malasia, Pakistán, Tailandia y Vietnam.

Mencionemos algunos rasgos característicos de cada uno de ellos.

Filipinas

No es un gran mercado, pero es atractivo en determinados segmentos. La exportación española ha sido creciente en los últimos años, con tasas de variación positivas todos los años desde 1999. Las escasas inversiones directas se han dirigido preferentemente al sector de infraestructuras.

Indonesia

Con este país la balanza comercial ha sido tradicionalmente, y sigue siéndolo, muy deficitaria, con tasas de cobertura no superiores al 38% de las importaciones. Las principales dificultades son la escasa información sobre las posibilidades que ofrece el país y el juego de los tipos de cambio. La inversión directa neta acumulada desde 2000 no ha sido especialmente alta, 11,94 M€, y centrada en el sector de cerámicas de construcción y consultoría de servicios.

Malasia

España es el noveno suministrador europeo de Malasia con una cuota del 0,2% del total de sus importaciones. Malasia viene siendo el cuarto destino de nuestras exportaciones a la zona, lo que en términos relativos le convierte en uno de los primeros destinos de nuestras mercancías. Sectorialmente es interesante señalar que las exportaciones españolas se concentran en los metales (hierro y acero), plásticos, químicos y maquinaria. La inversión directa neta acumulada no ha superado los 2,29 M€, centrándose en los segmentos de fabricación de componentes de automóvil y equipamiento e instrumental médico.

Pakistán

Ha sido uno de los destinos de crecimiento sostenido de nuestras exportaciones. La mayor estabilidad política y económica y la mejoría del clima empresarial están despertando interés entre los exportadores, pero perdura una imagen de país difícil. Las operaciones de inversión han sido casi testimoniales.

Singapur

El año 2003 marca un punto de inflexión en nuestro saldo comercial con Singapur que, por primera vez en los últimos diez años, resulta negativo para España, por un importe de 178 M€. Aunque permanece como destino preferente de las exportaciones españolas, la fortaleza del euro y la creciente competencia de productos procedentes de India y China son factores que inciden en nuestras posibilidades y cifras de exportación. Para el inversor y el exportador, Singapur puede generar interés como plataforma operativa, por su estabilidad institucional, estratégica posición geográfica y magníficos servicios logísticos y financieros.

Tailandia

El comercio bilateral con Tailandia creció considerablemente a comienzos de los años noventa, pero nuestras exportaciones se contrajeron en 1998 por la crisis que afectó a gran parte de los países asiáticos. Desde el año 2001, las exportaciones españolas se mantienen entre los 200 y los 220 M€. El volumen de inversión directa neta acumulada alcanza la cifra de 42,66 M€ convirtiéndose en el segundo destino de la escasa inversión española en los países de esa zona.

Vietnam

La exportación española a este país ha crecido de forma importante en los últimos siete años, pero se mantiene en volúmenes modestos, en sintonía con lo que son nuestras exportaciones a los países de zona. La inversión directa neta acumulada es casi testimonial, aunque el país despierta amplias expectativas por su potencial de desarrollo y capacidad de rápida evolución hacia una economía de mercado.

Australia y Nueva Zelanda

La lejanía física de Australia y Nueva Zelanda con nuestro país dificulta de manera importante el desarrollo de las relaciones comerciales bilaterales.

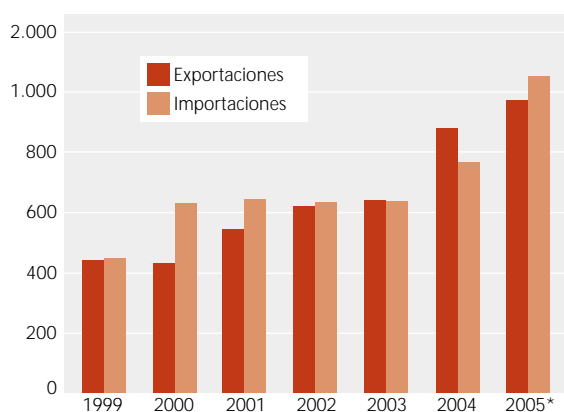
La Unión Europea es el principal proveedor comercial de Australia, con el 25% de las compras australianas (por delante de EEUU), y el segundo cliente (por detrás de Japón), absorbiendo el 11% de las ventas de Australia.

Dentro de la UE, España ocupa aún una posición modesta en relación a otros Estados miembros de similar dimensión. Sin embargo, hay que destacar el espectacular aumento de nuestras exportaciones a Australia en los últimos años, con un ritmo de crecimiento que se mantiene actualmente alrededor del 20%. En el periodo enero-octubre 2005 alcanzaron casi los 600 M€, lo que permite obtener un saldo de la balanza comercial tradicionalmente favorable a España y una cuota de mercado de España en Australia superior al 0,90%, la más alta de todos los mercados del área Asia-Pacífico.

La expansión de nuestras exportaciones se produce a pesar del esfuerzo de las autoridades australianas de promover la demanda de productos nacionales, que ha sido cuestionada en algunos foros, y a pesar también de la vigencia de ciertas barreras de acceso al mercado, como en los sectores de cítricos, derivados del porcino y vinos.

Las principales exportaciones españolas son los vehículos automóviles, las máquinas y aparatos mecánicos, los productos farmacéuticos, las máquinas y aparatos eléctricos, el caucho, el aceite y los productos cerámicos. Las importaciones españolas se centran, en cambio, en combustibles y aceites minerales, naves, mineral de zinc, máquinas y aparatos mecánicos y pescados y crustáceos.

GRÁFICO 5.
Comercio bilateral de España con Oceanía
(Millones de euros)



*Estimación a partir del período enero-noviembre (datos provisionales)

Fuente: *Secretaría de Comercio Exterior*

Las inversiones bilaterales muestran un flujo escaso e irregular y la presencia empresarial mutua es muy escasa, aunque de nuevo en franco crecimiento. La inversión española en Australia es el 0,08% del total español y la inversión australiana en España es prácticamente nula, excepto esporádicas operaciones en el sector inmobiliario.

La Unión Europea es el segundo cliente comercial de Nueva Zelanda, después de Australia. Las exportaciones europeas representan, sin embargo, apenas el 5% de las compras neozelandesas.

Las relaciones comerciales bilaterales actuales entre España y Nueva Zelanda siguen caracterizándose por un tradicional déficit comercial para nuestro país, que tiende a aumentar este último año. La cuota de mercado de España en Nueva Zelanda está por debajo del 0,50%, y nuestro país es sólo el 25º cliente de Nueva Zelanda.

En cuanto a las inversiones, son prácticamente inexistentes, lo mismo que la presencia empresarial mutua, a pesar de ciertas operaciones puntuales en algunos sectores neozelandeses, tales como pesca y turismo.

Conclusión

Como se ha comprobado en la exposición anterior, las relaciones económicas entre España y Asia-Pacífico arrojan datos de comercio e inversión aún modestos e inferiores al potencial exportador e inversor español.

Las autoridades comerciales españolas son plenamente conscientes de que hay aún mucho por hacer, y de ahí que tres de los principales países de esa zona, China, India y Japón, figuren entre las prioridades del Plan Integral de Desarrollo de Mercados vigente. Éste supone, como ya se ha indicado, un esfuerzo por poner en común todos los instrumentos con que cuenta la Secretaría de Estado de Turismo y Comercio, de relación institucional, de información, de formación, de investigación, de promoción, de financiación y de negociación bilateral y multilateral.

Esta estrategia de carácter económico y comercial se engarza y forma parte relevante del recientemente presentado Plan de Acción Asia-Pacífico 2005-2008, que tiene por objeto reforzar nuestras relaciones con esa zona del mundo en todos los ámbitos, a través de un amplio catálogo de planes y acciones sectoriales a desarrollar de manera coordinada por los distintos ministerios y organismos competentes.

El diseño de los Planes Integrales de Desarrollo de Mercados se ha realizado con el sector privado, ya que el objetivo es facilitar cada vez más el acceso de las empresas españolas exportadoras e inversoras, verdaderas protagonistas del proceso de internacionalización de la nuestra economía, a ese gran mercado. Ello les permitirá participar en el aprovechamiento de las grandes oportunidades que ofrecerá esta región, que experimentará sustanciales tasas de crecimiento económico y de poder adquisitivo en los próximos años y a la que, por ello, no podemos permitirnos desatender.