

Entrevista a Jaime Montalvo

“Nos queda una difícil etapa para consolidar la todavía incipiente imagen de marca que tienen muchos de nuestros productos y servicios en EAU”

12/11/2012 - Autor: Redacción CA - Fuente: Casa Árabe

Entrevista a Jaime Montalvo, consejero Económico y Comercial de España en Dubái, que repasa las relaciones comerciales bilaterales y la presencia española en los EAU así como las oportunidades que ofrece este mercado a las empresas españolas.

¿Cómo valora usted la situación económica de los Emiratos Árabes Unidos (EAU), cree que se ha superado ya la crisis inmobiliaria que afectó a Dubái en 2008?

La situación económica de los EAU es buena, como demuestra el hecho de que el crecimiento del PIB se ha situado el último año en el entorno del 4%, la inflación es baja, la posición fiscal de las distintas Administraciones (Federal y a nivel de los Emiratos) ha mejorado y, lo que es muy significativo, muchos de los proyectos industriales de construcción y de infraestructuras que se encontraban detenidos, están volviendo a ponerse en marcha. Otro indicador de que, efectivamente, la crisis inmobiliaria que afectó principalmente a Dubái y, por ende, a los EAU, se ha superado, es que los precios del sector inmobiliario están volviendo a subir. También llama la atención la alta ocupación hotelera y el regreso de atascos de tráfico en horas punta, lo que revela que está volviendo la época de intensa actividad económica al país.

¿Cómo se encuentran en este momento las relaciones comerciales entre España y los EAU? ¿Qué sectores ofrecen en la actualidad un potencial importante para las empresas españolas?

Nuestras relaciones comerciales, con un claro superávit a favor de España, se están desarrollando de forma rápida, con un gran crecimiento de nuestras exportaciones que probablemente superen los 2000 millones de dólares en 2012, una cifra que prácticamente dobla la de 2009. Las perspectivas son muy favorables ante la reactivación de la demanda interna en EAU y el creciente número de empresas españolas que se implantan en este país, con objeto de consolidar y mejorar su posición comercial en este mercado.

Los EAU importan todo tipo de productos y contrata servicios en numerosos campos de actividad. Las oportunidades para nuestras empresas se concentran en aquellos ámbitos donde, además de tener estas una capacidad y experiencia contrastadas, los EAU están demandando más. Por citar algunos sectores, mencionaría las infraestructuras urbanas y de transporte, la arquitectura y el hábitat, las energías renovables, las tecnologías sanitarias o la alimentación. A nivel de empresas de productos de consumo, todas aquellas con marcas internacionales también tienen en los EAU, y en esta región, un interesante mercado.

En el año 2009 se lanzó el **Plan Integral de Desarrollo de Mercados (PIDM)** para los

países del Consejo de Cooperación del Golfo (GCC), ¿qué valoración hace del mismo y qué influencia ha tenido como impulsor del comercio con los EAU? ¿Es un instrumento que se mantendrá en el futuro?

El PIDM para los países del GCC ha tenido como principal logro el focalizar las actuaciones de la Administración y de las empresas (digo empresas porque se elaboró junto a la CEOE y con el concurso organizaciones empresariales), en una región tan importante del mundo como esta, donde se dan tantas oportunidades comerciales en forma de proyectos y de nuevos mercados de consumidores. De la concienciación y medidas contenidas en el PIDM se han derivado resultados tangibles. Por ello, independientemente de que el PIDM se mantenga como tal, estoy convencido de que el carácter estratégico y la apuesta decidida de Administración y empresas por el GCC seguirá reforzándose.

En cuanto a la presencia empresarial española, ¿podría hacernos una valoración tanto de las empresas españolas establecidas como del conocimiento que existe en el mercado de las empresas y marcas españolas?

Algunas empresas españolas llevan mucho tiempo implantadas en los EAU, pero son las menos. La mayor parte de las cerca de 100 empresas españolas (o propiedad de españoles) que hoy se encuentran establecidas aquí, lo han hecho recientemente, al mismo tiempo o en la medida en que se ha ido conociendo mejor este mercado. No hemos llegado tarde a los EAU, aunque es cierto que muchos otros llegaron antes y ya están posicionados aquí, por lo que nos queda una difícil etapa para consolidar la todavía incipiente imagen de marca que tienen muchos de nuestros productos y servicios. Mi valoración sobre las posibilidades que tenemos de hacernos un hueco mayor en este mercado es optimista: pero hará falta invertir recursos económicos y tiempo.

¿Cuáles son las principales ventajas y obstáculos que ofrece este mercado?

Como acabo de apuntar, una característica (más que un obstáculo) de este mercado es que requiere esfuerzo y sobre todo tiempo. La confianza en las personas y en las empresas que representan es fundamental para que cristalicen los negocios. Creo que los empresarios deben interiorizar este hecho que no es tan distinto pero sí se da de forma más intensa que en otros mercados tradicionales. En los EAU no hay barreras técnicas ni legales significativas que supongan un problema de acceso al mercado pero, como antes decía, hay una enorme competencia y el precio suele ser un factor decisivo, lo que puede jugar en contra del producto de mejor calidad y precio más alto.

Sin embargo, el hecho de que haya competencia es ilustrativo de una gran ventaja en este mercado: los canales funcionan y hay demanda. Además es un mercado receptivo al producto innovador, a la marca, aspectos en los que numerosas empresas españolas están muy bien posicionadas.

El mercado de los EAU ofrece muchas oportunidades pero también es muy competitivo, ¿qué aconseja a una empresa que quiera acceder a este mercado o a un inversor que quiera implantarse con éxito en este país?

Además de perseverancia, como he apuntado antes, recomiendo prudencia a la hora de elegir socio para los EAU y realismo a la hora de evaluar las posibilidades y los tiempos de este mercado. También sugiero entrar progresivamente e informarse con los que ya están trabajando aquí. Evidentemente, animo a las empresas españolas a que se pongan en contacto con la Oficina Económica y Comercial de la Embajada, con sede en Dubái, donde estaremos encantados de atenderles y ayudarles.

Fuente: Casa Árabe

Webislam