

## INTERNACIONALIZACIÓN | GUINEA ECUATORIAL



**Población:** 750.000 hab.  
**PIB:** 11.744 millones €  
**PIB p. cápita:** 15.514 €

► **Sectores** más importantes: construcción, inmobiliario, bienes de consumo, centros sanitarios, formación, tratamiento de residuos, turismo, alimentación.

► España es el primer **proveedor** tras China y Estados Unidos, con pedidos por valor de 339 millones de euros en 2013.

► El 64% de las exportaciones españolas a **África Central** tiene como destino Guinea.

► La **inversión** española sólo alcanzó los 142.690 euros en 2013.

► Los **bienes** de equipo y los alimentos son los sectores que más venden al país africano.

# Aumenta el interés en Guinea por su gran potencial

La **mayor actividad** gracias a sus reservas de crudo atrae a nuevos inversores a un mercado en el que la competencia todavía es mínima.

L.S. Madrid

Gracias a que cuenta con el 4% de las reservas mundiales de crudo, Guinea Ecuatorial está experimentando un desarrollo económico desde la década de 1990, cuando comenzó su explotación. Sin embargo, la imagen desfavorable que se tiene del país y de la calidad de su democracia han mantenido tradicionalmente alejadas las inversiones extranjeras, que están llegando tímidamente a un mercado en el que la competencia es mínima. Por lo tanto, con una buena estrategia pueden destacar y superar los riesgos de trabajar en este país. Además, Teodoro Obiang, presidente desde 1979, está tratando de mejorar la reputación, para lo que ha mantenido varias reuniones de primer nivel como, por ejemplo, con Mariano Rajoy.

Guinea Ecuatorial es un mercado relativamente pequeño que se encuentra fuera de la Organización Mundial del Comercio. A pesar de ello, las relaciones con España han aumentado en los últimos años y las exportaciones de bienes de consumo han crecido significativamente. Además, se trata de un país con importantes necesidades de infraestructura. Tanto es el in-

terés mutuo, que se ha incrementado el número de misiones comerciales organizadas por el Ixex, cámaras de comercio y diferentes asociaciones sectoriales.

Su inestabilidad jurídica es una de las principales barreras del país africano. La burocracia también dificulta todas las gestiones.

La falta de legislación afecta a la mayoría de las operaciones públicas y privadas. Es difícil atenerse a un reglamento, aunque lo habitual es que se acepten las mercancías españolas que cumplen los requisitos europeos. Por el contrario, sí existe una mayor regulación sobre las figuras de representación, así como la constitución de sociedades. En este caso,

si se quiere abrir una filial, ésta debe contar con un socio local con una participación mínima del 35%. Pero hay que armarse de paciencia, pues los trámites de constitución de una sociedad de responsabilidad limitada de menos de 50 trabajadores requieren de unos 135 días, a pesar de que el Gobierno está intentado reducirlos a menos de una semana.

### Desconfianza inicial

Guinea conserva una gran afinidad con España. El castellano es idioma oficial, lo que facilita las negociaciones, que siempre están rodeadas por un clima de calidez y por un ambiente informal. Sin embargo, para llegar a ello habrá que superar la desconfianza inicial. Lo mejor es que una persona influyente de la excolonia realice la presentación, ir siempre acompañado de un guía y evitar los temas políticos en las conversaciones.

El país ha conseguido mantener a raya el ébola, aunque hay que ser precavido e informarse de la situación en cada una de las áreas que se vaya a visitar.

Próxima semana:

Perú

**Diferentes organismos envían misiones comerciales para aumentar la relación**

**Los trámites para abrir una sociedad se pueden extender a cuatro meses**



Carlos Pretel, consejero delegado de Grupo Prilux.

## Prilux: "El precio no es la clave para entrar en este mercado"

"**Al consumidor** en Guinea Ecuatorial no le importa pagar un precio justo siempre y cuando sienta que no estás haciendo negocios de oportunista. No se trata de un mercado maduro, por lo que el precio, sin dejar de ser importante, no es la clave", explica Carlos Pretel, consejero delegado de Grupo Prilux, especializado en iluminación, sobre un merca-

do que en 2014 le ha supuesto una facturación aproximada de un millón de euros. A su juicio, la calidad del producto y la predisposición en el servicio son claves para fomentar las relaciones comerciales en este país con el objetivo de que se convierta en "un socio a largo plazo y no como salida de escape a una situación puntual en España".

## COMPETITIVIDAD



## Diez ejes de actuación para mejorar el comercio minorista

Expansión. Madrid

El Gobierno ha dado luz verde a la tercera edición del *Plan integral de apoyo a la competitividad del comercio minorista*, que contará con un presupuesto total de cinco millones de euros, un 20% más que en años anteriores. Con este aumento de los fondos se espera que se incremente el número de empresas participantes que, desde 2013, llega a casi 40.000.

Los programas, que han sido diseñados en colaboración con la Cámara de Comercio de España, incluyen 34 medidas encaminadas a impulsar a este sector que da empleo a casi tres millones de trabajadores y que representa el 12,3% del PIB español. Entre ellas, destacan las de asesoramiento a la innovación, talleres de capacitación para los empleados, iniciativas de dinamización de zonas comerciales y ayuda financiera a proyectos singulares en zonas de gran afluencia turística de todo el país.

El plan está estructurado en diez ejes de actuación:

**1 Innovación tecnológica:** Una de las principales líneas está relacionada con la I+D. Entre otras acciones, se potenciará el programa *mentoring* de Red.es. Este consiste en ayudas financieras para contratar servicios de asesoramiento individual en la puesta en marcha de un canal online.

**2 Financiación:** Una mejora de la accesibilidad a la financiación también juega un papel importante. Se integran todas las líneas ICO y se aumenta el reafianzamiento de avales a través de la Compañía Española de Reafianzamiento SA (CERSA), que da cobertura parcial del riesgo asumido por las Sociedades de Garantía Recíproca (SGR).

**3 Formación:** El Gobierno quiere impulsar la formación de todos los empleados y la generación de empleo. Para ello, se han incluido cuatro iniciativas específicas pensadas para este sector con una financiación de 9,5 millones de euros, 384 acciones formativas suscritas y 14.002 participantes.

**4 Centros abiertos:** El programa también contempla medidas encaminadas a fomentar los centros comerciales abiertos y mercados municipales.

**5 Relevo generacional:** Se incluirán diferentes medidas para ayudar a que las empresas familiares no tengan problemas en el relevo entre padres e hijos.

**6 Eliminación de barreras:** Se adoptarán medidas legislativas de apoyo a la actividad comercial y para conseguir la unidad de mercado.

**7 Internacionalización:** El ICEX apoyará, en las ferias comerciales, la apertura de locales en el exterior.

**8 Comercio seguro:** Se continuará con el *Plan de comercio seguro* que la Dirección General de la Policía ha impulsado desde 2013 en colaboración con los propios comerciantes.

**9 Promoción comercial:** El Gobierno sigue firme con su apuesta por el pago con tarjeta gracias a la rebaja de las comisiones de las operaciones tanto de crédito como de débito.

**10 Sinergias entre comercio y otros sectores:** El turismo de compas se reforzará en las zonas con gran afluencia y los municipios con libertad de apertura.