

Indonesia: la oportunidad de un gran dragón asiático

Las relaciones bilaterales hispano-indonesias tienen un gran recorrido considerando el peso de mercado, crecimiento económico y posicionamiento estratégico de este país del sureste asiático.

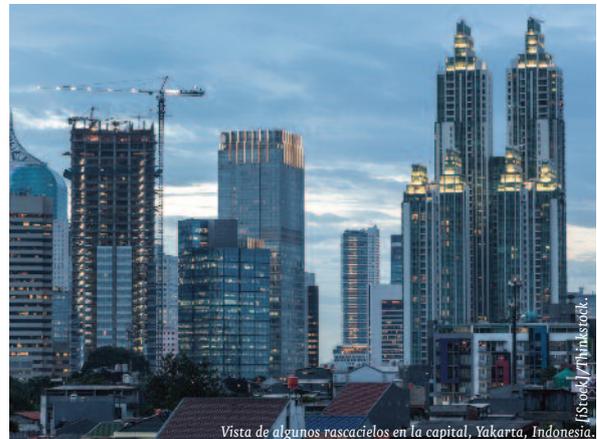
Pablo Alonso Talon

Indonesia es el cuarto país más poblado y la tercera democracia en tamaño del mundo. Su crecimiento y estabilidad económica ha elevado sensiblemente el poder adquisitivo de la población y su posición estratégica en la región Asia-Pacífico y el potencial aprovechamiento indirecto de los Acuerdos de Libre Comercio con otros países próximos, hacen de Indonesia un país con múltiples oportunidades para las empresas españolas.

UN GRAN MERCADO EN EL SURESTE ASIÁTICO

Indonesia cuenta con una población cercana a 256 millones de habitantes, el cuarto país más poblado del mundo, el más grande de mayoría musulmana y la tercera democracia, por población, del mundo. Otras ventajas son su cuantiosa población en edad activa o su baja relación de dependencia (más del 60% entre 20 y 65 años), así como el gran peso de la demanda interna –más de la mitad del PIB– que reduce la exposición de su economía a los choques externos.

Según la estimación de *Economist Intelligence Unit* (en adelante EIU), el PIB per cápita –en términos de paridad de poder adquisitivo– asciende a 11.131 dólares en 2015, un 25,5% más que en 2011.



Vista de algunos rascacielos en la capital, Yakarta, Indonesia.

Indonesia forma parte de la Asociación de Naciones del Sudeste Asiático (ASEAN), representando en torno al 40% de la población y PIB del conjunto de la ASEAN. Asimismo, aspira a formar parte de la recientemente creada Asociación Trans-Pacífico (TPP), el mayor acuerdo comercial del mundo.

Su situación geoestratégica entre el Índico y el Pacífico y entre Asia y Australia, la abundancia de recursos naturales (principalmente petróleo, estaño, gas natural, níquel, madera, bauxita, cobre, carbón, oro y plata), su pujante industria turística y una cultura empresarial influida por su

COBROS Y PAGOS



SU TIEMPO ES ORO
UNIVIA AGILIZA SU TIEMPO
UNIVIA ES ORO PARA SU NEGOCIO

Internet es ya una herramienta de optimización y mejora en los procesos diarios: reduce costes, tiempos y espacios de trabajo, además de permitir un seguimiento inmediato de cualquier operación.

Univía, el servicio online de Unicaja, le ofrece un salto de calidad en las dos gestiones más comunes y necesarias de su negocio: COBROS y PAGOS.

Algunas de las múltiples herramientas que ofrece:

COBROS
- Servicio de Remesas de Recibos (cuaderno 19)
- Servicio de Cuentas de Bando

PAGOS
- Servicio de Remesas de Transferencias (cuaderno 34)
- Servicio de Emisión de Pagos por cuenta corriente



NOMBRE OFICIAL:

República de Indonesia

**SUPERFICIE:** 1.904.569 km²**CAPITAL:** Yakarta**SITUACIÓN GEOGRÁFICA:** en el sudeste de Asia, archipiélago entre el océano Índico y el océano Pacífico.**CLIMA:** Ecuatorial y tropical, caluroso y húmedo (monzón), más moderado en las tierras altas.**DIVISIONES ADMINISTRATIVAS:** 30 provincias.**POBLACIÓN:** 255.993.674 (est. julio 2015)**ESPERANZA DE VIDA:** 72,45 años**SISTEMA POLÍTICO:** República presidencialista**GRUPOS ÉTNICOS:** Javanés 40,6%, sundanese 15%, madurese 3,3%, minangkabau 2,7%, betawi 2,4%, bugis 2,4%, banten 2%, banjar 1,7%, y otros 29,9%**MONEDA:** Rupia indonesia (IDR)**CRECIMIENTO DEL PIB:** 4,8% (est. 2015)**PIB PER CÁPITA:** 11.131 USD PPA (est. 2015)

Fuente: The World Factbook y Economist Intelligence Unit.

pasado de colonia holandesa, convierten a este mercado en uno de los dragones del sudeste asiático. No obstante, sigue presentando algunas carencias estructurales que limitan su crecimiento, como la falta de infraestructuras o la reducida tasa de inversión pública. Por otro lado, el reverso de la gran diversidad de un país con más de 17.000 islas son la difícil cohesión territorial y socioeconómica, con diferentes etnias y religiones (aunque con predominio de la comunidad musulmana, 86%), y donde una superpoblada isla de Java contrasta con extensas áreas vacías del resto del país. El elevado desempleo en la población joven, las desigualdades y niveles de pobreza acentúan las tensiones interétnicas.

En un contexto de crecimiento económico, una gran parte de la población está engrosando la clase media y de altos ingresos. El incremento del poder adquisitivo se traduce en el despegue de segmentos clave para el sector exterior español, como son vehículos, artículos para el hogar, bienes de consumo duraderos y los servicios financie-

ros, entre otros. Según datos de Boston Consulting Group¹, la población de medio y altos ingresos cifrada en 74 millones en 2012 (aproximadamente un tercio de la población) podría alcanzar los 141 millones en 2020 (más de la mitad de la población), a una razón de 8 o 9 millones más por año. Este dinamismo se acompaña de una elevada confianza en el futuro del país, tanto de los empresarios como consumidores.

Las empresas españolas que quieran posicionarse en este mercado deben adaptarse a las tendencias socioeconómicas y locales del país, a la diversidad de las demandas, además de personalizar su mensaje de comercialización y utilizar los medios de comunicación (televisión y, de manera creciente, Internet y dispositivos móviles). Atendiendo a la acusada fragmentación de la geografía insular del país, las empresas españolas con intereses en operar en este mercado deben planificar el alcance y ubicaciones. En este sentido, la isla de Java con tan sólo un 6,7% de la superficie del país concentra el 57,5% de la población. Otras islas destacadas son Sumatra y Célebres con un 24,9% y 9,2% de la población indonesia. En el resto del país, 59,2% de la superficie, únicamente residen un 15,1% de los habitantes.

UNA SENDA DE ESTABILIDAD ECONÓMICA

Indonesia goza de una elevada estabilidad macroeconómica, superior a la media de las economías emergentes. Aunque el crecimiento del PIB se haya desacelerado en 2015 por cuarto año consecutivo, situándose en 4,8%, la predicción de EIU señala que superará el umbral de los cinco puntos en los dos próximos años (5,3% en 2016 y 5,2% en 2017), eso sí por debajo de la meta del gobierno del 7%. La demanda doméstica es uno de los principales motores del crecimiento. El consumo se está beneficiando del ascenso de una clase media con bajos niveles de deuda, el aumento del empleo formal, el apoyo a las personas con ingresos más ba-

COBROS Y PAGOS

SU TIEMPO ES ORO
UNIVIA AGILIZA SU TIEMPO
UNIVIA ES ORO PARA SU NEGOCIO

Internet es ya una herramienta de optimización y mejora en los procesos diarios **reduce costes, tiempos y espacios de trabajo**, además de permitir un seguimiento inmediato de cualquier operación.

Univía, el servicio online de Unicaja, le ofrece un salto de calidad en las dos gestiones más comunes y necesarias de su negocio: **COBROS y PAGOS**.

Algunas de las múltiples herramientas que ofrece:

COBROS
- Servicio de Remesas de Recibos (cuaderno 19)
- Servicio de Cuentas de Bando

PAGOS
- Servicio de Remesas de Transferencias (cuaderno 34)
- Servicio de Emisión de Pagos por cuenta corriente



jos y una menor inflación. Las buenas perspectivas de la economía indonesia, hacen que las previsiones de EIU prolonguen la estabilidad del crecimiento para los siguientes años, con una media anual por encima del 5% entre 2018 y 2020. Los buenos datos económicos se comprueban también en una situación que roza el pleno empleo, con tasas de desempleo ligeramente superior al 6% (aunque el mercado laboral sigue adoleciendo de precariedad e informalidad). La inflación que se disparó en los años 2013 y 2014 (por encima del 8%) se ha reducido significativamente (3,2% en 2015) por el efecto desencadenado de la caída de precios de los hidrocarburos, y para los próximos años se prevé una subida de precios de forma gradual y moderada (teniendo en cuenta su condición de economía en desarrollo). El déficit público está contenido, y la previsión es que no supere el 2% (1,6% en 2017), y la deuda pública –a pesar de que siga una tendencia ascendente– es reducida, 25,9% en 2014.

Entre los factores que pueden restar capacidad de crecimiento a la economía indonesia, el probable mantenimiento de unas tasas de interés relativamente elevadas –considerando la moderada inflación–, como consecuencia del endurecimiento de la política de la Reserva Federal de EE.UU. y la presión a la baja sobre la rupia indonesia. El país también tiene que enfrentarse a una coyuntura de precios bajos de sus exportaciones básicas (petróleo, carbón, gas natural, aceite de palma, caucho, minerales) y la desaceleración económica de China.

Se espera que las reformas implementadas por el gobierno de Jokowi –actual presidente Joko Widodo–, en particular, las mejoras regulatorias del entorno económico y el apoyo a la inversión contribuyan al desarrollo de las necesarias infraestructuras y, en general, al dinamismo de la economía. Pero, al mismo tiempo, se cuestiona el margen real del gobierno para implementar di-

PRINCIPALES INDICADORES MACROECONÓMICOS

	2012	2013	2014	2015	2016 (p)	2017 (p)
Crecimiento real del PIB (%)	6,0	5,6	5,0	4,8	5,3	5,2
Inflación anual (final periodo; %)	3,7	8,1	8,2	3,2	4,5	6,3
Tasa de desempleo (promedio; %)	6,1	6,2	5,9	6,2	6,3	6,2
Balanza por c.c. (mill. US\$)	-24.418	-29.109	-27.500	-17.760 (e)	-19.132	-18.170
Saldo presupuestario (% PIB)	-1,8	-2,2	-2,1	-2,0 (e)	-1,8	-1,6
Deuda Pública Neta (% PIB)	22,0	22,8	25,9	27,8 (e)	28,5	28,9

e: estimación; p: previsión

Fuente: Economist Intelligence Unit.

chas reformas, sobre todo por la experiencia de escasos resultados en áreas sensibles como la reducción del proteccionismo comercial, las barreras a la inversión extranjera o la rigidez del mercado laboral.

LAS INFRAESTRUCTURAS COMO EJE DE DESARROLLO

Indonesia requiere mejorar sensiblemente sus infraestructuras –una de las principales debilidades estructurales del país–, imprescindible para aprovechar los potenciales económicos y propiciar un desarrollo a largo plazo. Los avances en materia de infraestructuras son insuficientes y las deficiencias se aprecian tanto en los transportes (puertos, carreteras y aeropuertos) como en los suministros básicos de energía y agua. Afrontar estos retos exige afianzar la afluencia sostenida de inversión, tanto nacional como extranjera.

El desarrollo de las infraestructuras se contemplan en dos ambiciosos planes: el Plan Nacional de Desarrollo a Largo Plazo (RPJPN), que abarca el periodo 2005-2025, y en el Masterplan para la Aceleración y Desarrollo Económico de Indonesia, 2011-2025. Por razones de planificación y eficiencia el Plan Nacional se divide en cuatro etapas, correspondientes a los cuatro planes de medio plazo quinquenales (RPJMN). En la actualidad, las principales prioridades de la tercera etapa o RPJMN 2015-2019 son la mejora sustancial de las carreteras y garantizar el acceso del 100% de los hogares al suministro eléctrico, agua potable y saneamiento. Otros objetivos ambiciosos del tercer

COBROS Y PAGOS



SU TIEMPO ES ORO
UNIVIA AGILIZA SU TIEMPO
UNIVIA ES ORO PARA SU NEGOCIO

Internet es ya una herramienta de optimización y mejora en los procesos diarios **reduce costes, tiempos y espacios de trabajo**, además de permitir un seguimiento inmediato de cualquier operación.

UnVía, el servicio online de Unicaja, le ofrece un salto de calidad en las dos gestiones más comunes y necesarias de su negocio: **COBROS y PAGOS**.

Algunas de las múltiples herramientas que ofrece:

COBROS
- Servicio de Remesas de Recibos (cuaderno 19)
- Servicio de Cuentas de Bando

PAGOS
- Servicio de Remesas de Transferencias (cuaderno 14)
- Servicio de Emisión de Pagos por cuenta corriente



plan son la reducción de los costes de logística hasta el 20% del PNB (en 2014 representan un 27%), potenciar el transporte público hasta alcanzar una cuota de mercado del 32% (23% en 2014), posibilitar una vivienda digna al 100% de la población, la expansión de las telecomunicaciones (banda ancha para el 30% de la población urbana y el 6% de la población rural, y el 100% de la población para la banda ancha de móvil) y el aumento de la irrigación por embalse (hasta el 20%, frente al 11% en 2014).

En la tabla adjunta se recogen tres escenarios de necesidades de inversión en infraestructuras para el RPJMN 2015-2019. El escenario de máximos supondría una inversión de 6.552 trillones IDR – que equivalen a 482.000 millones de dólares al cambio actual–, mientras que el de mínimos o escenario básico reduce a casi la mitad dicha inversión. Entre ambos, el escenario parcial cubriría un 73% de la financiación necesaria. Atendiendo al desglose por partidas, destacan las inversiones en carreteras, recursos hídricos y electricidad (que de manera agregada representan el 53% de la financiación estimada).

ESCENARIOS DE FINANCIACIÓN DE INFRAESTRUCTURAS (RPJMN 2015-2019)

	Completo	Parcial		Básico	
	100%	Billón IDR	Porción 100% (%)	Billón IDR	Porción 100% (%)
Carreteras	1.274	851	66,8	637	50,0
Transporte ferroviario	278	222	79,9	140	50,4
Transporte urbano	166	115	69,3	75	45,2
Transporte marítimo	654	504	77,1	342	52,3
Transporte aéreo	182	165	90,7	100	54,9
Electricidad	1.080	762	70,6	714	66,1
Energía y gas	535	420	78,5	268	50,1
Recursos hídricos	1.091	845	77,5	645	59,1
Saneamiento y residuos	666	450	67,6	330	49,5
Vivienda	384	247	64,3	180	46,9
TICs	242	200	82,6	130	53,7
Inversión total	6.552	4.781	73,0	3.561	54,3

Fuente: Kementerian PPN Bappenas.

Las oportunidades para las empresas españolas en materia de infraestructuras son amplias,

particularmente en los ámbitos de las energías renovables, tratamiento de aguas y residuos urbanos (en consonancia con la cuantiosa y en constante crecimiento población urbana), junto a la asistencia técnica y suministros en proyectos de financiación multilateral.

No obstante, las dificultades a la hora de generar presupuestos más expansivos unido a la reducida participación del sector privado (hasta ahora sólo ha contribuido el 15% de la financiación de infraestructuras, frente al 30% esperado) son factores limitantes. Al respecto, el aumento de los fondos públicos por la supresión de las subvenciones a los combustibles, la reducción de la burocracia y de las trabas administrativas y una política de estímulos para la inversión privada pueden favorecer la ejecución de infraestructuras. Asimismo, la agenda reformista de Jokowi traza para los próximos años un presupuesto más volcado a proyectos de infraestructuras. Aunque, la falta de transparencia o decisiones políticas arbitrarias en el proceso de licitación de los grandes proyectos estratégicos siguen lastrando la inversión extranjera.

RELACIONES BILATERALES POR DEBAJO DE LOS POTENCIALES DEL PAÍS

España mantiene unas buenas relaciones político-comerciales con Indonesia. Sin embargo, la proyección de las exportaciones españolas en el mercado indonesio tiene mayor recorrido teniendo en cuenta el peso demográfico y potenciales económicos del país. Indonesia ocupa el puesto cincuenta y ocho en el ranking por países de las exportaciones españolas y el decimotercero en el continente asiático (datos de 2015).

La balanza comercial bilateral se caracteriza por un saldo negativo para España, que en 2015 asciende a 1.186 millones de euros, aunque se ha reducido un 7,2% respecto a 2014, y un 40,3% en comparación con el máximo alcanzado en 2011. La

COBROS Y PAGOS



OPTIMICE SUS PROCESOS FINANCIEROS A TRAVÉS DE UNIVIA

SUTIEMPO ES ORO

UNIVIA AGILIZA SU TIEMPO

UNIVIA ES ORO PARA SU NEGOCIO

Internet es ya una herramienta de optimización y mejora en los procesos diarios **reduce costes, tiempos y espacios de trabajo**, además de permitir un seguimiento inmediato de cualquier operación.

Univía, el servicio online de Unicaja, le ofrece un salto de calidad en las dos gestiones más comunes y necesarias de su negocio: **COBROS y PAGOS**.

Algunas de las múltiples herramientas que ofrece:

COBROS

- Servicio de Remesas de Recibos (cuaderno 19)
- Servicio de Cuentas de Bando

PAGOS

- Servicio de Remesas de Transferencias (cuaderno 34)
- Servicio de Emisión de Pagos por cuenta corriente



reducción del déficit comercial se explica por el empuje exportador en los últimos años. Así, en 2015 las ventas españolas al mercado indonesio alcanzaron los 472 millones de euros, un 13,7% más que un año antes, lo cual supone un máximo histórico (desde 1995, primer año para el que existen estadísticas). Por el contrario, las importaciones disminuyeron en un 2%, aunque su valor es 3,5 veces superior al de las exportaciones (1.658 millones de euros).

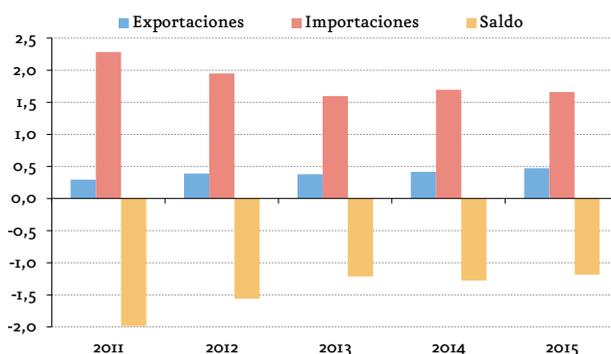
La principal partida objeto de exportación de España a Indonesia en 2015 correspondió a manufacturas de fundición, hierro/acero, con casi un tercio del valor exportado, seguida de máquinas y aparatos mecánicos y productos farmacéuticos. En conjunto estas tres partidas acaparan el 51,7% de las exportaciones. Atendiendo a la variación interanual del top-10 de exportaciones, las manufacturas de fundición, hierro/acero y productos farmacéuticos fueron también las partidas más dinámicas (con incrementos de 315,7% y 219,1%, respectivamente). En el sentido contrario, máquinas y aparatos mecánicos, junto a papel-cartón, fueron las dos únicas partidas representadas con variaciones negativas.

En cuanto a los bienes indonesios más demandados por el mercado español en 2015, sobresalen grasas, aceite animal o vegetal (32,3%), seguido a distancia por combustibles y minerales (11,5% y 8,7%, respectivamente). En la evolución del top-10 de mayores importaciones, destacó el incremento interanual de aparatos y material eléctricos (71,8%), aunque en términos cuantitativos fue más relevante el crecimiento de combustibles. No obstante, el retroceso de las partidas de grasas, aceite animal (-17%) o vegetal y minerales (-12%) influyó en la caída global de las importaciones.

Por su parte, el flujo de inversión directa de España en Indonesia (inversión bruta en operaciones no «etve» (de tenencia de valores) se caracteriza por su escaso volumen y falta de continuidad.

Balanza comercial hispano-indonesia

(miles de millones de euros)



Fuente: Afi a partir de Datacomex.

QUÉ EXPORTAR A INDONESIA

- Automóviles y componentes
- Farmacia y cosmética
- Alimentación y bebidas
- Maquinaria (mecánica y eléctrica)
- Materiales de construcción
- Equipamiento médico y de laboratorio
- Tecnologías de la Información y Comunicación

Fuente: PIDM Indonesia, 2015, Secretaría de Estado de Comercio.

En 2014 tan sólo se registró 207 mil euros y en 2015 careció de inversión. De hecho, sin considerar 2013 (un año excepcionalmente bueno para la inversión española con 33,3 millones de euros), en cinco años tan sólo se contabilizan 4,9 millones. Al considerar el flujo inverso, la inversión directa indonesia en España es insignificante (118 mil euros entre 2012 y 2015).

A pesar de los obstáculos principalmente asociados a barreras no comerciales y a la inseguridad jurídica, el mercado indonesio ofrece un elevado potencial a las empresas españolas: la existencia de un Convenio para evitar la Doble Imposición (CDI) y de un Acuerdo de Promoción y Protección Recíproca de Inversiones (APPRI), entre España e Indonesia, respaldan las operaciones de empresas españolas en este país asiático. Además, Indonesia es considerado un mercado prioritario por parte de la Administración comercial española y, en esa línea, cuenta con Plan Integral

COBROS Y PAGOS



SU TIEMPO ES ORO
UNIVIA AGILIZA SU TIEMPO
UNIVIA ES ORO PARA SU NEGOCIO

Internet es ya una herramienta de optimización y mejora en los procesos diarios: reduce costes, tiempos y espacios de trabajo, además de permitir un seguimiento inmediato de cualquier operación.

Univía, el servicio online de Unicaja, le ofrece un salto de calidad en las dos gestiones más comunes y necesarias de su negocio: COBROS y PAGOS.

Algunas de las múltiples herramientas que ofrece:

COBROS
- Servicio de Remesas de Recibos (cuaderno 19)
- Servicio de Cuentas de Bando

PAGOS
- Servicio de Remesas de Transferencias (cuaderno 34)
- Servicio de Emisión de Pagos por cuenta corriente



de Desarrollo de Mercado elaborado por la Secretaría de Estado de Comercio (PIDM-2015). Teniendo en cuenta la magnitud del mercado y la ya aludida progresión de las clases de ingresos medios y altos, el margen de crecimiento de las exportaciones es muy alto, particularmente en los sectores re-

presentados en la tabla. En el plano de las inversiones, además de las infraestructuras, otros ámbitos interesantes son las franquicias de confección textil, hostelería y ocio, minería y servicios asociados ::

PRINCIPALES CAPÍTULO EXPORTADOS POR ESPAÑA A INDONESIA (2015)

Cap.	Productos	Miles euros	% Total
73	Manuf. de fundic., hier./acero	150.209,64	31,82
84	Máquinas y aparatos mecánicos	49.072,72	10,40
30	Productos farmacéuticos	44.599,04	9,45
62	Prendas de vestir, no de punto	28.295,81	5,99
61	Prendas de vestir, de punto	19.408,31	4,11
32	Tanino; materias colorantes; p	19.262,72	4,08
39	Mat. plásticas; sus manufactu.	15.165,41	3,21
48	Papel, cartón; sus manufactura	12.805,60	2,71
33	Aceites esenciales; perfumer.	12.687,23	2,69
99	Conjunt. de otros productos	11.838,76	2,51
	Subtotal	363.345,23	76,97
	Total exportaciones	472.035,89	100,00

Fuente: ESTACOM y Afi.

PRINCIPALES CAPÍTULO IMPORTADOS POR ESPAÑA DESDE INDONESIA (2015)

Cap.	Productos	Miles euros	% Total
15	Grasas, aceite animal o vegetal	536.273,75	32,34
27	Combustibles, aceites mineral.	191.120,07	11,52
26	Minerales, escorias y cenizas	143.789,15	8,67
64	Calzado; sus partes	96.285,33	5,81
38	Otros productos químicos	87.557,82	5,28
85	Aparatos y material eléctricos	81.487,53	4,91
40	Caucho y sus manufacturas	61.815,59	3,73
62	Prendas de vestir, no de punto	46.416,28	2,80
29	Productos químicos orgánicos	42.325,66	2,55
61	Prendas de vestir, de punto	39.066,88	2,36
	Subtotal	1.326.138,05	79,96
	Total importaciones	1.658.428,50	100,00

Fuente: ESTACOM y Afi.

¹ The Boston Consulting Group: *Asia's Next Big Opportunity. Indonesia's Rising Middle-Class and Affluent Consumers*. Marzo de 2013.

COBROS Y PAGOS



OPTIMICE SUS PROCESOS FINANCIEROS A TRAVÉS DE UNIVÍA

SU TIEMPO ES ORO

UNIVÍA AGILIZA SU TIEMPO

UNIVÍA ES ORO PARA SU NEGOCIO

Internet es ya una herramienta de optimización y mejora en los procesos diarios **reduce costes, tiempos y espacios de trabajo**, además de permitir un seguimiento inmediato de cualquier operación.

Univía, el servicio online de Unicaja, le ofrece un salto de calidad en las dos gestiones más comunes y necesarias de su negocio: **COBROS y PAGOS**.

Algunas de las múltiples herramientas que ofrece:

COBROS

- Servicio de Remesas de Recibos (cuaderno 19)
- Servicio de Cuentas de Borrado

PAGOS

- Servicio de Remesas de Transferencias (cuaderno 14)
- Servicio de Emisión de Pagos por cuenta corriente

