



De izquierda a derecha: José Vicente Castell, responsable internacional de Dulcesol; Esther González Sanz, de la Subdirección General de Instituciones Financieras Multilaterales; Juan Lazcano, vicepresidente de CEOE; Nicolás Mouze, director de marketing y ventas de DHL; Mohammed Haneche, embajador de Argelia en España, y Eduardo López Busquets, de la Casa Árabe de Madrid, en la redacción de **Cinco Días**.

La solidez financiera de Argelia busca inversores

Asociado tradicionalmente con recursos energéticos como el gas, Argelia quiere ahora ir más allá de la exportación de estas materias y busca convertirse en el destino de inversiones extranjeras. Su cercanía a España hace que nuestro país sea una de las zonas con las que el Gobierno argelino quiere impulsar las relaciones comerciales. Así lo explicó su embajador en España, Mohammed Haneche, durante la reunión de expertos organizada por **CincoDías**, en un desayuno patrocinado por la compañía logística DHL Express. Junto a Haneche, representantes del ámbito empresarial y de instituciones como la Casa Árabe tuvieron la oportunidad de debatir sobre las posibilidades y dificultades que se encuentran las organizaciones españolas, especialmente las pymes, que desembarcan en el Estado árabe.

“Para Argelia, el eje central en el que establecer cooperación con otros países se sitúa en la Unión Europea”, aseguró el embajador. Y, tal y como explicó, España puede tener un papel destacado en esas relaciones que el Gobierno quiere intensificar con sus vecinos.

La economía argelina se encuentra en pleno desarrollo y el país busca empresas europeas con las que cooperar en los negocios para propiciar el crecimiento

En la actualidad son unas 300 las empresas de nuestro país que trabajan en Argelia, con un importante peso del sector de la construcción. Tienen gran relevancia las exportaciones españolas que llegan hasta allí, principalmente de productos industriales. Sin embargo, el reto para el país se sitúa en atraer a las pequeñas sociedades, que a menudo suelen encontrar más barreras que las grandes. “Es cierto que las empresas españolas prefieren trabajar en el mercado nacional o europeo, pero creo que sus temores para desembarcar en Argelia son exagerados”, señaló Haneche.

“Cuando las pymes deciden internacionalizarse en países que, incluso aunque se encuentran cerca, son más complejos, la preparación es básica”, apuntó Nicolás Mouze, director de mar-

TEXTO
IRENE LÓPEZ

FOTOGRAFÍA
PABLO MONGE

keting y ventas en DHL, como clave para que los negocios superen ese miedo a trabajar en mercados de culturas distintas a la suya.

Con preparación, y de la mano de un socio que conocía el funcionamiento de los negocios argelinos, la empresa de alimentación Dulcesol empezó a comercializar sus productos en el país en 2011. “Hoy, Argelia se ha convertido en nuestro segundo mercado internacional en importancia y el mes que viene esperamos inaugurar allí nuestra primera planta industrial”, expuso el responsable internacional de la compañía, José Vicente Castell, quien calificó la aventura de muy positiva.

Sin embargo, desde su experiencia, Castell también señaló algunos de los problemas con los que Dulcesol y otras

pymes se encuentran para llegar a este Estado del norte de África. Uno de los más repetidos a lo largo de la conversación fue la llamada “ley 49-51”, que impide que los empresarios extranjeros se hagan con participaciones mayoritarias en las sociedades conjuntas de sectores considerados estratégicos. Para Mohammed Haneche, la norma pone de manifiesto la intención de impulsar las capacidades nacionales, pero a la vez de contar con ayuda internacional.

La complicada burocracia que hace falta para cumplir con los trámites administrativos es otro de los grandes frenos que los expertos identificaron para los negocios españoles. “La informática va a ayudarnos en este sentido”, aseveró el embajador, que quiso dejar constancia de la voluntad de su Gobierno para salvar este tipo de barreras.

Juan Lazcano, vicepresidente de CEOE, también apuntó a otras trabas, como las que se encuentran las compañías, especialmente las de tamaño medio y grande, que participan en los concursos públicos. “Existe un interés del empresariado, pero quedan temas por resolver, como el cierto naciona-

Desayunos CincoDías

**MOHAMMED HANECHÉ**

Embajador de Argelia en España

“La política de internacionalización está ayudando a las empresas españolas a salir al extranjero. Espero que continúe y pronto haya en mi país tantas pymes españolas como italianas”

**NICOLÁS MOUZE**

Director de marketing y ventas de DHL

“Argelia ha protegido en parte su economía con medidas como controles aduaneros, por ello es básico preparar y asesorar a las pequeñas compañías para que puedan llevar a cabo los trámites”

**JUAN LAZCANO**

Vicepresidente de CEOE

“Existe un gran interés de los empresarios españoles, ya que el país se encuentra en pleno desarrollo de sus infraestructuras en áreas como transporte, agua o salud y requiere múltiples productos y servicios”

**EDUARDO LÓPEZ BUSQUETS**

Director general de la Casa Árabe de Madrid

“Debemos ser conscientes de que existe una voluntad de diversificación estratégica clara por parte de Argelia. Tenemos que trabajar para que la voluntad política de cooperación se plasme en la realidad”

**ESTHER GONZÁLEZ SANZ**

Representante de la Subdirección General de Instituciones Financieras Multilaterales

“El Gobierno de Argel solo recibe asistencias técnicas del Banco Africano de Desarrollo para reforzar la Administración, desarrollar el sector privado y la integración regional”

**JOSÉ VICENTE CASTELL**

Responsable internacional del grupo Dulcesol

“El contacto con el mercado, encontrar al socio adecuado, la estabilidad del país y sus ventajas competitivas fueron claves para que nos decidiéramos a iniciar un proyecto allí”

Visados más ágiles para los directivos

La presencia de personal propio sobre el terreno es fundamental en cualquier proceso de internacionalización, así como el traslado de personal local a la matriz de la empresa para llevar a cabo su formación. Sin embargo, la entrada y salida de los profesionales de un país a otro no siempre es tan sencilla como a las corporaciones les gustaría. “Hemos encontrado dificultades en lo referente a la circulación de personas en ambos sentidos”, explicó José Vicente Castell, responsable de negocio internacional de Dulcesol, durante el debate organizado por **CincoDías** y patrocinado por DHL Express sobre las inversiones en Argelia.

Por su parte, el embajador argelino en España, Mohammed Haneche, apuntó que el país está impulsando mejoras en

MISIONES COMERCIALES

● **Darse a conocer** y que las empresas pequeñas y medianas pierdan el miedo a hacer negocios en Argelia es uno de los objetivos de su Gobierno. Para ello, el país promueve misiones de prospección comercial que se realizan junto con las comunidades autónomas.

este sentido. “Estamos en ello. Ya contamos con un convenio de facilitación de visados”, afirmó Haneche, quien añadió que a nivel de la institución que preside ya es posible tramitar visados para viajar al Estado africano en un plazo de un día.

El representante argelino aseguró también que directivos y empresarios españoles tienen ya la posibilidad de acceder a permisos de un año de duración para entrar y salir de su país. Con ello, la embajada pretende facilitar los negocios entre empresas y organizaciones de ambos países.

Con respecto al personal local, Castell destacó que Dulcesol ha encontrado en Argelia un “excelente nivel técnico y profesional”. El responsable de negocio internacional de la compañía de alimentación hizo hincapié en que ello ha permitido que los mandos intermedios de sus negocios situados en el país sean de origen argelino.

lismo positivo que aparece en ciertas licitaciones”, apuntó Lazcano.

Por su parte, Haneche quiso hacer énfasis en la gran capacidad de las corporaciones españolas para llevar a cabo los proyectos que se están impulsando en Argelia y en las ventajas comparativas que tienen sobre otras empresas internacionales. “Considero que las dos partes tenemos que hacer esfuerzos para llegar a acuerdos”, dijo el embajador.

Pese a las dificultades que pueden encontrar las compañías, el país árabe también cuenta con múltiples atractivos, como su fuerte posición financiera. “En su plan de reducir el endeudamiento exterior, Argelia no toma desde 2006 préstamos del Banco Africano de Desarrollo”, afirmó Esther González Sanz, representante de la Subdirección General de Instituciones Financieras Multilaterales. Y es que el Estado árabe opta por utilizar fondos propios para llevar a cabo sus inversiones, como los dos planes de quinquenales por valor de 263.000 millones de euros que pondrá en marcha de aquí a 2019.

Las relaciones comerciales de este país con otros también se han intensificado en los últimos años, tal y como

LAS CIFRAS**39**

millones de habitantes tenía Argelia en 2013, según datos del Banco Mundial.

3,4%

creció el PIB del país árabe en 2013. Para 2014, el Gobierno argelino prevé que la economía se expanda un 4,5%.

13.000

millones de euros fue el valor de los intercambios con Argelia en 2013. En los primeros seis meses del año son ya 7.000 millones.

expuso el director general de la Casa Árabe de Madrid, Eduardo López Busquets. “Su crecimiento ha modificado la estructura económica del país y eso hará que la cercanía con empresas de otros rincones sea mucho más intensa”, comentó.

López Busquets también hizo referencia a otros problemas con los que se suelen enfrentar las empresas, como la fiscalidad (por los convenios de doble imposición) y las dificultades en la repatriación de dividendos (debido a que el dinar no es convertible). “Están encima de la mesa y se plantean con frecuencia, lo cual no quiere decir que no haya atisbos de ir solucionándolos”, argumentó el directivo, que hizo alusión al diálogo continuo que hay entre Argelia y España en estos aspectos.

La voluntad de acuerdo es, para el director de marketing de DHL, un punto a favor de Argelia. “Existen muchos escollos, pero al final el mensaje es positivo”, sentenció Nicolás Mouze, quien también llamó a las empresas a valorar aspectos como la estabilidad que reina en el país árabe en muchos sentidos.

Según el responsable internacional de Dulcesol, José Vicente Castell, la clave

para que esta empresa se estableciera allí fue el gran potencial que detectaron los responsables tras realizar visitas sobre el terreno a las ciudades más importantes, como Argel y Orán. En ellas comprobaron, tal y como explicó Castell, su estabilidad política y social, el dinamismo económico actual y cómo existen unos hábitos de consumo similares a los nuestros pese a las diferencias culturales.

“Nosotros fuimos allí con una visión a largo plazo”, señaló el directivo de la empresa de dulces. Esa se perfila, según los expertos reunidos en el debate, como una de las claves para que las inversiones en otros países, especialmente en aquellos con ciertas peculiaridades como Argelia, prosperen. “Abrir una filial en un país implica una relación estable”, apuntó Mouze como conclusión. “Hay que dar un primer paso que sirva para seguir construyendo”, aseguró el representante de DHL.

La predisposición de España y Argelia a entenderse es, a juicio de este grupo de expertos, uno de los alicientes que invita a pensar que todavía son muchas las posibilidades de acuerdo comercial entre las empresas de ambas regiones.