

UNIVERSIDAD DE OVIEDO

Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales Jovellanos

TRABAJO FIN DE GRADO GRADO EN COMERCIO Y MARKETING

**OPORTUNIDADES DEL SECTOR AGROALIMENTARIO
ASTURIANO EN EL MERCADO FILIPINO**

AUTOR: Jairo González González

Gijón, 31 de junio de 2020

RESUMEN

Actualmente en el sudeste asiático, el mercado filipino llama la atención a empresas de diversos sectores debido a su panorama económico que ha mejorado durante los últimos años y del que se espera un gran crecimiento en los próximos. El aumento de la clase media y del consumo privado especialmente en productos occidentales dentro del sector agroalimentario provoca un aumento de las exportaciones hacia el país.

El sector agroalimentario asturiano que viene aumentando su presencia internacional durante los últimos años, tiene una gran oportunidad para sus empresas exportadoras de introducirse en Filipinas contando con la ayuda de instituciones para promocionarse y establecer una importante red de contactos. A pesar de la vinculación histórica entre España y Filipinas, el país asiático sigue siendo un gran desconocido para las empresas españolas y para superar las barreras de entrada buscaran socios locales con un mayor conocimiento del mercado, siendo por tanto la exportación a través de agentes y la creación de Joint ventures las formas más comunes de entrada.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	1
2. EL SECTOR AGROALIMENTARIO EN ASTURIAS.....	3
2.1. Relevancia del sector en la región.....	3
2.2. El sector agroalimentario asturiano en el exterior	9
3. EL MERCADO FILIPINO	13
3.1. Información socioeconómica del país	13
3.2. Lazos históricos con España	15
3.3. Relaciones comerciales bilaterales España-Filipinas.....	16
3.4. Relaciones comerciales bilaterales Asturias-Filipinas.....	19
4. EMPRESAS ASTURIANAS EN EL MERCADO FILIPINO O EN PROCESO DE INTRODUCCIÓN.....	21
4.1. Programas de ICEX/ASTUREX para empresas en proceso de introducción en el mercado filipino.	21
4.2. Barreras de entrada a la importación.....	22
4.3. Empresas que ya operan en el país	23
5. CONCLUSIONES	25
6. BIBLIOGRAFÍA.....	27

1. INTRODUCCIÓN

Durante los últimos años, el comercio exterior español perteneciente al sector agroalimentario ha mostrado una gran fortaleza en la que se puede apreciar una tendencia positiva en el valor de sus exportaciones de forma notoria a partir del año 2010, llegando a marcar su mejor registro en 2017 (si no se tienen en cuenta los datos provisionales del 2018) donde las exportaciones, según se puede ver en los datos ofrecidos por DATACOMEX (2019) han alcanzado un valor superior a los 45.600 millones de euros.

En comparación con el resto de los países en cuanto a este tipo de exportaciones, el informe del ICEX sobre el sector agroalimentario en España (elaborado en septiembre de 2017) posicionó a nuestro país como cuarto de Europa y octavo a nivel mundial.

Las exportaciones en el sector económico de alimentación, bebidas y tabaco van dirigidas en mayor proporción a los países ubicados dentro del continente europeo, sin embargo, si se centra la atención en la tasa de crecimiento anual sobre el valor de las exportaciones, se observa que cada vez se empieza a exportar más a continentes como América o Asia. Este fenómeno se debe a las oportunidades de negocio que se empiezan a proyectar en varios países donde las altas expectativas de crecimiento hacen que muchas empresas se decanten por llevar sus productos a estos lugares con el objetivo de aumentar su rentabilidad ampliando su cuota de mercado.

En este trabajo se investiga en particular el mercado filipino, que es en la actualidad uno de los grandes mercados emergentes del sudeste asiático del que se espera un rápido crecimiento en los próximos años, siendo una buena oportunidad de negocio para empresas españolas de diferentes sectores. Este trabajo de investigación se centra en las empresas asturianas dentro del sector agroalimentario que quieran expandir su negocio internacionalmente para seguir creciendo y la forma en que deben hacer frente a un mercado complejo como es el filipino, que sigue siendo desconocido para las empresas españolas y cuenta con algunas barreras que dificultan la entrada desde el exterior. (Elizalde, 2014)

La tendencia creciente del PIB per cápita de la población filipina entre otras circunstancias facilita el desarrollo de una clase media que se siente atraída por productos del sector agroalimentario teniendo una percepción de calidad en los productos europeos, y la propensión a adquirir productos extranjeros hace que surjan nuevas oportunidades de negocio.

Para poder introducirse en el mercado filipino de la mejor manera posible, las empresas cuentan con la ayuda de instituciones como ICEX o ASTUREX que actúan como enlace entre empresas españolas y filipinas, orientándolas en sus operaciones futuras y ayudándolas en la identificación de socios organizando varias misiones comerciales que permitan promocionar sus productos.

Para realizar esta investigación sobre las expectativas comerciales en Filipinas, se profundiza en la situación del sector tanto en la región asturiana como en el país asiático, las empresas agroalimentarias más relevantes en Asturias que pueden o han aprovechado esta oportunidad de negocio, las altas expectativas de crecimiento que ofrece uno de los países del sudeste asiático como es Filipinas a nivel económico, la relación sociocultural que existe debido a los vínculos históricos entre España y Filipinas por sus 300 años como parte del imperio español y las posibles complejidades que se puedan encontrar las empresas asturianas a la hora de introducirse, viendo también como han actuado empresas que actualmente operan en el país.

2. EL SECTOR AGROALIMENTARIO EN ASTURIAS

En este apartado se analiza en detalle la situación en la que se encuentra el sector de alimentación y bebidas en la región asturiana, atendiendo en primer lugar a cómo ha evolucionado el volumen en cuanto a cifra de negocio, su porcentaje sobre el PIB regional, el número/tipo de empresas dedicadas a la industria y los subsectores con más importancia dentro del sector.

Asimismo, en cuanto a comercio exterior se centra en el número de empresas que realizan esta actividad, los principales destinos de las exportaciones por parte de las empresas asturianas de la industria y su respectiva balanza comercial.

2.1. RELEVANCIA DEL SECTOR EN LA REGIÓN

El sector de alimentación y bebidas muestra una gran capacidad de crecimiento en Asturias, siendo de gran importancia en la actividad industrial de la región acompañado del metal y las industrias extractivas, energía y agua.

Si hacemos un ranking con todas las empresas asturianas en función del volumen de su facturación en euros, obtenemos los siguientes datos (ver Figura 2.1):

Figura 2.1: Ranking de empresas asturianas 2019 según sus ventas

1	ARCELORMITTAL ESPAÑA, SA	3.404.428.000
2	EDP ESPAÑA SA.	1.615.840.000
3	EDP ENERGIA SAU	1.297.962.000
4	GRUPO UNNE S.C.	938.655.766
5	TSK ELECTRONICA Y ELECTRICIDAD SA	783.544.515
6	CORPORACION ALIMENTARIA PEÑASANTA, SA	713.690.000
7	ASTURIANA DE ZINC SA	690.568.000
8	ALIMERKA, SA	622.659.000
9	INDUSTRIAS LACTEAS ASTURIANAS SA	351.900.738
10	CELULOSAS DE ASTURIAS SA	333.220.000

Fuente: Ranking-empresas. El Economista (2019).

Observando las empresas que pertenecen a la industria de alimentación y bebidas, se encuentran dos grandes empresas del sector agroalimentario.

En el puesto número nueve, está situada la empresa Reny Picot (Industrias Lácteas Asturianas SA), como una de las empresas referencia del sector lácteo en Asturias que actualmente está presente en los mercados internacionales con filiales en Europa (Francia, Portugal y Polonia), Asia (China) y América (México y Estados Unidos). En el año 2014 recibió por ello, por parte de El Instituto de Desarrollo Económico (IDEPA), el premio a la internacionalización por el proyecto “Reny Picot: desde Asturias por el mundo”.

Tres puestos más arriba, nos encontramos en el puesto número seis con CAPSA (Corporación alimentaria Peña santa SA), siendo la empresa líder dentro del sector lácteo a nivel nacional, con varios premios en su haber. Según el estudio realizado por RepTrak España en 2018, Central Lechera Asturiana (perteneciente al grupo CAPSA) es la empresa española con mejor reputación a nivel nacional y la primera empresa de su sector en el ranking.

También existen otras empresas asturianas que han tenido relevancia en el sector agroalimentario como: Sidra Mayador, Sidra Trabanco, El Gaitero, Embutidos el Hórreo, Cafento, Conservas Agromar, Arias, Aguas de Fuensanta.

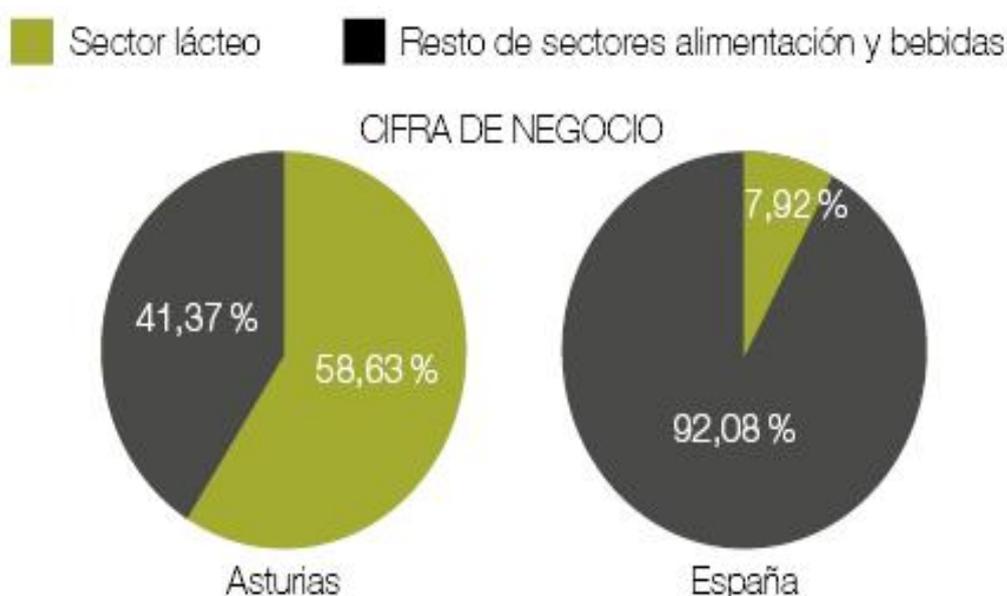
Con los datos extraídos del Instituto de Desarrollo Económico del Principado de Asturias (IDEPA) y el Instituto Nacional de Estadística (INE), se puede concluir sobre las cifras de negocio anuales del sector en Asturias, que aportan aproximadamente 2.000 millones de euros al año y que comparándolo con el producto interior bruto anual del Principado de Asturias, el sector supone cerca de un 10% del PIB regional. En cuanto al número de empresas, han aumentado en mayor cantidad las pymes y micropymes dentro del sector durante los últimos años pasando de ser en total 604 empresas en 2015 a ser 717 empresas en 2017.

“El sector alimentario se clasifica en dos grandes subsectores: industria de la alimentación y fabricación de bebidas. A su vez, la industria de la alimentación está formada por los siguientes ámbitos de actividad: industria cárnica, elaboración y conservación de pescado, preparación y conservación de frutas y hortalizas, fabricación de aceites y grasas, industria láctea, fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos, fabricación de productos para la alimentación animal y fabricación de otros productos alimenticios. La industria de elaboración de bebidas presenta los siguientes ámbitos de actividad: industria vinícola, industria de elaboración de otras bebidas alcohólicas e industria de bebidas no alcohólicas”. (Trabajastur, 2010)

Dentro de la industria alimentaria la rama de los lácteos es la que genera un mayor volumen en cuanto a cifra de negocios, siendo la producción de leche fresca la partida con más peso dentro del sector lácteo junto a la fabricación de quesos con denominación de origen protegida.

Como se puede ver en la Figura 2.2, dentro del sector de alimentación y bebidas, más del 50% del volumen de ventas en Asturias pertenece al sector de los lácteos, mientras a nivel nacional más del 90% del volumen de ventas incide sobre el resto de los sectores que conforman el de alimentación y bebidas.

Figura 2.2: Comparación de la importancia del sector lácteo entre Asturias y España



Fuente: Directorio Central de Empresas (DIRCE). INE – 2016

Debido a la importancia del sector lácteo en Asturias, se puede ver en la Figura 2.3 el gran peso de las empresas regionales, contando con 8 dentro del top 100 de las empresas nacionales dentro del sector según el volumen de ventas. Como empresas más destacables tenemos Corporación Alimentaria Peñasanta SA e Industrias Lácteas Asturianas SA dentro de las 10 primeras a nivel nacional con 724 y 345,7 millones de euros de facturación respectivamente.

En la actividad de elaboración de quesos (Figura 2.4) también cuenta con dos empresas destacables: Industrias lácteas Monteverde SA y Juan Martínez SL.

Figura 2.3: Ranking de empresas asturianas en 2019, CNAE: (10.54) "Preparación de leche y otros productos lácteos"

Posición dentro del sector (Nacional)	Nombre de la empresa	Facturación (M€)	Número de empleados
1	CORPORACIÓN ALIMENTARIA PEÑASANTA SA	724	1.102
4	INDUSTRIAS LÁCTEAS ASTURIANAS SA	345,7	741
35	GRANJA LA POLESA SA	> 2,5	De 11 a 50
55	PRODUCTOS LÁCTEOS JOAQUÍN PEÑA SL	1 – 2,5	De 0 a 10
68	CUEVA DEL MOLÍN SL	< 2	De 10 a 49
84	DULCEGRADO SL	0 – 0,5	De 0 a 10
87	EXTERNATUR SL	< 2	De 10 a 49
90	POSTRES YOTUR SL	0 -0,5	De 0 a 10

Fuente: Elaboración propia a partir de elEconomista (2019), einforma (2019), Expansión (2019) e infoempresa (2020)

Figura 2.4: Ranking de empresas asturianas en 2019, CNAE: (10.53) "Fabricación de quesos"

Posición dentro del sector (Nacional)	Nombre de la empresa	Facturación (M€)	Número de empleados
30	INDUSTRIAS LÁCTEAS MONTEVERDE SA	> 2,5	De 51 a 200
39	JUAN MARTÍNEZ SL	> 2,5	De 11 a 50
118	QUESOS LA PERAL SL	1 – 2,5	De 0 a 10

Fuente: Elaboración propia a partir de elEconomista (2019), einforma (2019) y Expansión (2020)

Otro de los subsectores más importantes de la industria alimentaria en Asturias, es el de la carne y los embutidos donde cuenta con una gran tradición y productos de gran prestigio, y el de las conservas de pescado gracias a los más de 350 Km de zona costera que permite la obtención de pescado y marisco.

Como se observa en las Figuras 2.5 y 2.6, estos sectores también cuentan con empresas importantes para la región, aunque sin llegar al nivel de facturación de las del sector lácteo. Las más destacadas en el ranking según sus ventas (aunque no se tienen datos exactos) son Embutidos Vallina SA dentro del sector cárnico y Bacalaos El Barquero SA y Conservas Agromar SA dentro del sector de conservas de pescado.

Figura 2.5: Ranking de empresas asturianas en 2019, CNAE: (10.13) "Elaboración de productos cárnicos y de volatería."

Posición dentro del sector (Nacional)	Nombre de la empresa	Facturación (M€)	Número de empleados
125	EMBUTIDOS VALLINA SA	> 2,5	De 51 a 200
170	PRODUCTOS CÁRNICOS EL CUCO SA	> 2,5	De 11 a 50
207	VIUDA DE INOCENCIO FERNANDEZ SA	> 2,5	De 11 a 50
225	NOVAL JUNQUERA E HIJOS SL	> 2,5	De 11 a 50
234	GARCÍA NUÑO EL CHICO SL	> 2,5	De 11 a 50
362	JAMONES EL CASTILLO SA	> 2,5	De 11 a 50

Fuente: Elaboración propia a partir de elEconomista (2019), einforma (2019) y Expansión (2020)

Figura 2.6: Ranking de empresas asturianas en 2019, CNAE: (1022) "Fabricación de conservas de pescado"

Posición dentro del sector (Nacional)	Nombre de la empresa	Facturación (M€)	Número de empleados
63	BACALAO EL BARQUERO SA	> 2,5	De 11 a 50
87	CONSERVAS AGROMAR SA	> 2,5	De 11 a 50
104	MARISCOS OVINANA SL	1 – 2,5	De 11 a 50
108	CONSERVAS REMO SL	1 – 2,5	De 0 a 10
119	GONZÁLEZ BARRIO SL	1 – 2,5	De 11 a 50

Fuente: Elaboración propia a partir de elEconomista (2019), einforma (2019) y Expansión (2020)

En la parte de Fabricación de bebidas nos encontramos con la sidra como producto esencial de la tradición asturiana que con el tiempo se ha modernizado y llevado a diferentes mercados internacionales.

En la Figura 2.7 se puede ver como las mayores empresas dedicadas a la elaboración de sidra son principalmente asturianas contando con 7 empresas entre las 10 primeras a nivel nacional según sus ventas, destacando en primer lugar Valle Ballina y Fernández SA con una facturación de 17,6 millones de euros.

Figura 2.7: Ranking de empresas asturianas en 2019, CNAE: (11.03) "Elaboración de sidra y otras bebidas fermentadas a partir de frutas"

Posición dentro del sector (Nacional)	Nombre de la empresa	Facturación (M€)	Número de empleados
1	VALLE BALLINA Y FERNANDEZ SA	17,6	76
3	MANUEL BUSTO AMANDI SA	7,9	22
4	INDUSTRIAL ZARRACINA SA	7,8	45
5	SIDRA MENÉNDEZ SL	4,2	10
6	SIDRA TRABANCO SA	3,5	20
8	SIDRA CORTINA CORO SL	2,1	11
9	SIDRA ANGELÓN SL	1,7	14

Fuente: Elaboración propia a partir de elEconomista (2019) y einforma (2019)

Junto a la sidra existen otras industrias como la elaboración de vinos (en la zona más occidental de la región) y el agua mineral, que cuenta con diversos manantiales, que también forman parte de la tradición asturiana.

Asturias cuenta con varias empresas dedicadas a la fabricación de bebidas no alcohólicas (Figura 2.8), donde destacan Compañía Asturiana De Bebidas Gaseosas SL y Global SMM 2009 SL con más de 2,5 millones de euros de facturación.

Figura 2.8: Ranking de empresas asturianas en 2019, CNAE: (1107) "Fabricación de bebidas no alcohólicas; producción de aguas minerales y otras aguas embotelladas"

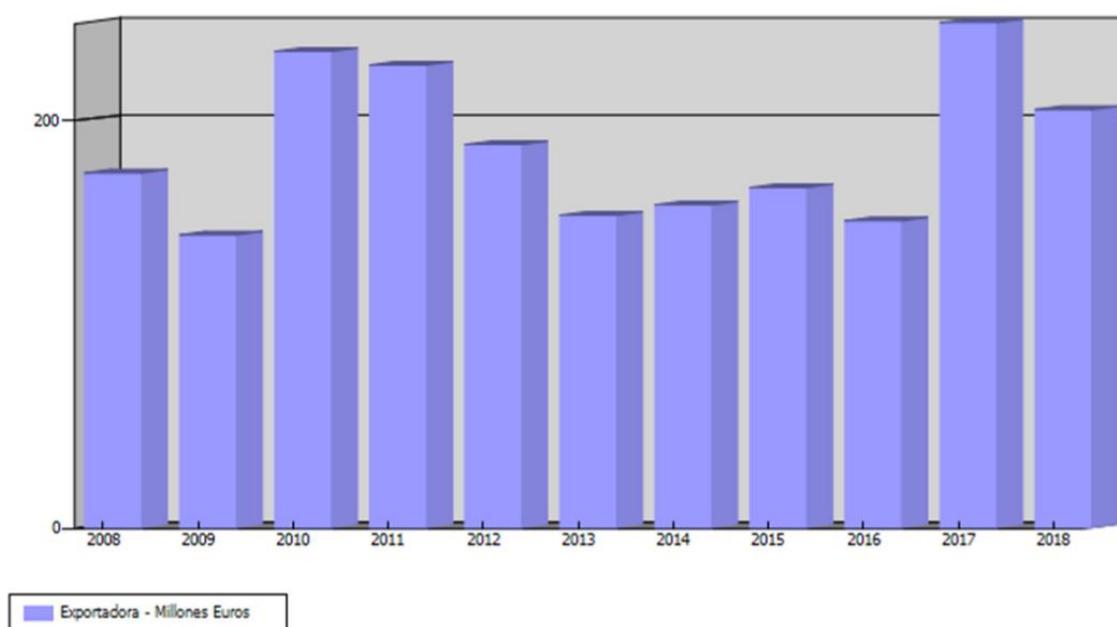
Posición dentro del sector (Nacional)	Nombre de la empresa	Facturación (M€)	Número de empleados
33	COMPAÑÍA ASTURIANA DE BEBIDAS GASEOSAS SL	> 2,5	De 11 a 50
51	GLOBAL SMM 2009 SL	> 2,5	De 11 a 50
55	AGUAS DE CUEVA SA	1 – 2,5	De 11 a 50

Fuente: Elaboración propia a partir de elEconomista (2019), einforma (2019) y expansión (2020)

2.2. EL SECTOR AGROALIMENTARIO ASTURIANO EN EL EXTERIOR

Como se puede ver en la Figura 2.9, el volumen de las exportaciones por parte de las empresas asturianas en el sector ha crecido especialmente durante los últimos dos años, llegando a tener un máximo en el año 2017 de 264.942,81 millones de euros, siendo mayor el volumen de exportaciones que el de importaciones en el sector con un saldo por tanto positivo en la balanza comercial de 96.545,35 millones de euros.

Figura 2.9: Exportaciones realizadas al mundo por empresas asturianas dentro del sector alimentacion, bebidas y tabaco.



Fuente: DATACOMEX (2019)

Esto demuestra que el sector agroalimentario asturiano está actualmente en un momento de esplendor, por lo que es fundamental el apoyo de instituciones como ICEX o ASTUREX que permitan a las empresas asturianas seguir teniendo oportunidades en los mercados extranjeros con sus productos regionales como pueden ser los lácteos, carnes o embutidos.

Sobre el destino de estas exportaciones (Figura 2.9) podemos decir que se centran en países europeos como Italia con un valor de 52.689,05 millones de euros y Francia con un valor de 43.829,61 millones de euros. En cuanto a las exportaciones hacia otros continentes, en menor cantidad destacan países como Egipto en África, Estados Unidos y República Dominicana en América y China en el continente asiático.

Con los datos proporcionados por el Instituto de Desarrollo Económico del Principado de Asturias y recopilados en las Figuras 2.10, 2.11 y 2.12 se puede desglosar el sector agroalimentario asturiano en otros como el lácteo, cárnico y de bebidas, para ver con más detalle su evolución en el nivel de exportaciones realizadas durante los últimos años.

En cuanto al sector lácteo (Figura 2.10) destaca el volumen de las exportaciones aproximándose a los 150.000 euros en el año 2019. Al igual que en el sector cárnico (Figura 2.12) se puede observar cómo se ha visto afectado durante los años de crisis, aunque desde el año 2013 se muestra una notable tendencia positiva.

Figura 2.10: *Exportaciones dentro del sector lácteo en Asturias entre 2000 y 2019 (miles de euros)*

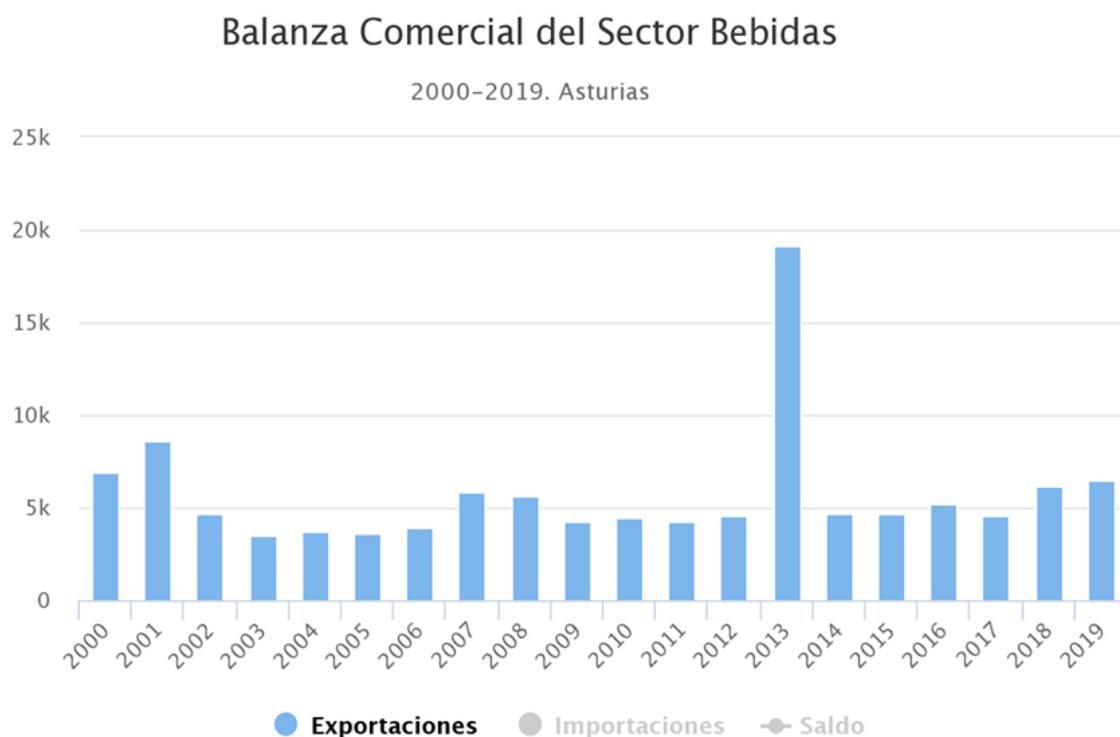


Fuente: IDEPA (2020)

Entre las empresas asturianas dedicadas a la fabricación de productos lácteos, se encuentran algunas empresas importantes que son exportadoras tanto en la actividad CNAE 10.54 “Preparación de leche y otros productos lácteos” (Corporación Alimentaria Peñasanta SA, Industrias lácteas Asturianas SA y Productos lácteos Joaquín Peña SL) como en la actividad CNAE 10.53 “Fabricación de quesos” (Industrias lácteas Monteverde SA, Juan Martínez SL y Quesos la Peral SL).

El sector bebidas es el más pobre en cuanto a volumen de exportaciones si lo comparamos con el lácteo o el cárnico, pero también muestra una tendencia creciente en los últimos años, siendo China el país asiático donde más exportaciones se destinaron posicionado como el cuarto país en el ranking de destino de exportaciones de Asturias (IDEPA 2019) solo por debajo de Republica Dominicana, Estados Unidos y México.

Figura 2.11: *Exportaciones dentro del sector bebidas en Asturias entre 2000 y 2019 (miles de euros)*

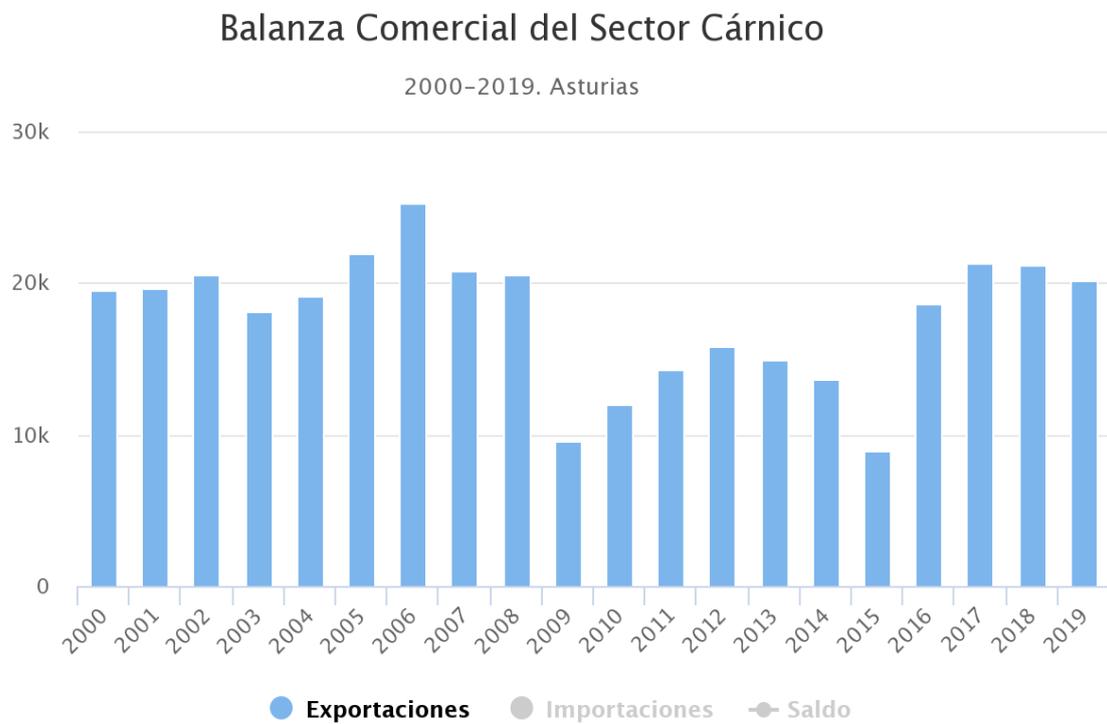


Fuente: IDEPA (2020)

En la actividad CNAE 11.03 “Elaboración de sidra y otras bebidas fermentadas a partir de frutas” hay varias empresas importantes que son exportadoras como: Valle Ballina y Fernández SA, Sidra Trabanco SA, Manuel Busto Amandi SA, Industrial Zarracina SA y Sidra Cortina Coro SL.

Por último, en el sector cárnico (Figura 2.12) además de lo citado anteriormente, vemos como han aumentado las exportaciones hasta mantenerse sobre los 20.000 euros desde el año 2017. En este sector cabe destacar a China como primer país en el ranking sobre el destino de exportaciones desde Asturias. Dentro de la actividad CNAE 10.13 “Elaboración de productos cárnicos y de volatería” se encuentran empresas exportadoras destacadas como: Embutidos Vallina SA, Jamones el Castillo SA y García Nuño el Chico SL.

Figura 2.12: Exportaciones dentro del sector cárnico en Asturias entre 2000 y 2019 (miles de euros)



Fuente: IDEPA (2020)

3. EL MERCADO FILIPINO

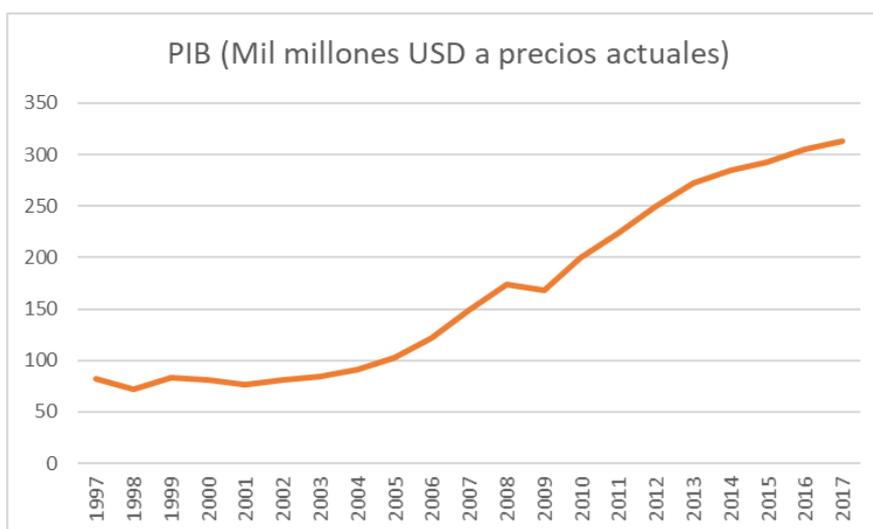
3.1. INFORMACIÓN SOCIOECONÓMICA DEL PAÍS

La República de Filipinas, con más de 104 millones de habitantes en el sudeste asiático es un destino muy interesante para muchas empresas ya que actualmente destaca sobre los demás países de su región por su alto crecimiento y estabilidad económica, (en los últimos 10 años ha tenido un crecimiento medio anual en su PIB del 5,7%) y cuenta con unas expectativas muy favorables en el futuro, donde según los estudios realizados por una de las firmas de consultoría más destacadas como PWC (Price Waterhouse Coopers) sobre el orden económico mundial para el año 2050, Filipinas se situará entre las 20 mayores economías a nivel mundial.

Sin embargo, existen algunos factores que ralentizan el crecimiento y desarrollo del país como la falta de infraestructuras (principalmente de transporte, energía, agua y gestión de residuos), las grandes desigualdades sociales que dejan a gran parte de su población por debajo del umbral de la pobreza y la corrupción política, situándose la número 113 de los 180 países que conforman el ranking del Índice de Percepción de la corrupción en 2019 que elaboró la ONG Transparencia Internacional.

Para poder solucionar el problema del mal estado y carencia de infraestructuras que actúa como cuello de botella para el crecimiento económico del país, el gobierno está centrando su política económica en planificar un programa de inversión llamado “Build, Build, Build” o BBB con más de 75 proyectos para mejorar la red de infraestructuras y comunicaciones.

Figura 3.1: Producto Interior Bruto de Filipinas (miles de millones USD)



Fuente: Banco Mundial (2019)

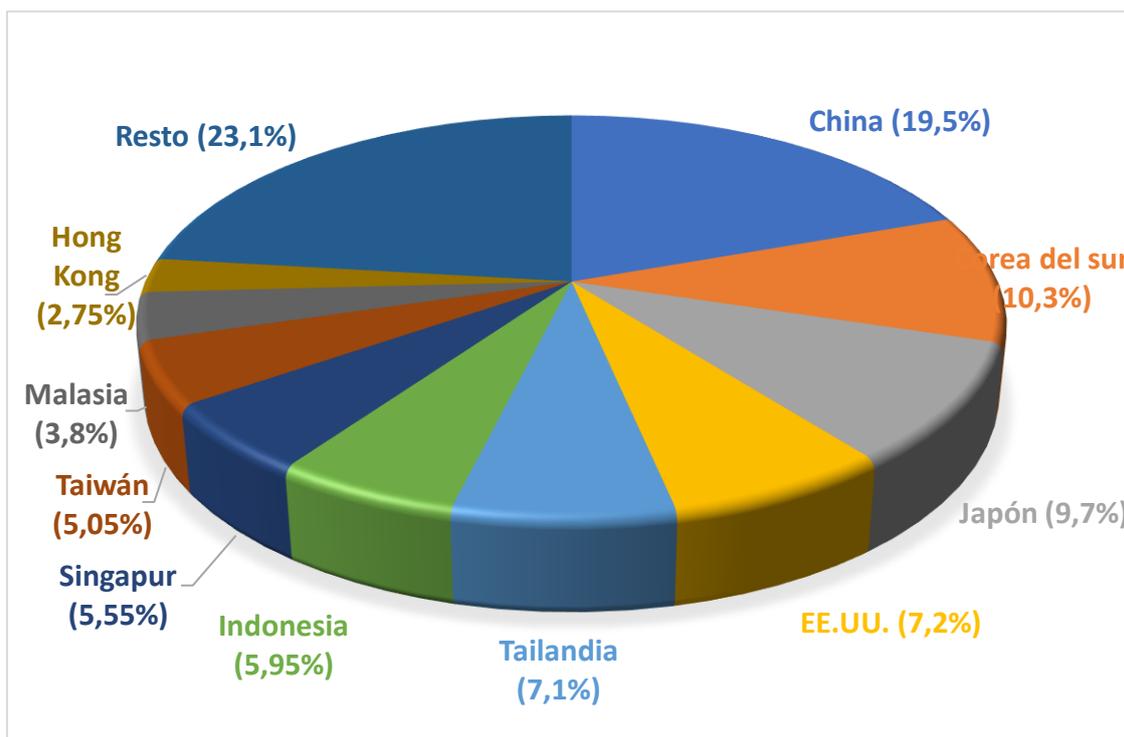
Este crecimiento económico (Figura 3.1) se da principalmente como consecuencia del consumo privado que representa más del 70% del PIB y que viene teniendo una tendencia alcista durante los últimos años donde ha influido el bajo porcentaje en la tasa de paro del país y la gran cultura consumista, siendo el sector de la alimentación uno de los más importantes y occidentalizados en comparación con el resto de los países del continente asiático.

Existen grandes desigualdades en la distribución de la renta siendo minoría la clase alta que concentra la riqueza, donde el 10% de la población más rica obtiene el 33,4% de la renta frente a un gran porcentaje de la población que tiene lo necesario para poder vivir siendo el 10% de la población más desfavorecida la que dispone únicamente del 2,4% de la renta.

Teniendo en cuenta el coeficiente de Gini donde 0 representa la perfecta igualdad y 1 la perfecta desigualdad, el país filipino se encuentra en un 0,4439 en 2015 (último dato registrado) siendo una desigualdad muy alta si la comparamos con la de los países europeos, aunque se viene reduciendo durante los últimos años. Los grupos de personas dedicadas a la pesca y la agricultura en el país forman parte de las mayores tasas de pobreza con un 34,4% y un 34%

En cuanto al comercio exterior, Filipinas sigue siendo principalmente un país importador con saldos negativos, aunque durante los últimos años ha aumentado el número de exportaciones. También ha aumentado la tasa de apertura comercial y subido puestos en el ranking Doing Business elaborado por el Banco Mundial. Como se puede apreciar en la Figura 3.2, actualmente sus principales proveedores son EE.UU. y los países de su entorno, teniendo a la Asociación de países del Sudeste Asiático (ASEAN) en su conjunto como mayor socio comercial.

Figura 3.2: Principales países proveedores de filipinas en 2019



Fuente: Elaboración propia a partir del Ministerio de asuntos exteriores, Unión Europea y cooperación (2019)

3.2 LAZOS HISTÓRICOS CON ESPAÑA

Como se comentaba anteriormente, Filipinas tiene una gran vinculación histórica con nuestro país al haber sido una colonia española durante más de 300 años entre 1561 y 1898, fecha en que fue cedida a los Estados Unidos viviendo otra etapa colonial durante casi 50 años hasta 1946 cuando finalmente logra la independencia. Hoy en día aún cuentan con costumbres, platos de comida, incluso varias palabras en su idioma que son de origen español.

Es importante para las empresas que tienen como objetivo expandirse hacia este país conocer cuál es la imagen que tienen sus habitantes sobre nuestro país y si esta puede causarles efectos positivos o negativos.

Existen diferentes niveles de percepción sobre nuestro país en función del sector de la población, en primer lugar, la elite cultural y empresarial, donde ubicamos a quienes conocen bien las relaciones entre España y Filipinas tienen una imagen positiva y cercana, por otro lado, entre los filipinos que tienen un cierto nivel de formación, hay quienes tienen una imagen de rechazo por la vinculación de España como el país colonizador que reprimió y abusó de la población filipina. Por último, hay una gran parte de la población que viven de forma ajena a su historia y tienen un gran desconocimiento sobre la relación entre los dos países y por tanto una indiferencia hacia nuestro país. (Elizalde, 2014)

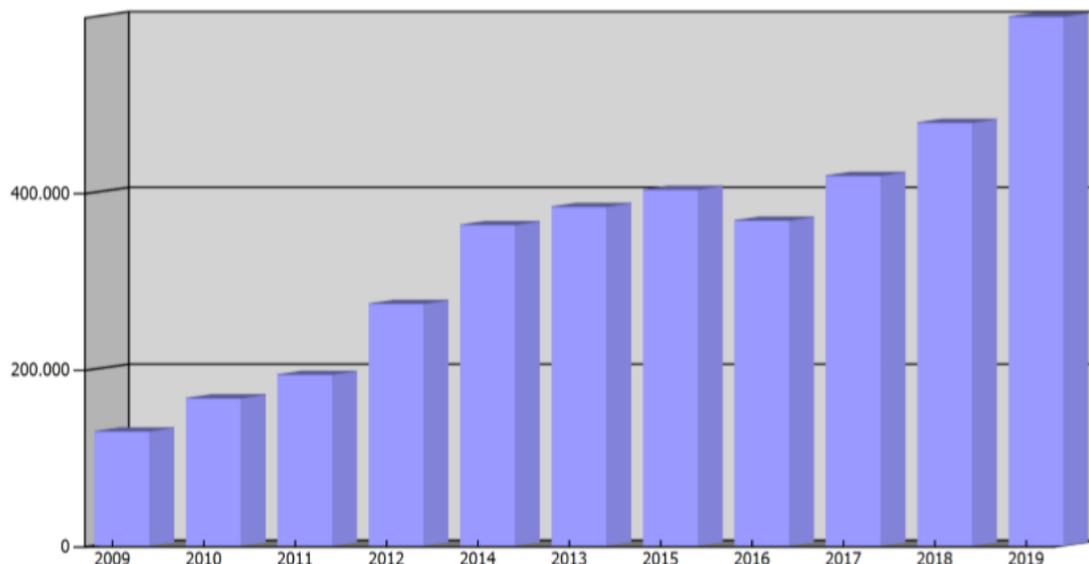
3.3. RELACIONES COMERCIALES BILATERALES ESPAÑA-FILIPINAS

Las relaciones económicas entre España y Filipinas han mejorado durante los últimos años alcanzando un superávit comercial de 153 millones de euros en 2017.

Como se puede ver en la Figura 3.3, las exportaciones españolas a Filipinas han aumentado durante los últimos años llegando a un valor de 479 millones de euros en 2018, y de 599 millones de euros en 2019. Estos datos demuestran el creciente interés de las empresas españolas por Filipinas, así como el de los socios y clientes por la oferta española.

“Aunque España exporta menos en términos absolutos a Filipinas que otros países de su entorno, el peso de sus exportaciones a Filipinas dentro del total de sus exportaciones es similar al de esas otras grandes economías europeas” (Elizalde, 2014).

Figura 3.3: Exportaciones realizadas por España a Filipinas en todos los sectores económicos (miles de euros)



Fuente: Datacomex (2020).

“España exporta a Filipinas brandy de Jerez y aguardiente de vino a granel, carne de porcino, maquinaria y equipos mecánicos (partes de motores, máquinas de empaquetado, turbinas hidráulicas y otros), envoltorios de plásticos para embutidos (de la empresa Viscofan), y productos farmacéuticos (medicamentos y vacunas veterinarias). Estos cinco capítulos, con porcentajes algo volátiles, absorben casi dos tercios (63,44%) de nuestras exportaciones de los últimos años. Otros capítulos importantes son los tractores, las prendas de vestir no de punto (trajes, pantalones y otros), los residuos de la industria alimentaria (pienso para animales), las grasas o aceites de animal o vegetal y los aparatos y material eléctricos.” (ICEX, 2020)

Figura 3.4: Valor de las exportaciones españolas a Filipinas en 2018 por sectores (miles de euros)

SECTOR ECONÓMICO	2016	2017	2018	2019
1. ALIMENTACIÓN BEBIDAS Y TABACO	158.775,73	204.966,71	280.119,77	317.111,14
2. PRODUCTOS ENERGÉTICOS	10.611,37	2.380,26	1.209,51	1.052,67
3. MATERIAS PRIMAS	1.936,63	2.611,08	3.281,64	3.794,98
4. SEMIMANUFACTURAS	91.241,99	102.134,65	105.675,82	105.630,96
5. BIENES DE EQUIPO	53.177,40	53.032,97	46.433,14	82.751,94
6. SECTOR AUTOMÓVIL	9.979,55	16.043,78	4.595,68	7.695,32
7. BIENES DE CONSUMO DURADERO	1.896,03	2.290,190	1.743,69	2.461,33
8. MANUFACTURAS DE CONSUMO	36.623,94	34.724,36	33.386,87	72.138
9. OTRAS MERCANCÍAS	4.138,74	999,27	2.843,42	6.710,64
TOTAL	368.381,39	419.183,28	479.289,56	599.346,98

Fuente: DataComex (2019)

Como se muestra en la Figura 3.4, durante los últimos años hay una tendencia creciente en cuanto al valor de las exportaciones españolas hacia Filipinas en el sector de alimentación, bebidas y tabaco siendo mayor que el resto de los sectores alcanzando en 2019 el 52% del total de exportaciones. Como consecuencia del plan de mejora de infraestructuras vemos también un aumento significativo de las exportaciones en bienes de equipo y manufacturas de consumo.

Centrándonos más en nuestro estudio, se desglosa el sector de Alimentación y bebidas para conocer qué tipo de productos son los más demandados por el país filipino. En la Figura 3.5 destaca la exportación española de productos cárnicos, pesqueros y bebidas

Figura 3.5: Valor de las exportaciones españolas a Filipinas (en miles de euros) dentro del sector de alimentación bebidas y tabaco desglosado en los diferentes grupos de productos.

GRUPO DE PRODUCTOS	2016	2017	2018	2019
PRODUCTOS CÁRNICOS	46.317,70	60.474,95	66.638,38	80.650,12
LÁCTEOS Y HUEVOS	2.936,90	6.190,13	15.088,73	6.265,47
PRODUCTOS PESQUEROS	775,29	851,28	1.292,43	5.246,75
CEREALES	4,59	4,64	6,76	19,26
FRUTAS HORTILAS Y LEGUMBRES	2.026,56	2.449,41	2.735,05	3.197,06
AZÚCAR, CAFÉ Y CACAO	1.456,71	1.884,29	2.347,42	2.227,49
PREPARADOS ALIMENTICIOS	4.737,09	6.960,70	8.037,61	9.656,91
BEBIDAS	76.221,91	91.992,85	145.696,32	172.250,29
TABACOS	-	-	-	0,05
GRASAS Y ACEITES	12.791,64	23.451,91	22.864,69	27.595,29
SEMILLAS Y FRUTOS OLEAGINOSOS	-	-	-	-
PIENSOS ANIMALES	11.507,33	10.706,56	15.412,38	10.002,46

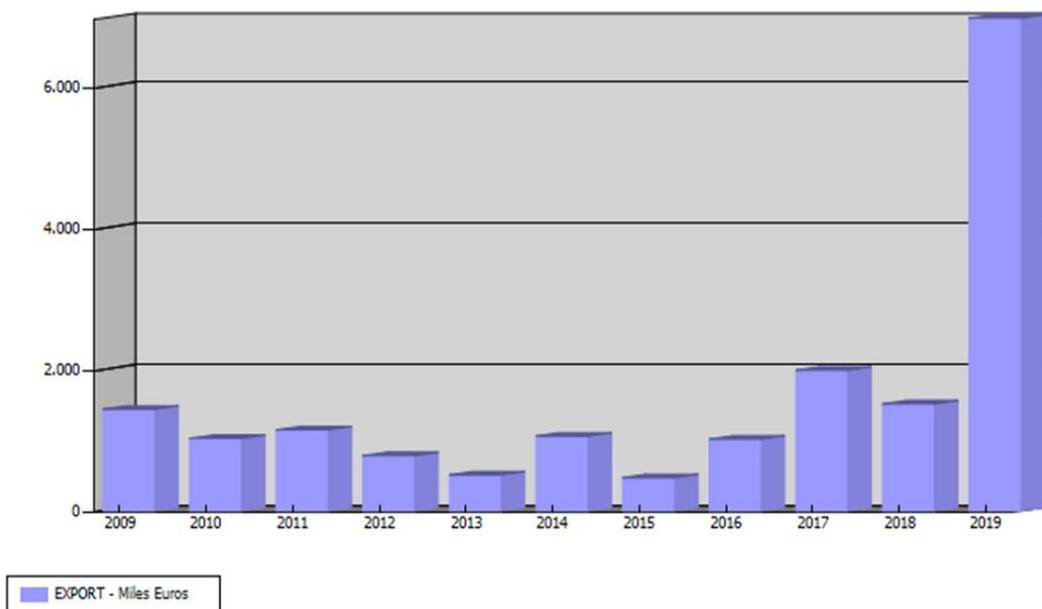
Fuente: DataComex (2019)

Como se demuestra, los productos más demandados por Filipinas en este sector son los cárnicos debido al gran consumo de carne que hay en el país y las bebidas siendo el vino y el brandy las más exportadas.

3.4. RELACIONES COMERCIALES BILATERALES ASTURIAS-FILIPINAS

A nivel regional se puede observar en la Figura 3.6 como en Asturias también han crecido las exportaciones a Filipinas en los últimos años llegando a alcanzar su pico máximo en 2019 con 6,9 millones de euros.

Figura 3.6: Exportaciones realizadas por Asturias a Filipinas en todos los sectores económicos (miles de euros)



Fuente: DataComex (2020)

Mirando el valor de las exportaciones asturianas (Figura 3.7) se observa que, a diferencia del nivel nacional, el sector de alimentación y bebidas que sigue una tendencia creciente (exceptuando los datos provisionales del 2019) se ve eclipsado por los sectores de semimanufacturas y de bienes de equipo aprovechando su competitividad en el sector industrial y la oportunidad de negocio existente.

Figura 3.7: Valor de las exportaciones asturianas a Filipinas en 2018 por sectores (miles de euros)

SECTOR ECONÓMICO	2016	2017	2018	2019
1. ALIMENTACIÓN, BEBIDAS Y TABACO	546,67	614,91	620,43	468,86
2. PRODUCTOS ENERGÉTICOS	-	-	-	-
3. MATERIAS PRIMAS	-	-	0,12	-
4. SEMIMANUFACTURAS	300,24	967,81	55,29	4.316,16
5. BIENES DE EQUIPO	166,32	405,07	827,58	2.166,23
6. SECTOR AUTOMÓVIL	-	-	-	0,20
7. BIENES CONSUMO DURADERO	-	4,06	7,50	4,75
8. MANUFACTURAS DE CONSUMO	1,68	0,36	2,05	17,72
9. OTRAS MERCANCÍAS	-	0,01	0,29	0,40
TOTAL	1.014,91	1.992,22	1.513,27	6.974,31

Fuente: Datacomex (2020)

Si se desglosa el sector de alimentación y bebidas a nivel regional (Figura 3.8), el sector lácteo de gran peso en Asturias es el que más productos exporta a Filipinas, los productos pesqueros pierden relevancia debido a la gran producción local mientras existe una gran oportunidad de negocio en el sector cárnico debido al gran consumo de la clase media que se va incrementado con los años y de bebidas donde varias empresas están tratando de introducir la sidra en el mercado.

Figura 3.8: Valor de las exportaciones asturianas a Filipinas (en miles de euros) dentro del sector de alimentación bebidas y tabaco desglosado en los diferentes grupos de productos.

GRUPOS DE PRODUCTOS	2016	2017	2018	2019
PRODUCTOS CÁRNICOS	17,97	18,07	57,62	1,71
LÁCTEOS Y HUEVOS	304,60	458,48	550,99	442,50
PRODUCTOS PESQUEROS	224,10	138,37	9,56	8,42
CEREALES	-	-	-	-
FRUTAS, HORTALIZAS Y LEGUMBRES	-	-	-	13,69
AZÚCAR, CAFÉ Y CACAO	-	-	-	-
PREPARADOS ALIMENTICIOS	-	-	-	-
BEBIDAS	-	-	2,26	2,54
TABACOS	-	-	-	-
GRASAS Y ACEITES	-	-	-	-
SEMILLAS Y FRUTOS OLEAGINOSOS	-	-	-	-
PIENSOS ANIMALES	-	-	-	-

Fuente: Datacomex (2020)

4. EMPRESAS ASTURIANAS EN EL MERCADO FILIPINO O EN PROCESO DE INTRODUCCIÓN

En este último apartado del trabajo, se muestran los pasos que deben seguir las empresas del sector agroalimentario asturiano que deseen introducirse en el mercado filipino, para ello cuentan con la ayuda de varias instituciones que les ayudan a darse a conocer y desarrollar con mayor facilidad el comercio internacional.

Otra cuestión importante, es cómo a la hora de introducirse en el mercado las empresas se encuentran con varias restricciones (trabas legislativas y burocráticas) que dificultan su entrada, lo que las llevan a buscar socios locales, así como las posibles dificultades y obstáculos que se puedan producir como consecuencia de las barreras culturales entre los dos países que puedan surgir a la hora de realizar negocios.

4.1. PROGRAMAS DE ICEX/ASTUREX PARA EMPRESAS EN PROCESO DE INTRODUCCIÓN EN EL MERCADO FILIPINO.

Para las empresas que finalmente deciden abrirse paso hacia el comercio internacional, existen entidades como ICEX o ASTUREX en el Principado de Asturias cuyos objetivos son principalmente impulsar a las empresas en su proceso de internacionalización potenciando el número de exportaciones en nuevos mercados. Para ello, durante todo el año organizan diversas misiones comerciales hacia diferentes países con el objetivo de que las empresas puedan darse a conocer y establecer contactos.

El sector agroalimentario ha contado con varias misiones comerciales durante los últimos años impulsadas por ASTUREX en colaboración con ICEX a Filipinas. Estas misiones comerciales han sido clave para las empresas, habiéndoles permitido conocer y profundizar sobre la demanda en el mercado y el funcionamiento en la distribución de los productos, presentando el mercado agroalimentario filipino en la cámara de comercio española que se encuentra ubicada en Manila, la capital del país. Estas actividades cuentan con visitas guiadas a las grandes cadenas de supermercados y también se realizan showrooms donde las empresas dan a conocer sus productos a quienes podrán ser sus futuros socios estableciendo una importante red de contactos.

Uno de los grandes eventos dentro del sector agroalimentario es Madrid Fusión Manila, que tiene el objetivo de promover el turismo en el país a través de la gastronomía y que organiza el Departamento de Turismo de Filipinas, Foro de Debate (empresa organizadora de Madrid Fusión en España), la consultora española ARUM e ICEX. Dentro de este gran congreso gastronómico que se viene realizando de forma anual desde el año 2015, ICEX organiza una feria comercial que supone una gran oportunidad para empresas españolas del sector que pueden exponer sus productos en los expositores y poder contactar con los posibles importadores y clientes filipinos.

ICEX ofrece además servicios personalizados en la identificación de socios comerciales que se ajusten a las necesidades de la empresa, siendo este un factor clave especialmente en el mercado filipino debido principalmente al know-how de los socios que permitirán superar más fácilmente los obstáculos del mercado.

Para la actividad exportadora que realizan las empresas, también es destacable el papel de algunas entidades como CESCE en la cobertura de posibles riesgos vinculados a la internacionalización y tanto de COFIDES como ICO en la financiación de proyectos que favorecen este tipo de actividades.

4.2. BARRERAS DE ENTRADA A LA IMPORTACIÓN

Para poder realizar las exportaciones a Filipinas, existe desde el año 2001 un sistema de acreditación previa del importador establecido por ley, donde las empresas importadoras deben entregar una serie de documentos para realizar la actividad y pagar de forma anual por constar en el sistema de acreditación.

En Filipinas existe una clasificación específica de los productos en 3 grupos (Productos de importación libre, Productos reglamentados y Productos prohibidos) en función de su restricción por el "*Philippine Standard Commodity Classification Manual*" (PSCM).

En el caso de las empresas del sector agroalimentario sus productos son clasificados como reglamentados y requieren de varios documentos como el registro de producto, licencias, certificados sanitarios, etc.

En cuanto a las barreras arancelarias establecidas por el país filipino, se puede decir que no es un país muy proteccionista con los productos agroalimentarios, situándose el tipo medio entre el 7% y el 15%. Para las bebidas alcohólicas hay que tener en cuenta el gravamen de un impuesto especial en función de su graduación alcohólica.

No obstante, existen algunos aranceles particularmente elevados como los productos cárnicos (entre el 30% y el 40%) y los productos de producción local siendo estos los más gravados, como son la caña de azúcar, el café y especialmente el arroz ya que se trata de un alimento principal en la dieta filipina.

Entre las barreras no arancelarias se encuentran las normas y requisitos técnicos comentados con anterioridad que acrediten los productos, estos deben estar homologados y certificados especialmente en el caso de los productos cárnicos ya que previamente han de estar registrados y autorizados por el Ministerio de Agricultura de España. En el etiquetado de todos los productos deben ir especificados en inglés, los datos del producto, del fabricante y país de origen.

4.3. EMPRESAS QUE YA OPERAN EN EL PAÍS

En la actualidad no son muchas las empresas asturianas que cuentan con la presencia de sus productos en el mercado filipino, aunque son varias las que están empezando a realizar exportaciones dentro del continente asiático, especialmente a China y Hong Kong.

No obstante, el ICEX nos muestra que existen algunas empresas españolas del sector de alimentación y bebidas que sí están establecidas en Filipinas, entre las que destacan:

- BODEGAS HIDALGO-LA GITANA S.A.: Esta empresa dedicada a la elaboración de vinos y brandy, decidió hace más de dos décadas empezar a vender brandy de Jerez en el mercado filipino a través de un importador y distribuidor local. Con el paso de los años y un mayor conocimiento del mercado crearon allí una distribuidora propia con el nombre de BODEGAS HIDALGO DE FILIPINAS
- CALIDAD PASCUAL S.A.: Este grupo empresarial dedicado a la producción de productos lácteos se marcó como objetivo expandirse internacionalmente a países como Venezuela en Sudamérica y Filipinas en el sudeste asiático. En el caso de Filipinas, entraron con el objetivo de reducir la malnutrición a causa del escaso consumo de lácteos en el país. Para introducirse en el mercado se decantó por la creación de una Joint Venture junto a la empresa filipina ASIA BREWERY INC beneficiándose de su red de distribución para la venta de yogures. Actualmente tiene la intención de poder instalar allí una planta de fabricación de yogures.

Entre las empresas asturianas que tienen presencia en el mercado filipino, nos encontramos con Bodegas Mayador (MANUEL BUSTO AMANDI S.A) y Grupo El Gaitero (VALLE, BALLINA Y FERNANDEZ S.A) dentro del sector de bebidas, destacando la exportación de productos sin alcohol en el caso de Bodegas Mayador y

dirigiéndose a otro nicho de mercado que se encuentra en desarrollo siendo distinto al de otras bebidas con gran demanda como son el vino o brandy.

.En el sector de la carne y embutidos, El Hórreo (EL HORREO HEALTHY FOOD S.L) también está presente tras haber participado en diversos proyectos de promoción internacional y misiones comerciales que han sido clave para reforzar su presencia. (ASTUREX, 2018)

Este sector cuenta con una gran demanda debido a la insuficiente producción local sumado al creciente interés de los consumidores por los productos de calidad. Es importante señalar que actualmente España únicamente está acreditada para la exportación de carne de porcino y derivados, aunque se espera que en los próximos años se la acredite para poder exportar carne de vacuno. Aunque España está posicionada novena como país exportador de carne procesada a Filipinas (siendo Estados Unidos y China los primeros con una cuota del 92% en 2018), los productos españoles son considerados de mayor calidad lo que supone una ventaja competitiva frente a sus competidores. (El mercado de Cárnicos en Filipinas, ICEX 2019)

La mayoría de las empresas optan generalmente por dos formas de entrada para introducir sus productos en el mercado filipino.

- 1- Exportaciones indirectas a través de intermediarios internacionales, concretamente mediante la figura del agente o representante comercial por su utilidad ante posibles problemas y conocimiento del mercado.
- 2- Joint-ventures mediante acuerdos de cooperación con socios locales, facilitando la superación de obstáculos como las distancias culturales y aprovechando los canales de distribución ya establecidos, siendo esta una parte complicada debido a las más de 7.000 islas con las que cuenta Filipinas.

5. CONCLUSIONES

Con toda la información recopilada en este trabajo se puede concluir que Filipinas, a pesar de ser un país con una gran desigualdad social y tener una gran parte de su población por debajo del umbral de pobreza, cuenta con un gran crecimiento económico convirtiéndose en un mercado de gran potencial para las empresas debido a las grandes oportunidades de negocio que ofrece en diversos sectores, entre los cuales se encuentra el de alimentación y bebidas. El creciente interés hacia este país se ve reflejado en el aumento de las exportaciones por parte de las empresas españolas durante los últimos años.

Este potencial producido por el aumento de una clase media que aumenta el consumo privado de nuevos productos es una gran oportunidad para las empresas de expandirse y ampliar su cuota de mercado. La gran ventaja que tienen las empresas españolas dentro del sector agroalimentario es la cercanía cultural que mantiene con el país filipino debido a su vinculación histórica como excolonia, estando su gastronomía en parte influenciada por la cocina hispana.

La organización de eventos como Madrid fusión Manila aparte de servir como herramienta a empresas como escaparate de sus productos y toma de contacto con posibles clientes, también favorece a la imagen de los productos españoles aumentando su ventaja competitiva, ya que se perciben como de mayor calidad.

En cuanto a la oportunidad de negocio que pueden encontrar las empresas asturianas del sector agroalimentario en Filipinas, se muestra que no es igual en todos los subsectores. Aunque el sector lácteo es el más importante en Asturias y se realicen exportaciones a Filipinas, no cuenta con una gran demanda por parte del país filipino, por lo que las empresas de la región más importantes que se expanden hacia el continente asiático deciden hacerlo a otros mercados como el chino en los que existe una creciente demanda.

Entre los sectores con mayor demanda en Filipinas, nos encontramos con los cárnicos y el de bebidas alcohólicas, siendo una gran oportunidad para las empresas asturianas de llevar productos como la sidra y la carne de porcino y vacuno (cuando España este acreditada) de las diferentes razas autóctonas. Entre las empresas asturianas con actividad exportadora en Filipinas nos encontramos con El Hórreo, Bodegas Mayador y Grupo el Gaitero, participando previamente en misiones comerciales organizadas por ASTUREX.

En cuanto a las barreras de entrada, los productos cárnicos son los más afectados debido al estricto régimen de acreditaciones y sus altos aranceles. Actualmente las empresas con presencia en Filipinas realizan exportaciones de forma indirecta a través de intermediarios que conocen el mercado, aunque otra forma de entrada usada por empresas ya establecidas es mediante la creación de Joint Ventures con empresas locales permitiendo una gran superación de obstáculos, así como el aprovechamiento de sus canales de distribución ya establecidos.

6. BIBLIOGRAFÍA

ASTUREX (2018). Catálogo de empresas asturianas dentro del sector agroalimentario

Banco Mundial (2020). APA Style. Consultada el 16 de marzo de 2020 en

<https://www.doingbusiness.org/>

CESCE. APA Style. Consultada el 10 de abril de 2020 en

<https://www.cesce.es/presentacion-eca>

COFIDES. APA Style. Consultada el 10 de abril de 2020 en

<https://www.cofides.es/quienes-somos>

DataComex. (2019). APA Style. Consultada el 14 de marzo de 2019, en

http://datacomex.comercio.es/principal_comex_es.aspx

El Economista (2019). APA Style. Consultada el 14 de febrero de 2020 en

<https://ranking-empresas.eleconomista.es/sector-1054.html>

El Economista (2019). APA Style. Consultadas el 15 de febrero de 2020 en

<https://ranking-empresas.eleconomista.es/sector-1013.html>

<https://ranking-empresas.eleconomista.es/sector-1022.html>

El Economista (2019). APA Style. Consultadas el 17 de febrero de 2020 en

<https://ranking-empresas.eleconomista.es/sector-1103.html>

<https://ranking-empresas.eleconomista.es/sector-1107.html>

El Economista (2019). APA Style. Consultada el 5 de marzo de 2020 en

<https://ranking-empresas.eleconomista.es/sector-1053.html>

El Economista. APA Style. Consultada el 8 de mayo de 2019, en

https://ranking-empresas.eleconomista.es/empresas-ASTURIAS.html?_ga=2.23149117.687052493.1557397617-1473188764.1541097788

Elizalde, M^a Dolores. (2014). *La proyección actual de España en Filipinas: imagen y relaciones políticas*. Madrid: Real Instituto Elcano.

Expansión (2019). APA Style. Consultadas el 14 de febrero de 2020 en

https://www.expansion.com/directorio-empresas/granja-la-polesa-sa_140455_C20_33.html

https://www.expansion.com/directorio-empresas/productos-lacteos-joaquin-pena-sl_574164_C20_33.html

https://www.expansion.com/directorio-empresas/postres-yotur-sociedad-limitada_6811580_C20_33.html

Expansión (2019). APA Style. Consultadas el 15 de febrero de 2020 en https://www.expansion.com/directorio-empresas/productos-carnicos-el-cuco-sa_88621_C20_33.html

https://www.expansion.com/directorio-empresas/viuda-de-inocencio-fernandez-sa_123079_C20_33.html

https://www.expansion.com/directorio-empresas/noval-junquera-e-hijos-sl_84005_C20_33.html

https://www.expansion.com/directorio-empresas/garcia-nuno-el-chico-sl_3351521_C20_33.html

https://www.expansion.com/directorio-empresas/jamones-el-castillo-sociedad-anonima_79661_C20_33.html

https://www.expansion.com/directorio-empresas/bacalaos-el-barquero-sa_749516_G51_33.html

https://www.expansion.com/directorio-empresas/mariscos-ovinana-sociedad-limitada_1087043_C20_33.html

https://www.expansion.com/directorio-empresas/conservas-remosl_357240_C20_33.html

https://www.expansion.com/directorio-empresas/gonzalez-barriosl_364948_C20_33.html

https://www.expansion.com/directorio-empresas/compania-asturiana-de-bebidas-gaseosas-sl_119254_C20_33.html

https://www.expansion.com/directorio-empresas/cuevas-y-compania-sa_269327_C20_32.html

Expansión (2020). APA Style. Consultada el 14 de febrero de 2020 en https://www.expansion.com/directorio-empresas/dulcegrado-sl_6987208_C20_33.html

Expansión (2020). APA Style. Consultadas el 15 de febrero de 2020 en https://www.expansion.com/directorio-empresas/embutidos-vallina-sa_120059_C20_33.html

https://www.expansion.com/directorio-empresas/conservas-agromar-sa_500936_C20_33.html

https://www.expansion.com/directorio-empresas/global-smm-2009-sociedad-limitada_5773200_C20_33.html

Expansión (2020). APA Style. Consultadas el 5 de marzo de 2020 en https://www.expansion.com/directorio-empresas/industrias-lacteas-monteverde-sa_362368_C20_33.html

https://www.expansion.com/directorio-empresas/juan-martinez-sl_123100_C20_33.html

https://www.expansion.com/directorio-empresas/quesos-la-peral-sociedad-limitada_442646_C20_33.html

ICEX (agosto 2019). Guía de país (Filipinas)

ICEX. (2017). *Ayudas e incentivos: Sector Agroalimentario en España*. Ministerio de economía, industria y competitividad

ICEX (2009). El mercado del vino en filipinas, Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Manila

ICEX (2014). Empresas españolas establecidas en: Filipinas

ICEX (2019). El mercado de cárnicos en Filipinas, Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Manila.

ICEX. APA Style. Consultadas el 7 de abril de 2020 en

<https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-pais/relaciones-bilaterales/index.html?idPais=PH>

<https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/invertir-en/marco-juridico/index.html?idPais=PH>

<https://www.icex.es/icex/es/Navegacion-zona-contacto/revista-el-exportador/mercados/REP2015415787.html>

ICO. APA Style. Consultada el 10 de abril de 2020 en

<https://www.ico.es/web/ico/fondo-para-la-internacionalizacion-de-la-empresa>

IDEPA (2020). APA Style. Consultada el 27 de febrero de 2020 en <https://www.idepa.es/conocimiento/asturias-en-cifras/comercio-exterior>

Infoempresa. APA Style. Consultadas el 14 de febrero de 2020 en <https://www.infoempresa.com/es-es/es/empresa/cueva-del-molin-sl>

<https://www.infoempresa.com/es-es/es/empresa/externatur-sl>

Instituto de Desarrollo Económico del Principado de Asturias (IDEPA). (2019). APA Style. Consultada el 3 de mayo de 2019, en

https://www.idepa.es/detalle-oportunidad/-/asset_publisher/pZrNYOpxJB8w/content/conocimiento-asturias-en-cifras-sector-industrial-alimentacion-bebidas-y-tabaco

Instituto Nacional de Estadística (INE). (2019). APA Style. Consultada el 3 de mayo de 2019, en

https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736167628&menu=resultados&idp=1254735576581

Invest in Asturias. APA Style. Consultada el 5 de mayo de 2019, en <https://www.investinasturias.es/es/alimentacion-y-bebidas/>

La Nueva España (2/4/2014). APA Style. Consultada el 10 de mayo de 2019, en <https://www.lne.es/economia/2014/04/02/idepa-entrega-premios-impulso-empresarial/1565865.html>

Pwc (2017). Una mirada al futuro ¿Cómo cambiará el orden económico mundial para el 2050?

Reny Picot (2019). APA Style. Consultada el 10 de mayo de 2019, en <http://www.renypicot.es/compania/>

RTVE Conecta con el mercado-Filipinas (2018). APA Style. Consultada el 15 de abril de 2020 en <https://www.rtve.es/alacarta/videos/conecta-con-el-mercado/conecta-mercado-filipinas/4563638/>

Trabajastur (2010). APA Style. Consultada el 5 de mayo de 2019, en <http://movil.asturias.es/portal/site/trabajastur/menuitem.60955b163eeb696e1615a2b9331081ca/?vgnnextoid=21365a57de295210VgnVCM10000097030a0aRCRD&vgnnextchannel=70ebda01974ad110VgnVCM100000330118acRCRD&i18n.http.lang=e&idContent=21365a57de295210VgnVCM10000097030a0aRCRD&campo=Descripcion>

Transparencia Internacional (2019). APA Style. Consultada el 15 de marzo de 2020 en <https://www.transparency.org/cpi2019>

UNCTAD (2020). APA Style. Consultada el 7 de marzo de 2020 en <https://unctad.org/en/Pages/Home.aspx>