



DigiMac2020

● Madeira ● Canarias ● Mauritania ● Senegal

Programa para el impulso de las pymes de las regiones macaronésicas en mercados digitales internacionales

ESTUDIO DE OPORTUNIDADES DE
INTERNACIONALIZACIÓN EN CANARIAS,
MADEIRA, MAURITANIA Y SENEGAL

 digimac2020.fulp.es  digimac2020@fulp.es #DigiMac2020     



ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO	5
CANARIAS	7
PRODUCTOS	7
Potencial de exportación sin explotar	7
Pesca y Acuicultura	9
SERVICIOS	10
Economía Azul	10
Turismo	11
Energías azules	12
Logística portuaria-marina	12
Construcción y reparación de buques	13
Transporte de pasajeros y puertos	13
Desalación	13
El sector audiovisual	14
Empresas TICs	14
Países-objetivo prioritarios	15
COMERCIO ELECTRÓNICO	16
LICITACIÓN PÚBLICA INTERNACIONAL	18
MADEIRA	19
PRODUCTOS	19
Potencial de exportación sin explotar	19
VINO DE MADEIRA	21
INDUSTRIA	22
SERVICIOS	22





EL CENTRO INTERNACIONAL DE NEGOCIOS.....	22
El centro internacional de negocios	22
ECONOMIA AZUL.....	23
COMERCIO ELECTRÓNICO	24
Principales compañías y marcas del mercado.....	25
LICITACIÓN PÚBLICA INTERNACIONAL.....	26
MAURITANIA	29
PRODUCTOS	29
Potencial de exportación sin explotar.....	29
Hidrocarburos.....	31
Sector Agrícola - Agroalimentario	32
Sector Pesquero	32
Agua.....	33
SERVICIOS.....	34
Sector Sanitario	34
Energías Renovables.....	34
Turismo.....	34
Sector Construcción	36
Sector Distribución	36
COMERCIO ELECTRÓNICO	37
LICITACIÓN PÚBLICA INTERNACIONAL.....	38
SENEGAL.....	42
PRODUCTOS	42
Sector Agroalimentario	44
Superalimentos	44
Cosméticos Naturales.....	45
Moda Africana	46





Minería	47
Sector Construcción	47
SERVICIOS	47
Turismo.....	47
Energía.....	48
Distribución Comercial	48
COMERCIO ELECTRÓNICO	49
LICITACIÓN PÚBLICA INTERNACIONAL	52
MATRIZ DE SINERGIAS.....	58
BIBLIOGRAFÍA	59
ANEXOS	60
APPENDIX 1. IDENTIFICATION OF OPPORTUNITIES FOR THE INTERNATIONALIZATION OF THE COMPANIES PARTICIPATING IN THE DIGIMAC PROJECT	60
INITIAL SUMMARY	60
SENEGAL	60
MAURITANIA	63
MADEIRA	65
CANARY ISLANDS.....	67
APPENDIX 2. VIDEOCONFERENCES HELD WITH THE PARTNERS OF THE DIGIMAC 2020 PROJECT...	70





RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo tiene como objetivo la **realización de un estudio de oportunidades de internacionalización** en los países y regiones participantes en el proyecto (*por orden alfabético*): **Canarias, Madeira, Mauritania y Senegal**. Para la realización del informe se han considerado los **cinco sectores de actividad priorizados** en el proyecto DIGIMAC 2020: Turismo, tecnologías de la información y de la comunicación, comercialización, sector primario (agricultura, pesca, acuicultura...) y el sector industrial.

Es importante destacar que el presente estudio de oportunidades se **desarrolla en tres etapas-áreas de trabajo consecutivas** que deben desembocar en la tercera y última etapa consistente en la **identificación de oportunidades de internacionalización concretas para las 16 empresas finalmente seleccionadas** en el proyecto DIGIMAC 2020.

El presente **informe de identificación de oportunidades** es el resultado de la implementación de las dos primeras etapas de trabajo:

A. Etapa A. Establecimiento y análisis de potencialidad de los países y regiones participantes.

Este primer análisis se ha realizado con fuentes y herramientas de información secundarias (estadísticas de importación - exportación de origen – destino de las regiones países participantes, así como la comparación con otras fuentes para determinar valores, volúmenes y tendencias. Este **primer análisis sintético**: “ANEXO 1. IDENTIFICATION OF OPPORTUNITIES FOR THE INTERNATIONALIZATION OF THE COMPANIES PARTICIPATING IN THE DIGIMAC PROJECT. INITIAL SUMMARY” (*ver Anexo 1*) fue enviado para su revisión y comentario a los socios del proyecto.

B. Etapa B. Evaluación de oportunidades de los sectores de actividad priorizados.

El primer análisis sintético fue socializado con las seis instituciones que forman el partenariado del Proyecto: la Fundación Universitaria de Las Palmas; la Fundación General de la Universidad de La Laguna; la Sociedad Canaria de Fomento Económico; el startup Madeira More Than Ideas, Lda/BIC Madeira; el Ministerio de Empleo, Formación Profesional y Tecnología de la





Información y Comunicación de Mauritania y la Agencia para el Desarrollo y Supervisión de Pequeñas y Medianas Empresas de Senegal. Se **realizaron reuniones mediante videoconferencia** con los representantes de los socios del proyecto y con los delegados del Gobierno de Canarias en Mauritania y Senegal. Ver “Anexo 2 VIDEOCONFERENCES HELD WITH THE PARTNERS OF THE DIGIMAC 2020 PROJECT” para más detalle.

La información recabada en dichas videoconferencias junto con las investigaciones posteriores conforman el presente documento de estudio.

C. Etapa C. Apoyo en la concreción de las oportunidades de internacionalización las 16 empresas seleccionadas en las regiones participantes. Para el éxito del proyecto será importante apoyar con inteligencia comercial a las 16 empresas con potencialidad exportadora seleccionadas en Canarias, Madeira, Mauritania y Senegal dentro de los cinco sectores de actividad priorizados. Las empresas ya sean de productos o servicios tienen peculiaridades específicas que exigen un **análisis personalizado de las oportunidades que encajen mejor con su perfil**. Se prestará asistencia técnica de forma coordinada con los consultores seleccionados y asignados a las 16 empresas en necesidades de información internacional para concretar las oportunidades y abordar con éxito el proceso de internacionalización.

Se han analizado cada uno de los países y regiones desde la **doble perspectiva** de **mercados de oportunidad** como demandantes y ofertantes de productos y servicios; y de su **potencialidad de colaboración en inversiones productivas o comercializadoras** entre las empresas participantes en el Proyecto DIGIMAC 2020.

Se han identificado productos con **potencial de exportación** sin explotar entre los países que conforman el proyecto; así como servicios con potencialidad exportadora o inversora.

En todos los mercados se ha prestado atención a las oportunidades latentes en **dos ámbitos de comercialización cada vez más prioritarios** para las empresas en el entorno internacional de los negocios en el marco de la Covid:

- Comercio Electrónico.
- Licitación Pública Internacional.



CANARIAS

PRODUCTOS

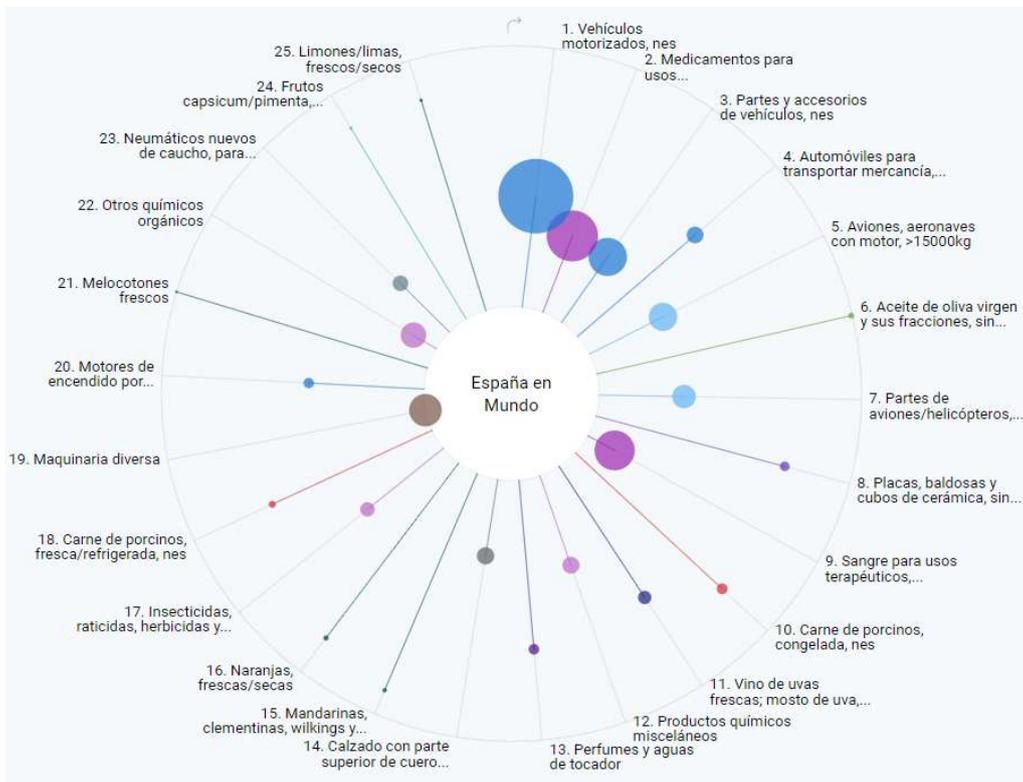
Potencial de exportación sin explotar



Potencial de exportación sin explotar: \$143.4 mm

El valor total del potencial de exportación sin explotar del exportador España es de \$143.4 mm. Descubra [productos](#) y [mercados](#) con el mayor potencial de exportación sin explotar.

Los productos con mayor potencial de exportación de España a Mundo son Vehículos motorizados, nes, Medicamentos para usos terapéuticos/profilácticos, dosificados, nes, y Partes y accesorios de vehículos, nes. Vehículos motorizados, nes presenta la mayor diferencia entre las exportaciones potenciales y actuales, lo que implica que se pueden realizar exportaciones adicionales por un valor de \$16.6 mm.





Las mejores opciones de diversificación de España en el mercado de Mundo son Transatlánticos, cruceros y similares para transportar personas, Antibióticos y Sintetizados de óxidos de níquel y similares. España tiene mayor facilidad para llegar a Transatlánticos, cruceros y similares para transportar personas. Motores de encendido por compresión, nes es el producto que se enfrenta al mayor potencial de demanda en Mundo.

Los productos con mayor potencial de exportación de España a Portugal son Vehículos motorizados, nes, Partes y accesorios de vehículos, nes, y Medicamentos para usos terapéuticos/profilácticos, dosificados, nes. Vehículos motorizados, nes presenta la mayor diferencia entre las exportaciones potenciales y actuales, lo que implica que se pueden realizar exportaciones adicionales por un valor de \$979.9 m.

Las mejores opciones de diversificación de España en el mercado de Portugal son Antibióticos, Transatlánticos, cruceros y similares para transportar personas y Patos, gansos, pavos y pintadas, vivos, >185g. España tiene mayor facilidad para llegar a Trozos/desechos/recortes, de piel curtida/adobada, sin ensamblar. Antibióticos es el producto que se enfrenta al mayor potencial de demanda en Portugal.

Los productos con mayor potencial de exportación de España a Mauritania son Grupos electrógenos de energía eólica, Placas, baldosas y cubos de cerámica, sin barnizar/esmaltar, y Vehículos motorizados, nes. Vehículos motorizados, nes presenta la mayor diferencia entre las exportaciones potenciales y actuales, lo que implica que se pueden realizar exportaciones adicionales por un valor de \$9.0 m.

Las mejores opciones de diversificación de España en el mercado de Mauritania son Helicópteros de peso en vacío >2000kg, Estampillas; papel timbrado; billetes; cheques; acciones y Motores de encendido por compresión, nes. España tiene mayor facilidad para llegar a Residuos sólidos del aceite de cacahuete. Motores de encendido por compresión, nes es el producto que se enfrenta al mayor potencial de demanda en Mauritania.

Los productos con mayor potencial de exportación de España a Senegal son Vehículos motorizados, nes, Placas, baldosas y cubos de cerámica, sin barnizar/esmaltar, y Medicamentos para usos terapéuticos/profilácticos, dosificados, nes. Vehículos motorizados, nes presenta la mayor diferencia entre las exportaciones potenciales y actuales, lo que implica que se pueden realizar exportaciones adicionales por un valor de \$30.5 m.





Las mejores opciones de diversificación de España en el mercado de Senegal son Residuos sólidos de grasas/aceites de algodón, Semilla de mostaza y Motores de encendido por compresión, nes. España tiene mayor facilidad para llegar a Ortoftalatos de dioctilo. Motores de encendido por compresión, nes es el producto que se enfrenta al mayor potencial de demanda en Senegal.

Pesca y Acuicultura

Actividades dedicadas tanto a la **pesca marítima** como a la **preparación y conservación del pescado**. El principal puerto de origen y destino de la flota pesquera industrial es el de Las Palmas. En la actualidad es un importante **centro de operaciones de ANACEF** (Asociación Nacional de Armadores de Buques Congeladores de Pesca de Cefalópodos), una organización de productores de pesca industrial que cuenta con 16 buques arrastreros congeladores que desarrollan su actividad pesquera en aguas de Marruecos, **Mauritania, Senegal**, Gambia, Guinea Bissau, Guinea Conakry, Liberia, Sierra Leona y Cabo Verde, al amparo de acuerdos de pesca con terceros países. Sin embargo, su **impacto** en la economía canaria, al margen de la actividad portuaria, es **escaso**. Ya que los acuerdos de pesca les obligan a descargar y procesar su producción en esos terceros países.

La **flota está envejecida** (promedio de 35 años), por lo que se requiere la renovación de la flota pesquera, para mejorar la seguridad a bordo, e instalaciones para la conservación del pescado. La provisión de hielo podría ser un factor crítico en ciertas épocas del año. Se requiere inversión para **incrementar la capacidad de producción de hielo**.

La explotación de los **recursos de profundidad** puede constituir una oportunidad de inversión, por ejemplo, se necesitarían nuevas artes de pesca.

Por el contrario, la **transformación del pescado tiene poco potencial** de crecimiento.

La **actividad acuícola** requiere diversificación de la producción, actualmente está basada en dos especies, la dorada y la lubina.

La **producción de lenguado senegalés** requiere una inversión en infraestructura terrestre.

El **cultivo de microalgas** requiere instalaciones para la desalación del agua de mar para obtener salmuera y agua. A su vez, también se necesitan instalaciones de depuración. El autoabastecimiento de CO2 podría reducir los elevados costes de adquisición a través de otras compañías.





SERVICIOS

Economía Azul

La economía azul aborda no solo **pesca, biotecnología acuícola y marina, navegación o transporte marítimo**, por ejemplo, sino también infraestructuras compartidas, como **puertos o redes de logística y distribución eléctrica**, además de la utilización sostenible de los recursos marinos, la **energía azul, el turismo marítimo, costero y de crucero**, o los **recursos minerales marinos**.

Reino Unido, España, Italia, Francia y Grecia son las economías azules más grandes de Europa. En el caso de España, representa **un quinto del empleo total**. Las proyecciones indican que entre 2010 y 2030 la economía del océano podría **aumentar en más del doble** su contribución al valor agregado mundial, llegando a superar los 3 billones de dólares. Se prevé que en **2030** ofrezcan un equivalente aproximado a **40 millones de puestos de trabajo** a tiempo completo.

Se prevé un **fuerte crecimiento** en la **acuicultura** marina, la **energía eólica** en alta mar, la **industrialización de recursos pesqueros** y, la construcción y reparación de **buques** como consecuencia de las **innovaciones** en materiales avanzados, ingeniería y tecnologías submarinas, tecnologías que utilizan sensores, imágenes y satélites, computación y tratamiento masivo de datos (big data), sistemas autónomos, biotecnología y nanotecnología.

WESTMED es una iniciativa compartida entre la Unión Europea (UE) y países no pertenecientes a la UE, que apoya proyectos que fomentan el desarrollo sostenible de la economía azul en la cuenca del Mediterráneo occidental. Los países involucrados son España, Portugal, Italia, Francia, Malta, Argelia, Libia, Mauritania, Marruecos y Túnez.

Canarias aspira a convertirse en el **hub referente del Atlántico medio** con vistas más allá de las fronteras españolas. **Senegal, Marruecos, Mauritania y Cabo Verde** son algunos de los enclaves más importantes para la expansión de la economía azul.

El Gobierno de Canarias ha abierto un proceso participativo con los agentes privados implicados para culminar la elaboración de la **Estrategia Canaria de Economía Azul** en noviembre 2020.



Turismo

Hablar de turismo es hacerlo del sector clave en la economía de las Islas Canarias ya que supone cerca del **34 por ciento del PIB y del 40 por ciento del empleo**. Las Islas Canarias son un destino turístico de primer orden, con una media de **15 millones de turistas al año**.

Cuentan con una alta calidad de vida, recursos humanos cualificados, infraestructuras de primer nivel y una fantástica conectividad aérea y marítima. Además, gozan de unas condiciones fiscales únicas, las más ventajosas de Europa. Con todo esto, las Islas ofrecen oportunidades de negocio clave tanto en la inserción de **nuevos productos turísticos** como en la prestación de servicios avanzados, por lo que los proyectos innovadores en este ámbito presentan excelentes oportunidades y expectativas.

Todo este conjunto hace de Canarias un foco de atracción de negocios con un gran potencial para el desarrollo de actividades relacionadas con el sector turístico. Por tanto, son muchas las oportunidades que se presentan en el sector turístico **orientadas a la tecnología e I+D+i** (Innovación, Desarrollo e Investigación) enfocadas a:

- **Turismo científico**, sobre todo en el ámbito astrofísico y marino. Canarias dispone de observatorios astronómicos importantes que conforman el Observatorio Norte Europeo y numerosas infraestructuras dedicadas a la investigación marina.
- **Astroturismo o turismo de las estrellas**. Debido a la calidad certificada de los cielos en las islas Canarias, hay destinos óptimos para la observación de las estrellas y planetas para aficionados y amantes de la astronomía.
- **Deportes de aventura** como surf, submarinismo, senderismo, escalada, paracaidismo...
- **Desarrollo de herramientas de gestión y comercialización** de productos turísticos.
- **Desarrollo de sistemas de ahorro o eficiencia energética**, sistemas domóticos, iluminación eficiente, etc. para aplicar a complejos y empresas turísticas.
- **Servicios de alto valor** como diseño, transportes alternativos, gastronómicos, etc.
- **Plataformas tecnológicas** para reservas y apps para el turista, servicios de implantación TIC (WIFI, WiMax, etc.) para zonas turísticas y otros tipos de servicios tecnológicos.
- **Turismo costero y de cruceros**. Se prevé que las actividades náuticas crezcan, por lo que debe





umentarse la oferta de amarres. Las instalaciones urbanas y la oferta turística para los cruceristas que hacen escala en la región surgen también como oportunidad para atraer cruceros a la región. Para la promoción como destino de cruceros en 1994, se generó la **firma Cruises in the Atlantic Islands**, marca comercial con la que se asiste en las grandes ferias internacionales del sector, constituida en 1994 y de renombre internacional, integrada también por los **puertos de Madeira y Cabo Verde**.

Energías azules

Todavía queda una considerable labor por hacer para poner en funcionamiento granjas eólicas marinas y dispositivos de energía undimotriz. **Plataforma Oceánica de Canarias (Plocan) o el Instituto Tecnológico de Canarias (ITC)** puede proporcionar un sólido soporte técnico para el futuro sector regional de las energías renovables marinas e iniciativas extranjeras.

Energía eólica flotante: Greenalia empresa gallega proyecta cuatro nuevos parques eólicos marinos flotantes en Canarias. Los parques Dunas, Mojo, Carcón y Guanche, proyectos independientes de 50 MW de potencia cada uno, situados al sureste de la Isla de Gran Canaria en la misma zona en la que se ubicará el parque eólico marino Gofio. Conjuntamente, los cuatro parques generarán energía suficiente para abastecer a una población de más de 280.000 hogares y evitarán la emisión de alrededor de 560.000 toneladas de CO₂ al año.

Con la puesta en marcha de estos proyectos, Canarias pueden situarse como uno de líderes en la **tecnología eólica marina flotante** a nivel mundial y, con ello, conseguir alcanzar el objetivo de desarrollar 310 MW marinos en sus costas, tal y como recoge el gobierno insular en la Estrategia Energética de Canarias 2015-2025 – EECan25.

Logística portuaria-marina

El puerto de La Luz (Gran Canaria) y el puerto de Santa Cruz (Tenerife) son líderes entre los puertos españoles en cuanto al transporte de pasaje y mercancías. Los puertos de Canarias son una **estación clave y estratégica de reabastecimiento de combustible y reparación** del Atlántico Medio, para buques ubicados en todos los continentes, especialmente en África y, en las últimas décadas, en Asia. Es importante mencionar que hay más de 75 servicios mensuales de navegación que **conectan**





Canarias con los países de África Occidental y del Norte (Marruecos, Mauritania, Senegal y Cabo Verde). Como ejemplo, el puerto de Las Palmas está conectado con 180 puertos de los cinco continentes a través de unas treinta líneas marítimas.

Construcción y reparación de buques

El crecimiento del negocio de puesta a punto y reparación de **plataformas petrolíferas marinas y de yates** requerirá la ampliación de las infraestructuras navales e inversión en formación de personal para satisfacer las necesidades de las plataformas marinas y de grandes embarcaciones recreativas. También se necesita formación de personal y titulaciones de reconocimiento internacional, lo que requerirá **inversión en instalaciones formativas** para buceadores profesionales y para la simulación de condiciones laborales subacuáticas. Algunas iniciativas previas se están llevando a cabo por parte de operadores privados.

Transporte de pasajeros y puertos

El transporte interinsular requerirá **inversiones** para satisfacer la creciente demanda de transporte de pasajeros y mercancías. Las **infraestructuras portuarias** requerirán mejoras y ampliaciones (en lo posible, por limitaciones de espacio) para satisfacer la prevista demanda de servicios de alojamiento, de transporte de mercancías y pasajeros, de abastecimiento de combustible, de actividades náuticas y de plataformas petrolíferas marinas, entre otros.

Desalación

La ampliación de la capacidad de desalación será necesaria en un futuro próximo, debido al **crecimiento del turismo y de la población**. Es necesario reducir la dependencia de las energías fósiles para la producción de agua. El uso de **energías renovables** para suministrar energía a las plantas de desalación requiere inversión en I+D e infraestructura.





El sector audiovisual

Tanto relacionado al **rodaje** de películas **puntuales como establecimiento** de empresas de rodaje de manera permanente.

Empresas TICs

El Archipiélago canario despunta en la media nacional en el **uso de servicios TIC** en empresas de más de 10 empleados. También ha incrementado el **uso de servicios de pago** de computación en la Nube, (un 20% hasta el 23% de las empresas); de la publicidad digital, (un 12% y es utilizada por el 28,5% de las empresas); y de la facturación electrónica, que ha crecido un 9% hasta el 39% de las empresas.

En lo que respecta a las empresas de menos de 10 empleados, Canarias supera la media nacional en disponibilidad de sistemas internos de seguridad TIC y en uso de la administración electrónica, y la iguala en disponibilidad de banda ancha fija. No obstante, y según los datos del INE, entre los indicadores que empeoran sus resultados figuran la disponibilidad de sitio web y de **especialistas en TIC**. También registran caídas el porcentaje de empresas que usan medios sociales, y la inteligencia de datos (uso del big data).

La **Zona Especial Canaria (ZEC)** se ha proyectado como una herramienta para la **atracción de modelos de negocio** relacionados con el sector de las TICs.

Régimen de baja tributación de los servicios de programación y consultoría informática, el desarrollo de apps y de plataformas tecnológicas, el tratamiento de datos y alojamiento web, los servicios de backup y de telecomunicaciones. Canarias es la quinta comunidad autónoma en la que más inversión TIC se realiza del país.

Canarias cuenta con un enorme atractivo y con verdaderas oportunidades en el campo de la **contratación de servicios profesionales externos** (outsourcing).

Otros sectores con potencialidad son: la **Astrofísica** (incluyendo sus sectores adyacentes como el aeroespacial o la óptica avanzada); la **Bioteología azul** (la extracción de los compuestos bioactivos, la congelación de las microalgas que son muy apreciados en los mercados internacionales pero que requieren inversiones sustanciales); la **cultura**; los **deportes** y el sector **sanitario**.



Países-objetivo prioritarios

Los países-objetivo prioritarios en los que se focalizan los esfuerzos para promocionar la salida al exterior de las empresas canarias pertenecen al **continente africano, entre ellos Mauritania, y Senegal.**

La **creación de un hub de negocios para África Occidental.** Los mercados africanos requieren realizar una verdadera apuesta, con dedicación y medios y una mayor intensidad sobre el terreno, como hacen otros países “competidores” más exitosos en dichos mercados. Si se apuesta por el mercado africano debe ser con un nivel de ambición más amplio, a través de una **mayor dedicación y mejores medios** para poder competir en buenas condiciones.

El **análisis de los mercados africanos** a los que habitualmente se dirigen los productos y/o servicios de las empresas canarias, en aquellos mercados que muestran un **alto crecimiento y bajo riesgo.**

En base a los siguientes **indicadores:**

- Facilidad para hacer negocios: posición del país sobre los 190 países del ranking “Doing Business” del Banco Mundial.
- Evolución del país en los últimos 10 años. Análisis del crecimiento/decrecimiento del Producto Interior Bruto (PIB). Evolución de las importaciones del país.
- Riesgo país para hacer negocios, en función del ranking Análisis de los mercados africanos.

Recomendaciones:

Lanzar **campañas de promoción** de Canarias en países africanos próximos dirigidas a los ciudadanos de clase media-alta (entendiéndose éstos como los ciudadanos que pueden permitirse un viaje de manera regular a las Islas Canarias), de ciertos mercados de África Occidental, especialmente el senegalés (dado el mejor conocimiento relativo de Canarias por parte de los ciudadanos de Cabo Verde, Mauritania y Marruecos). Dichas campañas deben impactar al público objetivo, con la finalidad de que demanden productos y/o servicios ofrecidos por sectores económicos en Canarias como la **sanidad, el turismo, el comercio y la educación.** Para ello resulta necesario el desarrollo de una **estrategia de marketing** (con un peso importante del marketing digital)

Por países africanos, en Marruecos el 5,6% de la población pertenece a la **clase media alta o alta,** siendo dicha cifra en Costa de Marfil del 1,5%, Mauritania 1,6%, Ghana 0,8% y Senegal 0,7%. Si bien estos porcentajes parecen bajos, representan cientos de miles de personas con potencialidad de



consumir y generar actividad económica en las Islas (Marruecos: 1.925.168 personas, Costa de Marfil: 340.523 personas, Ghana: 219.280 personas, Senegal: 105.903 personas y Mauritania: 65.088 personas).

COMERCIO ELECTRÓNICO

En cuanto a la penetración de la infraestructura TIC en el tejido económico y social de Canarias, se puede observar como en los últimos años se ha dado **una evolución creciente** del acceso a internet y una mayor utilización de las nuevas tecnologías y del comercio electrónico por parte de empresas y particulares. Esto se debe en parte a la propia evolución de la sociedad y a la inversión privada, pero también en gran medida, a las políticas de modernización y uso de las nuevas tecnologías impulsadas desde la Administración Pública. Un ejemplo de ellas son las actuaciones llevadas a cabo desde la Consejería de Economía, Industria, Comercio y Conocimiento para el despliegue y la puesta en marcha de las infraestructuras necesarias para facilitar el acceso a la banda ancha de alta velocidad en las islas de La Gomera y El Hierro.

Finalmente, en términos generales el nivel de equipamiento TIC de Canarias es el propio de un país desarrollado, similar a la media nacional española, situándose el acceso a internet de los hogares canarios en el 91,1%. El acceso a banda ancha de aquellas viviendas con acceso a internet se sitúa en el 80,7% en Canarias, frente al 81,2% a nivel estatal.

El comercio electrónico, siendo ya una realidad instalada, está viviendo un **auge en los últimos años** (con un crecimiento cercano al 16% en 2019), siendo cada vez más los compradores que se suman a esta tendencia, así como las empresas que se incorporan a este canal. Sin embargo, a pesar de que en 2019 un 48,4% de la población de Canarias realizó compras por comercio electrónico, la cifra queda todavía a distancia de la media nacional, que alcanza el 58%, y de la media de la UE que llega al 63,2%.

A la hora de definir el **perfil de comprador habitual** canario es necesario tener una serie de factores en cuenta:

- El factor **educación** supone un condicionante muy importante pues registra las mayores diferencias entre los valores máximo y mínimo; así, la encuesta del INE indica que más del 63% de los canarios con estudios universitarios compra habitualmente por internet, mientras que



entre las personas que no alcanzan la primera etapa de educación secundaria el uso de este canal es del 7%.

- La **capacidad económica** es, evidentemente, otro factor destacado, variando la compra habitual por internet entre el 60,5% de la población con mayores ingresos y el 20% de las personas con menores ingresos.
- En lo que respecta a la **edad**, tras el crecimiento experimentado en el último año en el uso de comercio electrónico por la población más joven, este factor muestra una tasa de utilización decreciente con la edad, existiendo una diferencia evidente entre los menores de 44 y la población mayor.
- En cuanto al tamaño de la **población de residencia**, se detectan mayores tasas de uso del comercio electrónico en las poblaciones más pequeñas.

En resumen, **el perfil de comprador habitual canario** es el de una mujer u hombre con trabajo, con estudios de Formación Profesional o superiores, con ingresos medio-altos o altos y menor de cincuenta años.

El uso del comercio electrónico **es mayor en la adquisición** de servicios para viajes, material formativo en línea y alojamiento de vacaciones. Respecto al año anterior, crece la compra de productos de alimentación y de alojamiento de vacaciones, y se reduce la de equipamiento informático y software.

El **ordenador** sigue perdiendo peso como dispositivo de compra online a favor del móvil/smartphone (55%), aunque sigue siendo el dispositivo preferido por los consumidores (83%).

Analizando el origen de los vendedores, en Canarias se observa –respecto a la media nacional– una **mayor preferencia por la compra en el extranjero** en detrimento de los vendedores nacionales.

En el ámbito empresarial, en Canarias un 21,3% de las empresas de diez o más empleados compró por internet en 2018, frente al 33,9% de media nacional. En Canarias se registra un nivel de uso similar del comercio electrónico para la realización de ventas (21%), ligeramente por encima de la media nacional (20,4%). En lo que respecta a las empresas de menos de diez empleados, realiza compras un 12,5% (5,7% de media nacional) mientras que realiza ventas un 4% (5,8% de media nacional).

Hay tres tendencias principales en el mercado de comercio electrónico español que definen su éxito.

- En primer lugar, la **logística** se ha convertido en un diferenciador fundamental para los vendedores españoles desde la introducción del servicio Prime de Amazon.



- En segundo lugar, se considera que España tiene una de las **mayores tasas de penetración de teléfonos inteligentes en Europa**, lo que impulsa el crecimiento del comercio electrónico.
- Por último, a medida que el mercado se expande, la necesidad de **integrar análisis, inteligencia artificial, big data y chatbots** es más relevante para los participantes de la industria.

Cabe mencionar que, en Canarias, respecto a la operación de la mercancía, centros logísticos y almacenes, existen hoy trabas muy significativas en referencia a la operativa aduanera para el comercio electrónico, dada su situación fiscal extraordinaria distinta a la del resto del país.

Los sitios de comercio electrónico más populares en España son: [Amazon](#), [Ebay](#), [El Corte Ingles](#), [Mediamarkt](#), [PC Componentes](#), [VeePee \(Privalia\)](#), [Zalando](#), [Zara](#), [Carrefour](#), [Aliexpress](#).

LICITACIÓN PÚBLICA INTERNACIONAL

El [Gobierno de Canarias y sus entidades dependientes](#) publican y gestionan todos los concursos públicos que se convocan en Canarias por medio de la [Plataforma de Contratación del Sector Público de ESPAÑA](#).



Tanto las empresas canarias como las de Madeira, Mauritania y Senegal pueden **registrarse de forma libre y gratuita** al sistema. Dentro del Proyecto DIGIMAC 2020 se prevé la **formación de los consultores** en el manejo de la búsqueda de licitaciones públicas convocadas en España y en Canarias que sean de **interés concreto para cada una de las 16 empresas seleccionadas** dentro del Programa.

Expediente	Tipo de Contrato	Estado	Importe	Fechas	Órgano de Contratación
@DGPC 1-2020 Elaboración de inventarios arqueológico y etnográfico de bienes del patrimonio cultural de La Gomera y El Hierro.	Servicios Servicios de esparcimiento, culturales y deportivos	Parcialmente Resuelta	142.990,00	Publicación PLACSP: Adjudicación: 28/10/2020 Formalización: 28/11/2020	Viceconsejería de Cultura y Patrimonio Cultural del Gobierno de Canarias
@61M20/SS/GE/A/P/645 Servicio de mantenimiento del Software y medios físicos que los soportan, ubicados en las instalaciones sanitarias para atención al paciente y departamentos y servicios actuales o de nueva instalación, en el periodo de duración del contrato, en los centros de la Gerencia de Atención Primaria del Área de Salud de Tenerife.	Servicios Servicios de mantenimiento y reparación	Publicada	360.000,00	Present. Oferta: 09/12/2020	Gerencia de Atención Primaria del Área de Salud de Tenerife
@7/2020 Servicio consistente en "seguimiento del estado de conservación de los catápsos a través de los casos de varamientos 2020-2024".	Servicios Otros servicios	Adjudicada	211.642,08	Publicación PLACSP: Adjudicación: 27/11/2020	Viceconsejería de Lucha contra el Cambio Climático de la Consejería de Transición Ecológica, Lucha contra el Cambio Climático y Planificación Territorial del Gobierno de Canarias
@202016FVCOOB Obra Semientace Parque Holandés La realización de las obras del Semientace del Parque Holandés en la carretera FV-1, (PK. 12+385) con el fin de	Obras Construcción de			Publicación PLACSP:	Consejería de Obras Públicas, Transportes y Vivienda del

MADEIRA

PRODUCTOS

Potencial de exportación sin explotar



Export Potential Map

SPOT EXPORT OPPORTUNITIES FOR TRADE DEVELOPMENT

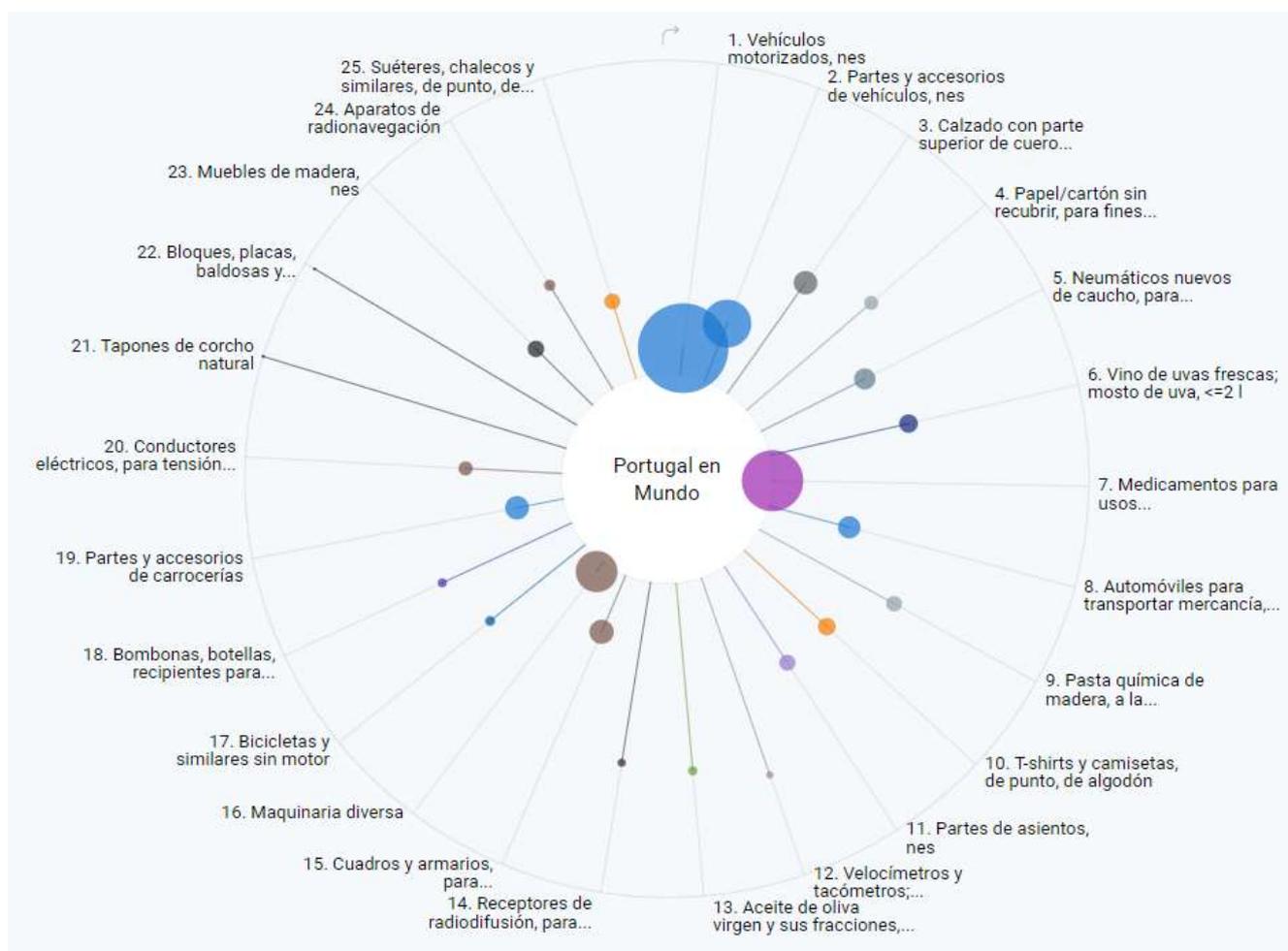
EN FR ES



[Potencial de exportación sin explotar: \\$30.4 mm](#)

[El valor total del potencial de exportación sin explotar del exportador Portugal](#) es de \$30.4 mm.

Descubra productos y mercados con el mayor potencial de exportación sin explotar.





[Los productos con mayor potencial de exportación de Portugal a Mundo](#) son Vehículos motorizados, nes, Partes y accesorios de vehículos, nes, y Calzado con parte superior de cuero natural, nes. Vehículos motorizados, nes presenta la mayor diferencia entre las exportaciones potenciales y actuales, lo que implica que se pueden realizar exportaciones adicionales por un valor de \$1.4 mm.

[Las mejores opciones de diversificación de Portugal en el mercado de Mundo](#) son Cobre refinado en forma de (secciones de) cátodos, Máquinas automáticas, para lavar ropa, capacidad ≤ 6 kg y Hidrogenoortofosfato de diamonio. Portugal tiene mayor facilidad para llegar a Pieles de ovino, en estado seco, depiladas. Cobre refinado en forma de (secciones de) cátodos es el producto que se enfrenta al mayor potencial de demanda en Mundo.

[Los productos con mayor potencial de exportación de Portugal a Mauritania](#) son Cementos sin pulverizar, clinker, Aceite de soja y sus fracciones, y Azúcar de caña/remolacha y sacarosa químicamente pura, sólida. Aceite de soja y sus fracciones presenta la mayor diferencia entre las exportaciones potenciales y actuales, lo que implica que se pueden realizar exportaciones adicionales por un valor de \$1.0 m.

[Las mejores opciones de diversificación de Portugal en el mercado de Mauritania](#) son Nitrato de amonio, Berenjenas frescas/refrigeradas y Bolas y similares para molinos, de hierro/acero, forjadas/estampadas. Portugal tiene mayor facilidad para llegar a Hortalizas y mezclas, conservadas provisionalmente. Nitrato de amonio es el producto que se enfrenta al mayor potencial de demanda en Mauritania.

[Los productos con mayor potencial de exportación de Portugal a Senegal](#) son Cables de (mod-)acrílicos, Barras de hierro/acero sin alear, con relieves, y Vehículos motorizados, nes. Cables de (mod-)acrílicos presenta la mayor diferencia entre las exportaciones potenciales y actuales, lo que implica que se pueden realizar exportaciones adicionales por un valor de \$4.3 m.

[Las mejores opciones de diversificación de Portugal en el mercado de Senegal](#) son Dihidrogenoortofosfato de amonio, Hidrogenoortofosfato de diamonio y Grañones y sémola, de trigo. Portugal tiene mayor facilidad para llegar a Hortalizas y mezclas, conservadas provisionalmente. Dihidrogenoortofosfato de amonio es el producto que se enfrenta al mayor potencial de demanda en Senegal.



VINO DE MADEIRA

El **vino de Madeira** es un vino extremadamente versátil que también se puede usar para cocinar. El vino de Madeira empezó a producirse hace, al menos, cinco siglos. Las primeras viñas fueron introducidas por los ingleses durante la colonización. El suelo volcánico de la isla, su clima y las cepas procedentes de muchos lugares del mundo por ser una zona de tránsito contribuyen a su calidad. La isla cuenta con 2.500 hectáreas de viñedos y el Madeira es un vino añejo reconocido y apreciado internacionalmente.

Los **mercados con mayor potencial** para las exportaciones de 220421 Vino de uvas frescas; mosto de uva, <=2 l provenientes de Portugal son Reino Unido, China y Alemania. Reino Unido presenta la mayor diferencia entre las exportaciones potenciales y actuales, lo que implica que se pueden realizar exportaciones adicionales por un valor de \$140.5 m.

Las exportaciones de vino de Madeira 22042185 Madeira and Setúbal moscatel, in containers holding <= 2 l and of an actual alcoholic strength registran un ligero crecimiento acumulado 2015-2019 y ligeramente negativo 2018-2019. Los 5 principales compradores de este vino son Estados Unidos de América, Reino Unido, Francia, Japón y Alemania. No existe una potencialidad dentro de los 4 países socios del proyecto.





INDUSTRIA

La **actividad industrial** en la isla de Madeira se está diversificando cada vez más, y las industrias de las flores, la caña de azúcar, la cestería y el bordado desempeñan un papel importante en la economía de Madeira.

Los distintos tipos de bordados producidos en Portugal y por extensión en Madeira, **no registran potencialidad exportadora** dentro de la herramienta del Centro de Comercio Internacional [“Export Potential Map”](#). Tanto las **tasas de crecimiento** de las importaciones mundiales como las de las exportaciones de Portugal (2015-2019/2018-2019) son **negativas**, salvo para Portugal en la partida **581099 Bordados** distintos de los de algodón o de fibras sintéticas o artificiales, sobre materia textil... donde si se aprecian **crecimientos** en valor.

Sin embargo, todavía hay industrias más pequeñas que se enfocan en el consumo local (pasta, azúcar, miel, ron y otras bebidas, etc.). La industria está globalmente más centralizada en los municipios de Funchal, Câmara de Lobos, Machico y Santa Cruz.

SERVICIOS

EL CENTRO INTERNACIONAL DE NEGOCIOS

El centro internacional de negocios y el turismo de Madeira son sus **dos pilares principales**.

El Centro de Negocios Internacionales de Madeira es una **zona de comercio exterior (FTZ)**, que proporciona diversos beneficios fiscales y sociales dentro de tres áreas de actividad: servicios internacionales, zona franca industrial y registro internacional de buques. CINM - MADEIRA International Business Center es uno de los principales instrumentos responsables del progreso económico del archipiélago. Este régimen fue creado formalmente en 1980 y es esencialmente un programa de desarrollo para atraer inversión extranjera y contribuir a la modernización, diversificación e internacionalización de la economía de Madeira. En este sentido, las empresas autorizadas se benefician de un **régimen fiscal especialmente atractivo**; con un impuesto de sociedades del 5% y sin otras retenciones y dividendos importantes. Es perfecta para empresas que buscan una operativa estable y eficaz para sus necesidades comerciales: Acceso a los mercados comerciales, financieros y de pagos europeos a través de bancos europeos y portugueses y una buena estructura corporativa. un



programa preaprobado por la Unión Europea para una de sus regiones ultraperiféricas.

Fruto de las notables inversiones realizadas en los últimos años, Madeira está orgullosa de sus infraestructuras modernas y eficientes, que han apoyado su desarrollo. Como ejemplos, podemos mencionar su moderna red viaria o el puerto comercial junto a la Zona Franca Industrial de Madeira y la moderna red de comunicaciones, con un **ancho de banda y grados de conectividad de alto nivel**. Debido a su ubicación geográfica, Madeira es un nodo de diversos cables submarinos que conectan el continente europeo con los continentes americano y africano, lo que garantiza el ancho de banda necesario y la conectividad con el resto del mundo.

El **Instituto de Tecnologías Interactivas de Madeira (M-ITI)** se afana en alcanzar nuevas cotas que lo sitúen como un centro de excelencia reconocido a nivel internacional gracias al apoyo de diferentes proyectos dotados con financiación pública y privada. El proyecto [LEAPFROG M-ITI](#) (Enhancing the Research and Innovation Potential of M-ITI through Human-Computer Interaction and Design Innovation), financiado por la Comisión Europea, está respaldando al M-ITI en su propósito de desarrollar su potencial en lo que concierne a la investigación y la innovación.

ECONOMIA AZUL

La iniciativa arriba mencionada está reforzando la transferencia de conocimientos al vincular a socios locales e internacionales con las miras puestas en diversos ámbitos de aplicación, como puedan ser los **océanos y el turismo**, así como en convertirse en un destacado impulsor de las estrategias de investigación e innovación para la especialización inteligente (RIS3) en Madeira.

Portugal ha sido uno de los primeros países en tener una estrategia de **Economía Azul**, de forma integral, además de haber sido uno de los promotores en Europa de la **Política Marítima Integrada**, iniciada bajo la presidencia del portugués Durão Barroso. Portugal ocupa un área de 89.000 km² y cuenta con un espacio insular atlántico ultraperiférico (Madeira y Azores) con 3.000 km². Considerando esta dimensión marítima, Portugal es un país enorme y uno de los países marítimos más grandes del mundo. Además, constituye una **conexión entre tres continentes**, lo que da a Portugal una posición geoestratégica única, por lo que mejora su capacidad de intervenir internacionalmente.





COMERCIO ELECTRÓNICO

Según datos del Instituto Nacional de Estadística de Portugal, el 80,9% de la población portuguesa tiene acceso a internet en sus hogares, siendo Madeira una de las regiones de mayor crecimiento (7,6%). Internet es fundamentalmente usado para el consumo de noticias, música, videos y juegos y redes sociales en Portugal, con porcentajes muy superiores a la media europea (el 80% de la población entre 16 y 74 años hizo uso de las redes sociales).

Sin embargo, aún no es demasiado común realizar compras a través de medios digitales y lo es aún en menor medida en Madeira, región a la cola de las compras digitales en Portugal: un 36,8% de la población realizó compras online en Madeira, porcentaje por debajo de la media del país (38,7%). Entre los **principales motivos** destacan la falta de costumbre o necesidad de realizar la compra online, la preferencia del contacto personal y la lealtad a los comerciantes y proveedores habituales. Asimismo, **la falta de confianza** es uno de los factores que más inciden a la hora de no realizar compras online, principalmente a la hora de realizar pagos online y la recepción de pedidos.

Es por ello que, en 2019, los métodos de pagos más usados por los portugueses en sus compras online fueron **Paypal y Multibanco** debido a las preocupaciones respecto a la seguridad en los procesos de compra online y a la preferencia de la utilización de medios de pago que aseguren la confidencialidad de los datos de los compradores.

La infraestructura logística de Portugal requiere de una inversión en modernización y transformación de la **infraestructura** postal que las empresas de logística y distribución deberán asumir para llevar a cabo el reto de realizar entregas en el menor tiempo posible atendiendo a las exigencias de los nuevos consumidores online. Las principales empresas de este sector en Portugal son **CTT y DHL**. Además, conocer la fecha y hora en la que recibirán sus pedidos es uno de los factores más valorados por los compradores digitales portugueses, los cuales otorgan una especial importancia al punto de entrega, valorando aspectos como la seguridad y la comodidad. La práctica habitual es la recepción del pedido en casa, pero se valora muy positivamente el poder disponer de otras alternativas de recogida.

El **smartphone** es el dispositivo que más se usa para acceder a internet fuera del hogar o del lugar de trabajo. El uso de ordenadores portátiles, tablets o notebooks se da en mayor proporción en personas con una formación superior (66%) y en estudiantes (65%). Además, el smartphone se ha consolidado como dispositivo más utilizado por los compradores digitales portugueses en 2019 (8 de cada 10 compradores usan este dispositivo para realizar sus compras online).





Con relación al origen de las compras, muchos portugueses deciden **realizar compras online fuera de Portugal** debido a que, en muchas ocasiones, es más barato comprar en el extranjero y existe una mayor oferta de bienes y/o servicios. China (46%), España (17%) y Reino Unido (10%) son los mercados preferidos para realizar compras online transfronterizas.

Entre **los productos y servicios más comprados** a través de internet cabe destacar Ropa y Equipamiento Deportivo (61,4%), Viajes y Alojamiento (55,2%), Entradas para Espectáculos y Eventos (29.6%).

Respecto a los portales preferidos para llevar a cabo compras en la red destacan las **páginas web** de las empresas que, además, es la preferencia de las marcas más establecidas, que prefieren mantener sus propios sitios web.

Sin embargo, el uso de los **marketplaces** continúa creciendo, ya que los minoristas están adoptando cada vez más una estrategia **omnicanal** para ampliar su alcance, a medida que observan que sus consumidores locales cada vez confían más en los recursos en línea para realizar sus compras (especialmente durante la pandemia mundial). Los minoristas ven en portales como **Aliexpress, eBay** o **Amazon** mayores oportunidades para llegar a un mayor número de personas y empresas. El marketplace nacional más importante es **Worten**, perteneciente al grupo Sonae, líder en el mercado portugués de productos tecnológicos.

Principales compañías y marcas del mercado.

Este ranking está encabezado por el grupo empresarial portugués SONAE, con una cuota de mercado del 5,50% y un crecimiento con respecto al ejercicio previo del 5,77%. Le siguen grandes gigantes como el grupo asiático Alibaba, que ha experimentado el mayor crecimiento en cuota de mercado en 2019, con un incremento de casi el 20%, Inditex y eBay, ambos con una cuota del 3,40%, y Amazon, 2,70%, cuya participación se ha visto ligeramente reducida.

En una iniciativa sin precedentes, el servicio nacional de entrega postal CTT se asoció con **AliExpress** en el Día del Soltero, lo que les permitió casi duplicar el número de y contribuyó a que Alibaba fuese el Marketplace que más creció en cuota de mercado en 2019.

Amazon experimentó un desempeño desigual en Portugal en 2019. Por una parte, experimentó un crecimiento en la comercialización de productos de terceros a través de su marketplace. Sin embargo,





los productos comercializados bajo la marca 'Amazon' perdieron participación en el mismo periodo. Adicionalmente, a Amazon se le suma la problemática de no disponer de un portal propio para Portugal, teniendo los consumidores que acceder a través de [Amazon España](#), [Amazon Reino Unido](#) o [Amazon Alemania](#) y, por tanto, soportando unos costos de envío mayores frente a otros marketplaces. Por ello, Amazon está realizando inversiones en Portugal para ser más competitiva, en 2018 instaló una oficina en Lisboa para tener presencia física en el mercado y una oficina AWS (Amazon Web Services) para apoyar a las empresas de su marketplace.

Estas inversiones están aumentando la competitividad dentro del canal, provocando que otras compañías se vean obligadas a innovar y reinventarse, como es el caso de [Worten](#), que lanzó su propio marketplace a finales de 2018, incrementando su cuota de participación en 2019; o el de [Kuantokusta](#), una plataforma digital que inicialmente surgió como una web de comparación de precios y que, posteriormente, lanzó su propio marketplace a finales de 2018.

Los marketplaces más utilizados son [AliExpress](#), [eBay](#), [Amazon](#), [Fnac](#), [Worten](#), [Contiente](#), [La Redoute](#) o [Wook](#). En cuanto a marketplaces portugueses, los que registraron más visitas entre enero y marzo de 2020 por orden fueron los siguientes: [Worten](#), [CustoJusto](#), [Kuantokusta](#), [Dott](#), [Adegga](#) y [Minty Square](#).

Si la realización de compras online por parte de los consumidores está comenzando a despegar ahora en Portugal, se espera que al mismo tiempo lo haga el canal B2B online, hasta ahora con unos volúmenes de negocio muy pequeños. Entre los marketplaces B2B más utilizados destacan: [Alibaba Group](#) (multisectorial), [BuyinPortugal.pt](#) (multisectorial), [Mercacheffe](#) (sector HORECA), [Betimber](#) (sector madera y forestal) y [AgriMarketplace](#) (sector agroalimentario).

LICITACIÓN PÚBLICA INTERNACIONAL

El **Gobierno de Madeira y sus entidades dependientes** publican y gestionan todos los concursos públicos que se convocan en Madeira por medio de la [Plataforma BASE. Contratos Públicos Online](#), permitiendo así su seguimiento y monitoreo. Este portal es gestionado por el Instituto de Mercados Públicos, Bienes Raíces y Construcción (IMPIC).

En abril de 2020 se publicó el informe '[Contratación Pública en Portugal](#)' correspondiente al año 2018. En 2018 los contratos públicos registrados en el portal BASE alcanzaron la cifra de 7.032M€



como resultado de los 120.781 contratos celebrados. Más del 90% de los contratos celebrados se destinaron a la adquisición de bienes y servicios (5.000M€), mientras que el 10% se correspondían a la concesión de obras públicas (2.100M€).

Tanto las empresas de Madeira como las de Canarias, Mauritania y Senegal pueden **buscar e identificar oportunidades** de forma gratuita dentro del sistema. Dentro del Proyecto DIGIMAC 2020 se prevé la **formación de los consultores** en el manejo de la búsqueda de licitaciones públicas convocadas en Portugal y en Madeira que sean de **interés concreto para cada una de las 16 empresas seleccionadas** dentro del Programa.

The screenshot shows the 'base:' website interface. At the top, there is a navigation menu with 'NEWS', 'PROCEDURES', 'FAQ', 'REPORTS', and 'ACCESSORY SANCTIONS'. A search bar is visible with the text 'madeira' entered. Below the search bar, there are tabs for 'Contracts', 'Notices', 'Entities', '10% Increment on contract price', and 'Orders and Deliberations'. The search results section shows 'Found 45691 registers for keyword "madeira"'. Below this, there is a table with the following data:

Contract Object	Contract Value	Published Date	Contracting Authority	Contracted Entity
AQUISIÇÃO DE SERVIÇOS DE ASSISTÊNCIA TÉCNICA E MANUTENÇÃO À PLATAFORMA...	18.815,04 €	23-11-2020	Município de Câmara de Lobos	Acin - Icloud Solutions, Lda
Aquisição de serviços de engenharia e arquitetura para a execução...	15.975,00 €	23-11-2020	Município da Ribeira Brava	Geometria Periférica - Unipessoal Lda
Aquisição de serviços de marketing digital para promoção do Vinho...	29.100,00 €	23-11-2020	IVBAM - Instituto do Vinho, do Bordado e do Artesanato da Madeira, IP-RAM	Opal Publicidade, S.A.



Contract Details

 Print

Base publication date	23-11-2020
Contract Types	Aquisição de serviços
Procedure Type	Concurso público
Description	Aquisição de serviços de marketing digital para promoção do Vinho Madeira, em meios "online", direcionada para os países terceiros: Japão e EUA
Fundamentation	Artigo 20.º, n.º 1, alínea b) do Código dos Contratos Públicos
Justification for need to use direct procedure (if applicable)	Não aplicável
Contracting Entity - Name, Corp. TAX No.	IVBAM - Instituto do Vinho, do Bordado e do Artesanato da Madeira, IP-RAM (511270305)
Contracted Entity - Name, Corp. TAX No.	Ch Business Consulting, SA, (504052241)
Contract object	Aquisição de serviços de marketing digital para promoção do Vinho Madeira, em meios "online", direcionada para os países terceiros: Japão e EUA
Centralized Procedure	-
CPV	79342000-3, Serviços de marketing
Date of signing of contract	20-11-2020
Contract Value	45.200,00 €
Term of Execution	15 dias
Place of Execution - Country, District, Municipality	Portugal
Competitors	Opal Publicidade, S.A. (500207569) Essência do Vinho - Promoção e Distribuição de Vinho Lda. (506844374) Ch Business Consulting, SA, (504052241) Be-Wide Online Solutions, Lda. (514441925)
Notices	Notice Detail
Increases of more than 15%	-
Documents	Contrato.pdf
Observations	

MAURITANIA

PRODUCTOS

Potencial de exportación sin explotar



Export Potential Map
SPOT EXPORT OPPORTUNITIES FOR TRADE DEVELOPMENT

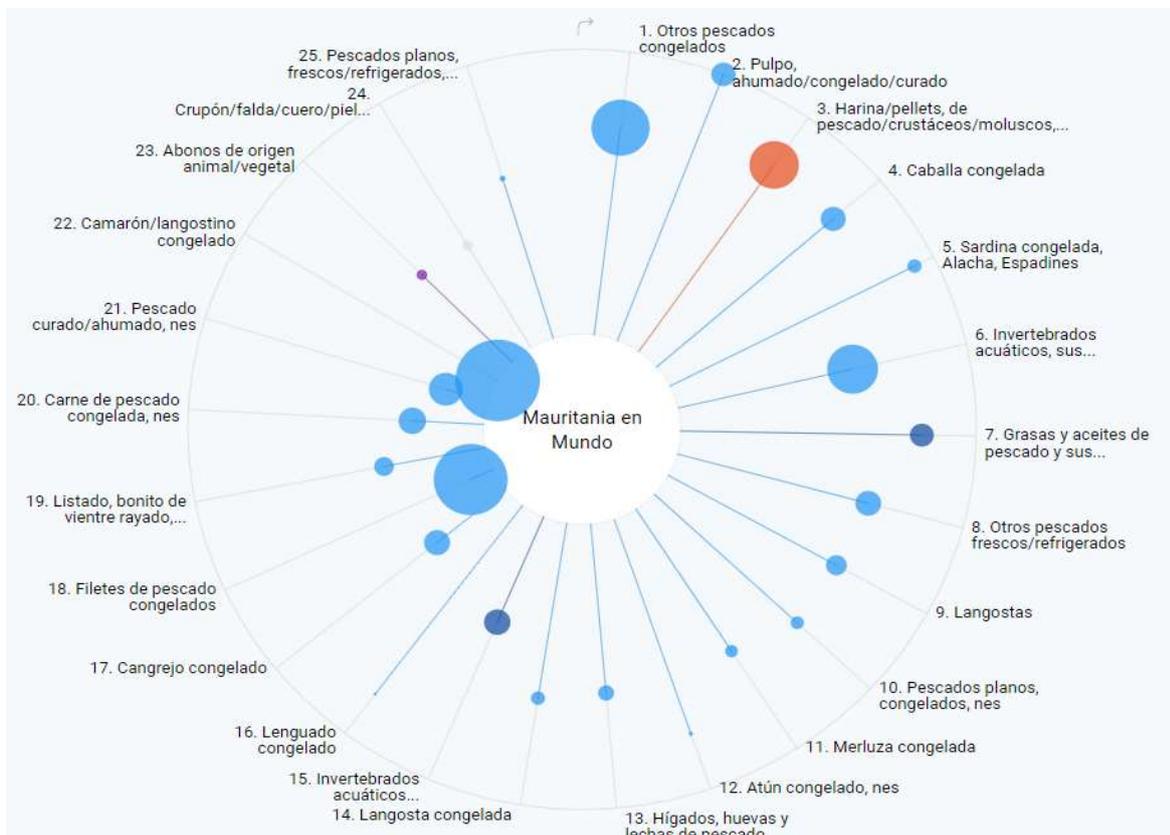
EN FR ES



[Potencial de exportación sin explotar \\$736.5 m](#)

El valor total del potencial de exportación sin explotar del exportador Mauritania es de **\$736.5 m**. Descubra [productos](#) y [mercados](#) con el mayor potencial de exportación sin explotar.

[Los productos con mayor potencial de exportación de Mauritania a Mundo](#) son Otros pescados congelados, Pulpo, ahumado/congelado/curado, y Harina/pellets, de pescado / crustáceos / moluscos, no aptos para humanos. Otros pescados congelados presenta la mayor diferencia entre las exportaciones potenciales y actuales, lo que implica que se pueden realizar exportaciones adicionales por un valor de \$258.4 m.





[Las mejores opciones de diversificación de Mauritania en el mercado de Mundo](#) son Nueces de marañón, frescas/secas, con cáscara, Carne deshuesada de ovinos, congelada y Cortes de ovinos, sin deshuesar, congelados, nes. Mauritania tiene mayor facilidad para llegar a Nueces de marañón, frescas/secas, con cáscara. Carne deshuesada de bovinos, congelada es el producto que se enfrenta al mayor potencial de demanda en Mundo.

[Los mercados con mayor potencial para las exportaciones de todos los productos provenientes de Camerún](#) son España, Costa de Marfil y China. China presenta la mayor diferencia entre las exportaciones potenciales y actuales, lo que implica que se pueden realizar exportaciones adicionales por un valor de \$121.6 m.

[Los productos con mayor potencial de exportación de Mauritania a España](#) son Pulpo, ahumado/congelado/curado, Invertebrados acuáticos, sus harinas/pellets, nes, y Otros pescados congelados. Otros pescados congelados presentan la mayor diferencia entre las exportaciones potenciales y actuales, lo que implica que se pueden realizar exportaciones adicionales por un valor de \$26.6 m.

[Las mejores opciones de diversificación de Mauritania en el mercado de España](#) son Langosta congelada, Cacao en grano y Cortes de ovinos, sin deshuesar, congelados, nes. Mauritania tiene mayor facilidad para llegar a Nueces de marañón, frescas/secas, con cáscara. Salmón fresco/refrigerado es el producto que se enfrenta al mayor potencial de demanda en España.

[Los productos con mayor potencial de exportación de Mauritania a Portugal](#) son Pulpo, ahumado/congelado/curado, Otros pescados congelados, e Invertebrados acuáticos, sus harinas/pellets, nes. Otros pescados congelados presentan la mayor diferencia entre las exportaciones potenciales y actuales, lo que implica que se pueden realizar exportaciones adicionales por un valor de \$6.2 m.

[Las mejores opciones de diversificación de Mauritania en el mercado de Portugal](#) son Preparaciones y conservas de atún/listado/bonito, Madera en bruto, nes y Carne deshuesada de ovinos, congelada. Mauritania tiene mayor facilidad para llegar a Nueces de marañón, frescas/secas, con cáscara. Preparaciones y conservas de atún/listado/bonito es el producto que se enfrenta al mayor potencial de demanda en Portugal.

[Los productos con mayor potencial de exportación de Mauritania a Senegal](#) son Otros pescados congelados, Hígados, huevas y lechas de pescado, congelados, y Atún congelado, nes. Otros pescados



congelados presentan la mayor diferencia entre las exportaciones potenciales y actuales, lo que implica que se pueden realizar exportaciones adicionales por un valor de \$64.9 k.

Las mejores opciones de diversificación de Mauritania en el mercado de Senegal son Arroz partido, Cortes de ovinos, sin deshuesar, congelados, nes y Plátanos, frescos/secos. Mauritania tiene mayor facilidad para llegar a Carne deshuesada de ovinos, congelada. Arroz partido es el producto que se enfrenta al mayor potencial de demanda en Senegal.

En la identificación de oportunidades es importante tener en cuenta las **prioridades expresadas por las autoridades e instituciones mauritanas**, así como las líneas de trabajo iniciadas por empresas extranjeras que desarrollan proyectos en Mauritania. Los más interesantes, por ser **sectores potenciales** y en los que las empresas extranjeras pueden aprovechar su experiencia y know-how, serían:

- La agricultura.
- El comercio.
- La consultoría/construcción.
- La economía azul.
- Las energías renovables.
- Las actividades portuarias en general y las ligadas a los yacimientos de gas.
- El turismo.

Hidrocarburos

A este respecto, destaca la **reserva de gas** encontrada el 2 de julio de 2019 por la empresa KOSMOS ENERGY, en el pozo número 1 del depósito “Grand Tortue Ahmeyim”, cuya explotación podría durar 25 años. Esto puede generar **importantes oportunidades de negocio, entre otros, para el Puerto de La Luz de Gran Canaria**. En diciembre 2018 se firmaron los últimos dos acuerdos con Senegal para comenzar las obras sobre el yacimiento cuyas reservas se estiman en unos 500,000 millones de metros cúbicos. Los beneficios se compartirán entre BP, Kosmos Energy y las dos compañías nacionales de hidrocarburos de Senegal y Mauritania.

Las perspectivas de que existan importantes reservas de gas en los yacimientos costeros de Banda y Pélican han llevado a varias multinacionales a lanzarse a la prospección.





Es de destacar asimismo el proyecto de **producción de energía con gas “Banda Gas-to-Power”** situado a 70 km de las costas mauritanas con ayuda del Banco Mundial. Este proyecto incluye también la realización de 500 km de red eléctrica de media tensión y 1000 km de baja tensión, cuya producción se exportará parcialmente a Senegal y Mali. Se pretende que esto no solo compense al déficit de producción para consumo sino también para proyectos mineros.

La **proximidad** y los **conocimientos técnicos** jugarán un papel decisivo para la obtención de contratos de servicios en el nuevo yacimiento de gas. Las oportunidades para las empresas principalmente se encuentran en una gran cantidad de servicios del nivel 2 (servicios técnicos) y nivel 3 (servicios generales).

Sector Agrícola - Agroalimentario

El sector agrícola también figura entre las prioridades gubernamentales, dado el potencial agrícola desaprovechado del país. En este campo, destacan las necesidades de maquinaria y equipamientos agrícolas, y equipamientos de riego.

Mauritania sigue importando un 70% de sus necesidades alimentarias, por lo que el **sector agroalimentario** sigue siendo de interés, en toda su gama de productos (siempre que estén de acuerdo con los principios del Islam). El mercado alimenticio mauritano se caracteriza por la existencia de grupos de interés vinculados a agentes locales importantes, que dominan la distribución al por mayor del arroz y otros alimentos básicos. Por su parte, las importaciones de leche y pollo se venden a precios fijos subvencionados que establece el Ministerio de Comercio. Hay que destacar también otro producto, el azúcar, pues Mauritania es uno de los mayores consumidores del mundo con 200.000 toneladas al año según el informe de la secretaría de la OMC de 2018.

Sector Pesquero

Mauritania es uno de los países mejor dotados del mundo en términos de **recursos pesqueros**. A lo largo de los 700 kilómetros de costa, cerca de 600 especies de peces clasificadas, de las que se pueden comercializar más de 200.

El sector pesquero, uno de los ejes de la economía mauritana (13% de las exportaciones y 8,4% de los





ingresos del Estado), demanda equipos y maquinaria para el procesado de pescado aunque **todavía no existe una industria de transformación** de pescado potente.

Oportunidades para la **renovación de la anticuada flota mauritana**, ya sea con barcos nuevos o de ocasión.

El Ministerio de Pesca de Mauritania está sometiendo a consulta pública el documento **Gestión pesquera 2020-2024** que dará continuidad a la Estrategia Nacional de Gestión Responsable para el Desarrollo Sostenible de la Pesca y la Economía Marítima 2015-2019 en cuanto al desarrollo, buen gobierno, la lucha contra la pobreza y la preservación del recurso pesquero y su medio ambiente.

Esta estrategia tuvo como objetivo aprovechar el potencial pesquero del país y, de manera sostenible, potenciar los máximos beneficios y participar más activamente en los esfuerzos para desarrollar una **economía azul** inclusiva, fuente de riqueza y de puestos de trabajo. Los resultados, indica el Gobierno, son satisfactorios en lo relativo al sistema de gestión, el desarrollo de grandes proyectos de **infraestructura portuaria** (Puerto Artesanal de Nouadhibou, Tanit, N'Diago, PK 28 en progreso) y una mejora sustancial en la contribución del sector a los diversos agregados macroeconómicos, pero también en sus contribuciones al empleo y la seguridad alimentaria. El puerto de Nouadhibou es la sede del Instituto Mauritania de Investigación Oceanográfica y Pesca (IMROP). Este puerto pesquero será también comercial al poder convertirse en el **puerto del gran Sáhara**, permitiendo a los países que no tienen acceso al mar beneficiarse de una plataforma de intercambio y tránsito.

Agua

Bajo el proyecto **DESAL+** (Programa de Cooperación Territorial Interreg MAC 2014-2020, dentro del eje estratégico de investigación e innovación). El Instituto Tecnológico de Canarias (ITC) y la Agencia de Promoción de Acceso Universal a los Servicios (APAUS) de Mauritania firmaron un **Acuerdo de Colaboración en materia de agua** por la que el centro público de I+D+i del Gobierno de Canarias ofrece asistencia técnica al ente africano en procesos para el abastecimiento, saneamiento, tratamiento y reutilización de las aguas.





SERVICIOS

Sector Sanitario

Desde abril de 2017 Medicusmundi Sur con la colaboración del Ministerio de Salud de Mauritania a través de la Dirección Regional de Salud (DRAS) de la región de Brakna ejecuta en este país el proyecto Apoyo a la prevención y el tratamiento integrado de la Malnutrición Aguda Severa (MAS) y enfermedades asociadas en la región de Brakna, aprovechando la experiencia, organización e infraestructura que ya tienen en el terreno. El proyecto está cofinanciado por la Dirección General de Ayuda Humanitaria y Protección Civil de la Unión Europea (ECHO), la propia ONGD y en él también participan entidades andaluzas como la Fundación del Grupo Unicaja Banco.

Existe una gran oportunidad del resto de las regiones objeto de este estudio como plataformas de **servicios de salud** entre los países africanos próximos.

Energías Renovables

Mauritania es el país del mundo que asigna una mayor parte de su PIB a la **energía renovable**. Y la planta de energía eólica de 100 MW en Boulenouar es la más grande de África Occidental. En 2016, el 38% de la energía provino de fuentes renovables; Mauritania espera alcanzar el 50% de energías renovables a través de los 157.000 paneles solares de la planta de Nuakchot. Las necesidades del país ascienden a 120 MW y cuentan con el triple en términos de potencia, lo permite exportar el excedente de electricidad a nuestros vecinos, Senegal y Mali.

Turismo

Mauritania cuenta con extensos parajes naturales que son Patrimonio de la Humanidad, también cuenta con grandes extensiones de dunas y oasis en las que hay vestigios de pinturas rupestres prehistóricas y además cuenta con ciudades que fueron influyentes en la cultura y religión islámica. Sin embargo, actualmente en Mauritania el impacto del **sector turístico es residual**. Sobre el país de origen de los turistas que visitan el país africano, cabe destacar que la mayoría son turistas procedentes de Francia.





Si analizamos las causas de estas cifras francamente mejorables, destacan principalmente la inestabilidad del país en estos últimos años y además, el país no dispone de una **conectividad aérea** amplia o de unas **infraestructuras necesarias** para desarrollar el potencial turístico que podría tener.

En materia de **inversión turística**, según el informe *Africa Investment Report* tan sólo se registró una inversión en el sector turístico en el periodo comprendido entre enero de 2013 y mayo de 2015 que generó 250 puestos de trabajos con una inversión estimada de 28 millones de dólares y que realizó la cadena hotelera Grupo AZALAI de origen maliense.

De momento Mauritania ha emprendido una serie de **reformas** que abarcan varios aspectos como los siguientes:

- Disminución entre un 70 y 80% de las tasas del visado turístico en donde los americanos y europeos pagan 55€ y los africanos pagarán 40€ frente a los 120€ que costaba hasta el año 2016.
- Creación del plan de acción con el proyecto “Escuela de formación turística”, para el cual se ha pedido la colaboración del gobierno español
- Mejorar el sistema de información con una estrategia nacional de desarrollo del turismo: la Oficina Nacional de Turismo dispone de web y de canales en Facebook y Twitter.
- Creación de soportes promocionales para el turismo que se puedan usar en ferias internacionales de turismo y descargar en la web
- Creación de productos y servicios para mercados nacionales y regionales fomentando el turismo intra-africano. La Unión Africana está impulsando el pasaporte panafricano que fomentará que los africanos viajen dentro del continente sin necesidad de pagar visados de turistas.
- Revisión de la legislación para fomentar la inversión en el sector turístico.
- Inversión en infraestructuras turísticas en las dos principales ciudades del país y en la región de Adrar, en donde las mejoras realizadas en el aeropuerto de Atar permiten que los vuelos de Francia lleguen directamente a esta zona que es la preferida por dichos turistas.





Sector Construcción

- Por su parte, el sector construcción ha crecido mucho durante los últimos años, pero actualmente también se ha visto ralentizado por la caída de la inversión pública.

Sector Distribución

El cincuenta por ciento de las mercancías importadas de Mauritania ingresan a través del **puerto de Nouakchott o Nouadhibou**. Desde allí, se transportan en camiones a mayoristas, distribuidores y minoristas, quienes los distribuyen directamente a los usuarios finales.

Mauritania **mejoró el comercio transfronterizo** a través de una serie de iniciativas en el puerto de Nouakchott, como eliminar el requisito de pesar todos los contenedores de importación, invirtió en infraestructura, agilizó el movimiento de carga y consolidó el pago de tarifas.

Los **grandes mayoristas**, especialmente los que participan en los principales conglomerados familiares que dominan gran parte de la economía de Mauritania, representan la mayor parte del comercio de importación del país. Los **agentes** que operan a comisión se ocupan principalmente de componentes electrónicos o maquinaria pesada y repuestos.

La mayoría de los productos se venden al por menor a través de pequeñas tiendas, boutiques o por vendedores en los extensos mercados al aire libre prominentes en Nouakchott y otras ciudades.

El **sector informal** sigue siendo omnipresente, involucrado en todo, desde la venta de ganado y vehículos hasta repuestos, ropa usada y verduras.

Las **tiendas medianas y los pequeños supermercados** son cada vez más populares, especialmente en Nouakchott y Nouadibou.

El uso de un **distribuidor** no es un requisito legal, aunque sí se requiere un **agente local** en los sectores de pesca, agricultura y telecomunicaciones. Los empresarios locales expresan con frecuencia interés en representar a empresas extranjeras, y el número de los que lo hacen está creciendo.

Los agentes comerciales se encuentran en muchos sectores, que incluyen, entre otros, vehículos nuevos y usados, pesca, equipo pesado, distribución de productos petrolíferos, exploración minera y de petróleo, agricultura, equipos médicos y farmacéuticos, telecomunicaciones y herramientas





electrónicas. En general, estos agentes tienen un contrato escrito y negocian ventas y compras en nombre de los productores, fabricantes y distribuidores. El distribuidor opera de forma independiente y solo está sujeto a las disposiciones escritas del contrato de distribución.

COMERCIO ELECTRÓNICO

El apoyo gubernamental al sector empresarial en línea está poco desarrollado. Durante los últimos 15 años, el Gobierno, junto con los operadores de telecomunicaciones, han estado haciendo esfuerzos para mejorar las tasas de conectividad en el país. Tanto el gobierno como los operadores tienen planes para desarrollar aún más las redes de alta velocidad en todo el país mediante la concesión de licencias de servicios, la expansión de la cobertura de banda ancha satelital y el despliegue de una infraestructura de Internet de fibra en la capital y las principales ciudades con áreas rurales cubiertas por servicios de banda ancha satelital.

Los tres principales proveedores de Internet (Matel, Mauritel y Chinguitel) están bien posicionados para proporcionar más recursos en apoyo del comercio electrónico en Mauritania.

El acceso a Internet no está restringido en Mauritania, pero **su penetración sigue siendo baja** (17,8%). Los servicios de telefonía móvil, en cambio, tienen una tasa de penetración más del 110%. En 2017, el 41% de la población tenía acceso a cobertura 3G, mientras que 4G era inexistente. Además, el 11,2% de los hogares tenía acceso a Internet, mientras que solo el 5% de los hogares tenía una computadora.

El Banco Mundial ha apoyado al país en la definición de una estrategia general basada en el desarrollo del acceso para todos los ciudadanos estimulando la inversión privada en Internet de banda ancha. A través de su financiación, los operadores móviles e inalámbricos fijos también están proporcionando servicios fijos en las zonas rurales. Es posible acceder a Internet en cualquier ciudad de tamaño razonable, aunque las velocidades de conexión fuera de Nouakchott a menudo pueden ser deficientes. Durante los últimos 15 años, el Gobierno, junto con los operadores de telecomunicaciones, ha venido realizando esfuerzos para mejorar las tasas de conectividad en el país y reducir la **brecha digital**, lo que viene dando resultados.

El comercio electrónico no está desarrollado en el país y no hay datos actualizados disponibles. Los usuarios de Internet compran principalmente productos electrónicos de consumo a través de adorama.com y woocommerce.com.





LICITACIÓN PÚBLICA INTERNACIONAL

La contratación pública se divide en tres categorías distintas:

- a) Adquisiciones relacionadas con grandes proyectos de desarrollo por valor de más de \$ 10 millones. Estos proyectos generalmente son financiados por instituciones multilaterales (Banco Mundial, Fondo Árabe, Banco Islámico de Desarrollo, Banco Africano de Desarrollo, Banco Europeo de Inversiones, etc.).
- b) Adquisiciones relacionadas con proyectos de mediana y pequeña escala financiados conjuntamente por el Gobierno de Mauritania y uno o más asociados para el desarrollo.
- c) Adquisiciones relacionadas con pequeños proyectos valorados en menos de 1 millón de dólares y financiados únicamente por el Gobierno de Mauritania.

Para las categorías (a) y (b), las adquisiciones se realizan mediante licitaciones públicas internacionales.

Para la categoría (c), las adquisiciones se realizan de mutuo acuerdo, sin licitación pública.

La **Junta Central de Adquisiciones del gobierno ("Commission Centrale des Marchés")**, que depende de la autoridad del Primer Ministro, es responsable de supervisar el cumplimiento de las normas de adquisiciones y de realizar la mayoría de las negociaciones gubernamentales con proveedores extranjeros.

El **Gobierno de Mauritania y sus entidades dependientes** publican y gestionan todos los concursos públicos que se convocan en Mauritania por medio de la **Plataforma "Autorité de Regulation des Marchés Publics"**

Tanto las empresas de Mauritania como las de Canarias, Madeira y Senegal pueden **buscar e identificar oportunidades** de forma gratuita dentro del sistema. Dentro del Proyecto DIGIMAC 2020 se prevé la **formación de los consultores** en el manejo de la búsqueda de licitaciones públicas convocadas en Mauritania que sean de **interés concreto para cada una de las 16 empresas seleccionadas** dentro del Programa.







AVIS CRD

AVIS CRD N° 49 – 2020

16 octobre 2020

Levée de suspension de la procédure de passation du marché relatif à la réalisation 23 poulaillers dans la zone...

Voir plus

Mot du Président



Chers visiteurs,
Depuis sa mise en place en 2012, l'Autorité de Régulation des Marchés Publics (ARMP) s'est affirmée comme un organe central des marchés publics...

Ahmed Baba OULD MOULAYE ZEINE

[Lire plus](#)

AVIS D'APPEL PUBLICS - AVIS D'ATTRIBUTION - PLANS ET AVIS GENERAUX - AUTRES

Filtre : Catégories Afficher éléments

Rechercher :

Image	Origine	Titre	Objet	Date de publication
	Société Nationale pour le Développement	Réalisation des études d'aménagement ou de réhabilitation de 1000 HA de PV	Attribution provisoire	11 novembre 2020

Para proyectos grandes o complejos, el gobierno a menudo requiere que los licitadores envíen cartas de interés para ser preseleccionados antes de la emisión de una licitación restringida. Este sistema de licitación cerrada se ha utilizado ampliamente en planes de privatización en Mauritania. Por lo tanto, es muy importante enviar una "manifestación de interés" antes de la licitación publicada. **El Banco Mundial** está apoyando a la Junta Central de Adquisiciones a mejorar sus procedimientos, la transparencia de sus operaciones y la implementación de las regulaciones existentes. Los reglamentos que rigen la Junta de Adquisiciones están disponibles en la Oficina del Primer Ministro.

Las oportunidades de venta al gobierno incluyen **servicios de petróleo y gas, productos farmacéuticos, medios de transporte, granos, equipos de perforación, equipos agrícolas y de riego, y equipos y materiales de salud y educación.**

La legislación de Mauritania sobre Contratación Pública, actualmente en vigor, figura en el [Código de Contratación Pública y Ley nº 2010-044 de 22 de julio](#), modificada por el [Decreto 2017-126 de 2 de noviembre de 2017](#).

Para participar en una licitación, la empresa tiene que estar **radicada en Mauritania e inscrita en el registro comercial**. No obstante, se prevé una excepción de esta disposición en el caso de convocatorias abiertas a la **competencia internacional**, cuando las empresas radicadas en Mauritania



no puedan utilizar las obras, proporcionar los suministros o prestar los servicios.

Consideramos interesante que las empresas participantes en DIGIMAC 2020 valoren los **proyectos desarrollados por empresas Canarias en Mauritania** de la mano del **PROGRAMA DE ASISTENCIAS TÉCNICAS** desarrollado durante los años 2014, 2019 y 2020 financiados por el Gobierno de España y de Canaria en diferentes países africanos y latinoamericanos.

Las asistencias técnicas y consultorías están **destinadas** a la:

- Elaboración de estudios de viabilidad y factibilidad económica, técnica u operacional.
- Desarrollo de planes marco de desarrollo sectorial, geográfico o regional.
- Diseño de la regulación o planificación sectorial.
- Modernización y el fortalecimiento institucional de carácter económico y administrativo.
- Proyectos de consultoría, ingeniería y arquitectura.

Procedimiento de Trabajo del Gobierno de Canarias:

- Envío de invitación a entidades de terceros países: 60. Instituciones: 11
- Recepción de propuestas: 60. Proyectos recibidos: 9

Proyectos Aprobados:

CREACIÓN DE UN PARQUE TECNOLÓGICO E INDUSTRIAL EN EL NUEVO PUERTO MULTIFUNCIÓN DE N'DIAGO. Entidad solicitante: Estado Mayor General del Ejército de Mauritania (État-major Général des Armées, EMGA), el Estado Mayor de la Marina será la autoridad al mando del nuevo Puerto. Importancia del papel del Ejército (y, en concreto, del EMGA) en la vida política del país. **Empresa contratada: HS Ingeniería.**

La construction du nouveau Port Multifonction de N'Diago est déjà une réalité, étant l'investissement réalisé avec des fonds propres de l'État mauritanien. De cette manière, les différents quais et le chantier naval entreront en service tout au long du premier semestre de 2020.

Sans aucun doute, en prenant compte de la proximité géographique et les liens historiques, économiques et commerciaux étroits entre les Îles Canaries et la Mauritanie, la création d'un parc technologique et industriel dans la région offrira de nombreuses opportunités aux entreprises canariennes qui rejoindront des projets déjà existants entre les institutions des deux régions, parmi lesquelles se distingue la formation en réparation navale. Par conséquent, la concurrence avec les ports des Canaries n'est pas recherchée, mais une complémentarité avec eux et la recherche





d'opportunités pour les entreprises canariennes, tout en contribuant au développement des ports mauritaniens et des activités connexes, car elles possèdent l'expérience et le savoir-faire nécessaires. C'est pourquoi le projet représente une situation win win pour les deux parties, de sorte que les entreprises canariennes pourraient être les premières à être présentes dans ce grand port.

También se considera interesante que las empresas participantes en DIGIMAC 2020 valoren los **proyectos desarrollados por empresas Canarias en Senegal** de la mano del **“Programa de Internacionalización de Empresas de Ingeniería, Arquitectura y Consultoría” dentro del programa INTERREG VA-MAC 2014-2020**, **“INGENIA 2”** financiados por la Unión Europea y el Gobierno de Canarias.

Las asistencias técnicas y consultorías están **destinadas** a la: Ordenación del territorio. Turismo. Infraestructuras. Ingeniería y Servicios profesionales (Ingeniería, Arquitectura, Energías Renovables y Tratamiento de Agua, Tratamiento de Residuos). Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC). Sector Primario, Industria y Comercio. Salud y Formación. Marino-Marítimo. Transporte y Logística.

M. SADVY SIDI MOHAMED SAMBA, Secretario General del Ministerio de Equipamiento y Transportes (MET), República Islámica de Mauritania. Socio del Proyecto INGENIA 2:

Proyectos Aprobados:

- Estudio para impulsar el empleo de mini redes en el medio rural mauritano con la ayuda de tecnologías híbridas (MINIGRIDS). Empresa contratada: Henríquez Sánchez e Ingeniería, S. L.
- Estudio para la instalación de una central solar en Chinguetti. Empresa contratada: VGDC Energía, S. L.

En la actualidad, Canarias negocia en la Unión Europea el **nuevo Reglamento de Cooperación Territorial Europea**, que estará vigente a partir de 2021 y en cuyo borrador se contempla un eje específico para las regiones ultraperiféricas, lo que abrirá la puerta a una mejora de las condiciones de aplicación del programa y una mayor implicación financiera de los terceros países, entre los que, además de Mauritania, se incluye también Cabo Verde y Senegal.

La Dirección General de la Promoción del Sector Privado (DGPSP) dispone de una página Web en la que se ofrece información para el inversor extranjero, que incluye textos jurídicos, nuevos proyectos de inversión e información práctica: www.investinmauritania.gov.mr. La Cámara de Comercio de Mauritania también cuenta con página web en la que ofrece información general: www.chambrecommerce.mr.



SENEGAL

PRODUCTOS



Export Potential Map
SPOT EXPORT OPPORTUNITIES FOR TRADE DEVELOPMENT

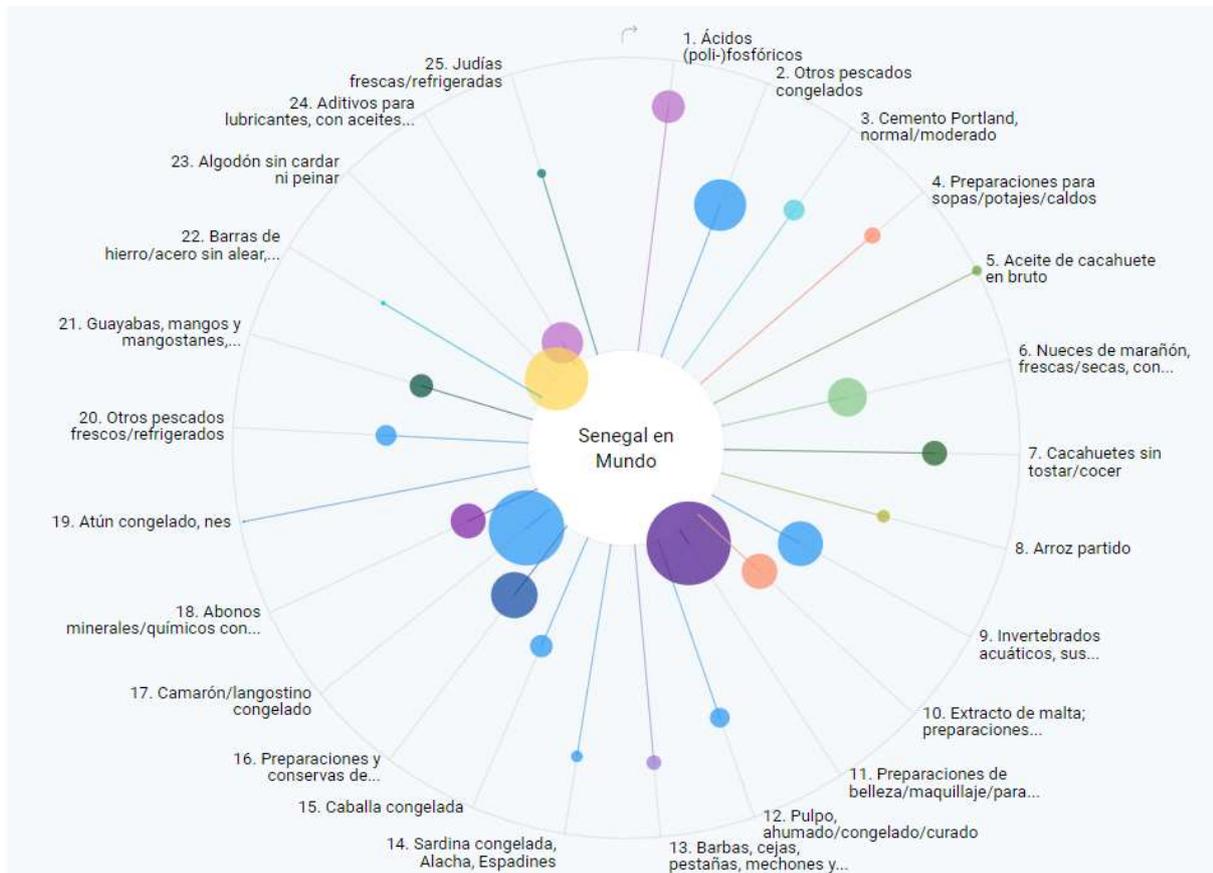
EN FR ES



Potencial de exportación sin explotar* \$2.3 mm

El valor total del potencial de exportación sin explotar del exportador Senegal es de \$2.3 mm. Descubra [productos](#) y [mercados](#) con el mayor potencial de exportación sin explotar.

Los productos con mayor potencial de exportación de Senegal a Mundo son Ácidos (poli) fosfóricos, Otros pescados congelados, y Cemento Portland, normal/moderado. Ácidos (poli-)fosfóricos presenta la mayor diferencia entre las exportaciones potenciales y actuales, lo que implica que se pueden realizar exportaciones adicionales por un valor de \$368.0 m.





Las mejores opciones de diversificación de Senegal en el mercado de Mundo son Aceite de palma en bruto, Cobre sin refinar; ánodos de cobre para refinado electrolítico y Langosta congelada. Senegal tiene mayor facilidad para llegar a Langosta congelada. Carne de gallo/gallina, congelados es el producto que se enfrenta al mayor potencial de demanda en Mundo.

Los productos con mayor potencial de exportación de Senegal a España son Invertebrados acuáticos, sus harinas/pellets, nes, Otros pescados congelados, y Pulpo, ahumado/congelado/curado. Invertebrados acuáticos, sus harinas/pellets, nes presenta la mayor diferencia entre las exportaciones potenciales y actuales, lo que implica que se pueden realizar exportaciones adicionales por un valor de \$18.0 m.

Las mejores opciones de diversificación de Senegal en el mercado de España son Aceite de palma en bruto, Langosta congelada y Jugo de piña, sin fermentar/alcohol, Brix >20 a 20°C. Senegal tiene mayor facilidad para llegar a Langosta congelada. T-shirts y camisetas, de punto, de algodón es el producto que se enfrenta al mayor potencial de demanda en España.

Los productos con mayor potencial de exportación de Senegal a Portugal son Otros pescados congelados, Invertebrados acuáticos, sus harinas/pellets, nes, y Pulpo, ahumado/congelado/curado. Otros pescados congelados presentan la mayor diferencia entre las exportaciones potenciales y actuales, lo que implica que se pueden realizar exportaciones adicionales por un valor de \$8.5 m.

Las mejores opciones de diversificación de Senegal en el mercado de Portugal son Aceite de palma en bruto, Langosta congelada y Aluminio sin alear, en bruto. Senegal tiene mayor facilidad para llegar a Langosta congelada. Suéteres, chalecos y similares, de punto, de fibras sintéticas es el producto que se enfrenta al mayor potencial de demanda en Portugal.

Las mejores opciones de diversificación de Senegal en el mercado de Mauritania son Cementos sin pulverizar, clinker, Aceite de soja y sus fracciones y Aluminio sin alear, en bruto. Senegal tiene mayor facilidad para llegar a Jugo de piña, sin fermentar/alcohol, Brix >20 a 20°C. Cementos sin pulverizar, clinker es el producto que se enfrenta al mayor potencial de demanda en Mauritania.

Los productos con mayor potencial de exportación de Senegal a Mauritania son Preparaciones para sopas/potajes/caldos, Cemento Portland, normal/moderado, y Extracto de malta; preparaciones alimenticias bajas en cacao. Preparaciones para sopas/potajes/caldos presenta la mayor diferencia entre las exportaciones potenciales y actuales, lo que implica que se pueden realizar exportaciones adicionales por un valor de \$8.6 m.





Senegal cuenta con una **estructura productiva débil y poco diversificada**, siendo muy dependiente del mercado exterior en prácticamente todos los sectores productivos, e incluso buena parte de sus necesidades de productos alimenticios. El mercado es muy estrecho, por lo que solo pueden obtenerse beneficios en **mercados con nicho aún por explotar**. Por otra parte, es un mercado muy vinculado al **precio**, y existe relativamente escasa demanda de bienes de gama y/o componente tecnológico medio-alto y alto. Se ha de tener en cuenta la **competencia de los productos franceses**, por tradición e imagen; y **asiáticos**, por precio, sobre todo en consumibles.

Sector Agroalimentario

Tiene potencialidades debido al rápido crecimiento poblacional y a la excelente imagen del producto español y portugués, si bien existen limitaciones de acceso al mercado debido a la concentración de los importadores, y al uso de centrales de compras en Europa por parte de las principales cadenas de supermercados.

La **agricultura fuera de temporada, dirigida a la exportación**, es un sector que cuenta con potencial debido a las excelentes condiciones climáticas, y que ya está siendo explotado, sobre todo por empresas senegalolibanesas, inglesas, francesas, y en menor medida, españolas. El sector arrocerero es uno de los más interesantes desde el punto de vista de su potencial, y donde se están materializando importantes inversiones extranjeras. El gobierno ha desarrollado planes de modernización del sector, incentivando la inversión a través de subvenciones en equipamiento e insumos. La plantación de jatropha y otras oleaginosas para la producción de biodiesel ha suscitado un considerable interés empresarial.

La **pescas**, por su parte, no parece tanto un sector para nueva inversión, por la sobreexplotación del caladero, sino más bien para mantener la presencia actual, o invertir en industria transformadora.

Superalimentos

Los **'superalimentos'** es una tendencia que crece día a día en los mercados europeos entre ellos España y Portugal. Cada vez más personas están descubriendo los beneficios que presenta para su dieta el





consumo de estos alimentos dotados de capacidades nutricionales superiores, ya que poseen contenidos elevados en vitaminas, minerales, antioxidantes, ácidos grasos esenciales, fibras, etc. Ejemplos de superalimentos son: el aguacate, el kale, granada, bayas de goji, semillas de chía, algas marinas, bimi y quinoa. Cada uno de ellos contiene uno o varios nutrientes que son destacables, tanto por la calidad del nutriente como por la cantidad. En la actualidad, el 50% de los alemanes se fija en los efectos beneficiosos para la salud de los productos que compra. Según un estudio de Nielsen, del que se hace eco la edición impresa de la revista *'Lebensmittel Zeitung'*, los 'superalimentos' –y otras referencias saludables, entre las que se pueden citar las semillas de Chia, el té matcha, las bayas Goji, moringa, etc.- continuarán atrayendo la atención de los consumidores durante los próximos años. Así, señala la citada investigación, uno de cada ocho alemanes ya demuestra interés en los 'superalimentos' (un 13% de la población alemana) y uno de cada cuatro (el 25%) admite cocinar con alimentos naturales. Por su parte, un tercio de los **consumidores europeos también de Francia, Italia y España** están dispuestos a cambiar sus estilos de vida para que éstos sean más sanos, lo que incluye productos naturales.

Cosméticos Naturales

Las preparaciones de belleza, maquillaje y cuidado de la piel son el producto que registran el mayor potencial de demanda en el mundo.

Senegal actualmente exporta de la partida de **cosméticos** 330499 \$36.6 mn, dejando espacio para realizar exportaciones hasta los \$72.2 mn de un remanente de \$53.1 mn

Europa será el mayor consumidor de cosméticos naturales y se espera que Asia Pacífico y América del Norte hagan lo mismo. Sin embargo, el continente europeo tiene un marco legislativo sofisticado.

La **predilección de Europa** por los ingredientes naturales a base de plantas, combinada con los esfuerzos de la región para promover la sostenibilidad aumenta la demanda de ingredientes naturales. En Europa, la demanda sigue concentrada en los países de EU5 que incluyen Alemania, Francia, Italia, España y el Reino Unido, donde existe una extensa red de distribución con varios canales de venta, lo que atrae a nuevos consumidores al mercado de cosméticos naturales.

El peso en España de este tipo de cosmética es un 10% inferior a lo que se observa en otros países como Alemania, Francia o Reino Unido, posiblemente por las características de los productos en los diferentes mercados y el distinto peso de los productos de higiene y cuidado personal básico. El perfil





del usuario de cosmética natural es una mujer urbana de edad comprendida entre 30-45 años y poder adquisitivo medio-alto que persigue un estilo de vida saludable y declara estar interesada por un tipo de alimentación muy concreto (vegetarianas-vegas). Utilizan las redes sociales, foros y blogs femeninos para mantenerse informadas sobre belleza, cosmética, nutrición, hijos, etc. Los productos más demandados son los de aseo e higiene (cremas de manos, pies y cuerpo, jabones, geles, depilatorios y afeitado) y cuidado del cabello.

Moda Africana

La moda africana se encuentra experimentando un momento importante y uno de los países donde se destaca la industria textil es Senegal. Wax y Bazin son dos estilos de tela hecha por manufactureros tradicionales de Senegal y las más apreciadas por fabricarse de manera tradicional. Estas telas son la base de una industria que cada día crece en el país. Emprendedores de la moda realizan piezas únicas a la medida y también grandes producciones que son enviadas principalmente a Europa, Estados Unidos y Canadá.

La moda africana tiene una **buena acogida en Canarias** donde han surgido diseñadores de fusión moda africana y europea. La mayor parte de las telas con las que se diseñan y confeccionan las prendas son 100% algodón de tipo wax. Este nombre hace referencia a la técnica de estampación que se utiliza para dar color a los dibujos. A pesar de fabricarse principalmente en Holanda (popular marca Vlisco) y otros países, estas telas son todo un símbolo de la cultura africana. Un factor de diferenciación y oportunidad son el diseño y confección con **telas africanas 100% algodón**. Un ejemplo de comercialización online es la **tienda online Mabuda** que facilita la compra de estas telas maravillosas a todas las personas amantes de la costura, de las cosas hechas a mano y con tranquilidad. Otros ejemplos de diferenciación de telas por origen y calidad se puede ver en [Aliexpress dentro de su Blog "Telas Africanas"](#) donde se diferencias calidades y precios: [Vlisco - Telas africanas de alta calidad](#).

En **Estados Unidos** aproximadamente una de cada tres transacciones tiene lugar online. Esta tasa de penetración en Estados Unidos es superior a la tasa de penetración mundial, que se sitúa en el 27%. Amazon ostenta una cuota de mercado del 24,3% y en los próximos diez años se espera que se convierta en el mayor retailer de moda (incluyendo el off-line) de Estados Unidos. Desde el punto de vista de la demanda, Estados Unidos tiene un mercado potencial de 204,5 millones de consumidores, de los cuales el 38,9% (79,5 millones de consumidores) compra moda online.





Minería

El sector de la **minería** presenta también oportunidades interesantes (tanto por el lado de la inversión como por el del suministro de equipamiento) en los subsectores de los fosfatos, atapulgita, oro, hierro, mercurio, mármol, áridos o circonio (aunque sin que por el momento se hayan concretado fuera del subsector de los fosfatos y la atapulgita). Ambos sectores siguen concentrando el grueso de la **IED española** en Senegal.

Sector Construcción

Igualmente destacan los **materiales y equipamiento para la construcción**, en productos de calidad que puedan competir en precio, con el fin de abastecer el mercado tanto inmobiliario como de la obra pública, que el Gobierno impulsa y desea potenciar durante los próximos años. En este último caso el principal competidor es la industria china, que en muchos casos puede ofrecer financiación, escapando de los procedimientos de licitación.

SERVICIOS

Turismo

El turismo tiene **potencial**, tanto por su clima y cercanía como por la experiencia de las empresas españolas; pero presenta interrogantes relacionados con la precariedad de las infraestructuras y, en general, la relación calidad/precio del destino Senegal. Si bien se han producido avances, como la eliminación del visado de entrada para los viajeros europeos, otros factores como el mantenimiento de las tasas aeroportuarias más altas de África, siguen afectando a la viabilidad del sector. Además, es posible que se vuelva a introducir el visado para los residentes de ciertos países. De todos modos, hasta que no sea asequible y fácil enfrentarse al covid-19 este sector se mantendrá congelado pese a que el 70% del turismo es de negocios en el país.

Energía

En energía, la regulación de 2012 del sector eléctrico ofrece posibilidades de inversión a empresas privadas en dos sentidos: (1) La implantación de centrales de producción de electricidad (carbón, renovables, ciclo combinado) y firma de contratos de compra de energía con la compañía eléctrica nacional (SENELEC); y (2) explotación de alguna de las áreas de electrificación rural en las que se ha dividido el país (4 zonas disponibles de las 10 totales). Se espera un alza de la producción de la electricidad, sobre todo la de baja tensión para una clientela cada vez mayor que se explica por el rápido crecimiento urbano y por los esfuerzos de la SENELEC que pretende reforzar su producción minimizando las pérdidas sobre la red de distribución. Además, la producción de electricidad ha sido reforzada con la puesta en servicio de nuevas centrales solares. Este sector recibe apoyo financiero a través del programa Millenium Challenge Corporation (MCC) 2019-2023 para diversificar las fuentes de producción, optimizar el parque y gestionar la demanda. El subsector de la electricidad y el gas creció un 3,5% en 2019. Cabe destacar igualmente la decidida apuesta del Gobierno de Senegal por invertir en la creación de centrales eléctricas que utilicen los hidrocarburos como principal fuente de energía y disminuir el coste del Kw/hora a 8 kw/hora, todo ello recogido en la segunda fase del Plan Senegal Emergente para el periodo 2019-2023.

Distribución Comercial

El canal informal, al igual que ocurre en el resto de mercados de bajos ingresos, tiene un grandísimo peso en la economía senegalesa. Se estructura en torno a los mercados tradicionales (Sandaga, Kermel, Malien, Tilène, Soumbédioune, Castor, etc.), la red de tiendas de conveniencia (propiedad tanto de senegaleses, como de mauritanos, malienses o guineanos) y los vendedores ambulantes. Representa hasta tres cuartas partes del comercio, sobre todo en productos agroalimentarios, textiles y pequeños electrodomésticos. El mercado de Sandaga, en Dakar, se sigue configurando como uno de los mayores centros de distribución de productos manufacturados del país.

Este modelo va dejando paso a sistemas más modernos de comercialización, con centros comerciales de pequeño y mediano tamaño, que albergan comerciantes de todo tipo de productos. Durante los últimos años, el país también ha conocido la aparición de redes de supermercados modernos, generalmente en régimen de franquicia de empresas europeas como Casino, Carrefour, Citydia (Grupo Dia) o Atac (Auchan), que continúan abriendo nuevos puntos de venta tanto en Dakar como en otros núcleos urbanos del país como Mbour, Saly o Thiès. La mayor parte de sus importaciones se realizan a



través de sus centrales de compras en Europa.

El canal de comercialización es, en general, corto y directo. El sector de la alimentación está dominado por un grupo de 4-5 empresas, generalmente propiedad de empresarios de origen libanés, que controlan la mayor parte del mercado de importación (no existen estudios cuantitativos que definan un porcentaje exacto), y posteriormente venden a pequeños distribuidores, comercios o canal HORECA. El resto son pequeños comerciantes, sin capacidad de importación, o que en su caso importan uno o dos contenedores para distribuirlos ellos mismos en sus establecimientos. Siguiendo un esquema similar, y de nuevo en manos de familias libanesas, están apareciendo franquicias y grandes tiendas de artículos de importación, que van desde productos tecnológicos, hasta artículos deportivos (Decathlon) y mobiliario.

COMERCIO ELECTRÓNICO

La infraestructura de telecomunicaciones relativamente buena de Senegal y el creciente mercado de Internet han sentado las bases para el desarrollo del comercio electrónico, y el sector está creciendo en el Senegal. Antes dominado por [Expat-Dakar](#), el sector creció con la aparición de [Cdiscount](#) (que desde entonces ha cerrado), y de [Jumia](#) para las compras al por menor en línea, con otras empresas de comercio electrónico que luchan por entrar en el mercado.

Asimismo, es importante señalar la baja sofisticación con respecto a las **modalidades de pago**. Solamente el 19% de la población senegalesa tiene una cuenta bancaria, y un 1% posee una tarjeta de crédito. El 6% hace o recibe pagos móviles y solamente el 1% paga sus compras o recibos online. Esto afecta enormemente a las modalidades de pago, que en su mayoría son pagos en efectivo. A pesar de que la baja tasa de penetración de las cuentas bancarias es un impedimento para el desarrollo del comercio electrónico, Senegal está, no obstante, dando grandes pasos hacia la inclusión financiera. Por medio del Banco Central BCEAO, el Gobierno se ha comprometido a reforzar una serie de servicios financieros. Además, la introducción de servicios especiales de **Visa y MasterCard** por algunos bancos locales ha facilitado enormemente la inclusión financiera en el país. El **dinero móvil** también desempeña un papel cada vez más importante en las transacciones financieras en todo el país.

La alta tasa penetración de los smartphones combinada con la baja tasa de bancarización ha hecho que las empresas senegalesas se reinventen, como es el caso de una de las principales empresas agroalimentarias del país, Groupe PATISEN, que han diseñado una aplicación para realizar pagos





móviles: [Adja Money](#).

Varios factores han contribuido al desarrollo del comercio electrónico en Senegal: internet de banda ancha (principalmente en las grandes ciudades), un marco legal establecido en 2008, medios de pago electrónicos a través de la telefonía móvil y personas capacitadas en tecnologías de la información y las comunicaciones. El país además está haciendo esfuerzos visibles para ser un referente en el comercio electrónico: la administración está en proceso de digitalización a través de la [Estrategia Digital de Senegal 2025](#) cuyo objetivo es aumentar la contribución al PIB de la economía digital del 6% actual a un 10%. Dentro de SNN 2025, [la Estrategia de Exportación de Tecnologías de la Información](#) pretende posicionar a Senegal como un líder africano en el comercio de servicios digitales.

No obstante, aún existen importantes desafíos que deben considerarse. Los obstáculos actuales incluyen dificultades logísticas, leyes aduaneras difíciles, poca regulación de la actividad, pocas opciones internacionales de pago electrónico y una falta particular de confianza entre los consumidores y los vendedores. En los repartos, una infraestructura débil y costosa junto con unos servicios logísticos mal integrados **dificultan enormemente “la última milla”**. La entrega fuera de Dakar, se ve obstaculizada por la falta de un sistema de direccionamiento nacional y el bajo volumen de transacciones no alienta a los operadores de transporte a establecer una infraestructura integrada.

Además, la capital **Dakar** se ha convertido en un laboratorio para start-ups y empresas jóvenes que han hecho de las TIC un activo clave para su desarrollo, por lo que la economía digital se está desarrollando principalmente en esta ciudad, impulsada por las empresas emergentes, fintech, teleservicios y actores activos del comercio electrónico. Senegal controla Internet a través de la telefonía móvil, pero **la brecha digital** sigue siendo importante entre Dakar y el resto del país.

Esta realidad hace que, con la excepción de un pequeño número de operadores, el comercio electrónico que se está desarrollando en el país sea especialmente en la economía informal a través de anuncios clasificados de individuos, así como en redes sociales.

El importante uso de las **redes sociales** en el comercio electrónico con plataformas como Facebook, Whatsapp o Instagram son herramientas clave para el desarrollo del comercio electrónico. Con más de 3,1 millones de usuarios activos en las redes sociales (equivalente al 19% de la población) el potencial de este canal es evidente. Los consumidores acuden frecuentemente a estas páginas para encontrar anuncios con fotos, precios y la dirección y número de contacto del vendedor.

Cabe destacar que, aunque el uso de **smartphones** es el más habitual para acceder a internet, la





mayoría de las compras (80%) se realizan desde ordenadores de escritorio y portátiles. Las estadísticas muestran que los visitantes usan dispositivos móviles y tabletas para recopilar información de productos, investigar sus características y comparar precios, pero que les resulta más conveniente usar computadoras de escritorio y portátiles para finalmente realizar una compra en línea. No obstante, el [informe](#) de actividad de Jumia de 2018 muestra que las ventas online a través de los teléfonos móviles están en alza.

La media de edad en Senegal es de 19 años, siendo la población entre **25-34 años** el grupo de edad más interesado en el comercio electrónico. Cabe mencionar que Senegal es considerado un país de alta emigración con una **diáspora** de en torno a 2,5 millones de personas con gran influencia en el comercio electrónico senegalés.

Los **sectores** con mayor actividad en el comercio online son: Comercio generalista (24%); Sector Alimentario (4%); Belleza y Salud (2%); Moda y Textil (2%) y Electrónica (2%). La gran mayoría de la cuota de mercado de las páginas de internet está cubierta por las webs agregadoras también conocidas como **páginas de anuncios** (66%).

En el caso de las **webs de anuncios**, la modalidad de servicio web que más destaca en Senegal con un 66% de cuota de mercado, es [Expat-Dakar](#) quien lidera la lista con 355.100 usuarios, seguido también de lejos por otras plataformas como [Afribaba](#) (53.200 usuarios), [Dorgoo](#) (36.600 usuarios) y [Deals.jumia.sn](#) (26.400 usuarios).

Respecto a **las webs de comercio electrónico** más visitadas destaca claramente la plataforma generalista [Jumia](#) como líder destacado del sector, gracias a sus plazos cortos de entrega, facilidades de pago contra reembolso y elevada inversión en. Otras plataformas generalistas son [Promo](#) y [Dakarwebstore](#).

En el **sector del e-food**, se está empezando a comercializar productos frescos con envío a domicilio en distintas plataformas entre las que destacan [Sakanal](#) y [Food.Jumia](#), cuyas condiciones de envío y eficiencia –sobre todo para la ciudad de Dakar- son bastante interesantes.

Por otra parte, el sector de **la moda y textil** tras la retirada del líder del sector, Africashop, la plataforma [Airplum-shop](#), especializada en el nicho de productos para el hogar, se trata de la más transitada. Además, en el sector de **productos de belleza y salud** se encuentra la plataforma [Fabellashop](#).



LICITACIÓN PÚBLICA INTERNACIONAL

El **Gobierno de Senegal** y sus entidades dependientes publican y gestionan todos los concursos públicos que se convocan en Senegal por medio de la **Plataforma “Marché Publics”**

Tanto las empresas de Senegal como las de Canarias, Madeira y Mauritania pueden **buscar e identificar oportunidades** de forma gratuita dentro del sistema. Dentro del Proyecto DIGIMAC 2020 se prevé la **formación de los consultores** en el manejo de la búsqueda de licitaciones públicas convocadas en Senegal que sean de **interés concreto para cada una de las 16 empresas seleccionadas** dentro del Programa.



Las principales oportunidades en Senegal vienen de la mano de licitaciones internacionales financiadas por donantes bilaterales y multilaterales, sobre todo en los sectores del agua y saneamiento, infraestructuras para transporte, y energía. En este sentido, el Plan Trienal de Inversiones públicas (PTIP) 2019-2021 se eleva a 6.754 mil millones de CFA (10.296 M€), lo que supone un 7,9% más que el plan trienal anterior. Este nuevo plan divide a financiación en tres ejes estratégicos: 1) Transformación estructural de la economía (62% de los recursos); 2) Capital humano, protección social y desarrollo humano (25%), 3) y gobernabilidad, instituciones y seguridad (13%). Un 42,5% de



los fondos se obtienen de la financiación externa (subvención/crédito concesional) mientras que el restante proviene de las arcas del estado senegalés.

Entre los proyectos de mayor interés contenidos en este PTIP 2019-2021 se encuentran el **tren Dakar-Bamako**, la elaboración de los esquemas directores de la gestión de aguas, el programa de desarrollo de los sistemas de irrigación local (PNDIL) o la repotenciación de la central eléctrica de Malicounda.

La **Millenium Challenge Corporation** aprobó en octubre de 2018 el nuevo “Senegal Power Compact” de un plazo de cinco años por el valor de 550 millones de dólares. El compact está diseñado para incrementar la fiabilidad y el acceso a la electricidad, dar apoyo al crecimiento económico y reducir la pobreza. El Gobierno de Senegal contribuirá con otros 50 millones de dólares al compact para impulsar el progreso y crecimiento económico, alcanzando así el programa los 600M USD.

La iniciativa mundial “SE4ALL” del grupo Banco Mundial persigue un acceso universal a la electricidad. Senegal lo materializa a través del programa de Electrificación Rural Universal 2025 dirigido por el Ministerio de Petróleo y Energía junto con SENELEC (La Société Nationale d'Électricité du Sénégal) y ASER. Para ello se está concretando un plan para la coordinación de agentes y captación de inversiones.

Con la estrecha colaboración del Banco Mundial, el Fondo Monetario Internacional y socios técnicos y financieros, el Gobierno de Senegal ha diseñado la segunda fase del **Plan Senegal Emergente (PSE) para 2019-2023**. La implementación de la primera fase del PSE durante el período 2014-2018 impulsó una nueva dinámica de crecimiento económico y ha contribuido a la consolidación del marco macroeconómico. La segunda fase del PSE (2019-2023) se basa en los mismos ejes.

El **Plan de Acciones Prioritarias 2019-2023** (PAP-II) es el documento que da forma al PSEII en este período. Identifica más de 500 acciones, incluyendo 20 en PPP y 92 puramente privadas. Según el informe estratégico de la fase II del Plan Senegal Emergente, el PAP alcanza un monto total de 14.098 mil millones FCFA.

Entre los financiadores más destacados de la segunda fase del PSE se encuentran: el **Banco Mundial**, que anunció un plan de acción para el periodo 2019-2023 por valor de 3.500 M\$; Francia, que lo hizo por 1.500 M\$; el **Banco Africano de Desarrollo**, por valor 2.000 M€; el **Banco Islámico de Desarrollo**, por valor de 1.250 M\$; y la **Unión Europea**, a través del Fondo Europeo para el Desarrollo, por valor de 137 M€.

El PAP 2019-2023 identifica un total de 20 proyectos a llevar a cabo en formato PPP dentro de los sectores de **construcción e infraestructuras**:





(1) Proyecto para la nivelación de obras hidráulicas en la zona norte; (2) Infraestructuras y servicios básicos de tres Agropolos (Sur, Centro y Norte) de Senegal; (3) Puerto de Ndayane; (4) Punto de procesamiento industrial de los productos del mar; (5) Segundo parque industrial; (6) Instalación de estructuras de almacenamiento para terminales de petróleo y gas; (7) Refuerzo de la producción local de aceite de cacahuete; (8) Proyecto de cultivo de 12.000ha de terreno agrícola en Medina Yero Foula (Agri-beta); (9) Parque de negocios; (10) Parque industrial integrado; (11) Tubería de gas; (12) Proyecto de desarrollo urbano privado (Daga Kholpa); (13) Proyecto de desarrollo de infraestructuras comerciales; (14) Proyecto de creación de centros de desarrollo de la artesanía; (15) Proyecto regional de centro minero; (16) Proyecto de creación de centros de servicios compartidos; (17) Scaling Solar (Fase 2) (central solar); (18) Almacenamiento de energía y extensión del soporte de frecuencia Senelec; (19) Solarys; (20) Estabilización del parque solar OMVS.

Consideramos interesante que las empresas participantes en DIGIMAC 2020 valoren los **proyectos desarrollados por empresas Canarias en Senegal** de la mano del **PROGRAMA DE ASISTENCIAS TÉCNICAS** desarrollado durante los años 2018, 2019 y 2020 financiados por el Gobierno de España y de Canarias en diferentes países africanos y latinoamericanos.

Las asistencias técnicas y consultorías están **destinadas** a la:

- Elaboración de estudios de viabilidad y factibilidad económica, técnica u operacional.
- Desarrollo de planes marco de desarrollo sectorial, geográfico o regional.
- Diseño de la regulación o planificación sectorial.
- Modernización y el fortalecimiento institucional de carácter económico y administrativo.
- Proyectos de consultoría, ingeniería y arquitectura.

Procedimiento de Trabajo del Gobierno de Canarias:

- Envío de invitación a entidades de terceros países: 60. Instituciones: 11
- Recepción de propuestas: 60. Proyectos recibidos: 9

Proyectos Aprobados:

ASISTENCIA TÉCNICA PARA EL DESARROLLO DE UN CENTRO DE SENEGAL INCUBACIÓN EMPRESARIAL

Entidad Solicitante: Agencia del Desarrollo de la Pequeña y Mediana Empresa de Senegal (ADEPME).

Se encuentra bajo la tutela del Ministerio de Comercio y de la Pequeña y Mediana Empresa de Senegal





y se encarga de las políticas de promoción de las PYMES, de forma coordinada con otros actores del sistema económico de Senegal. **Empresa contratada: Consulta Europa**

Objetivos:

- Situación de referencia, estudio de oportunidad, la definición del modelo de organización y del funcionamiento de la incubadora de negocios, modelo de gobernanza, definición de los servicios de incubación empresarial, metodología, el coste global del proyecto.
- Repercusiones y oportunidades para Canarias y sus empresas: Empresas de consultoría que tenga experiencia en materia de creación de modelos de negocios para pymes.

ASISTENCIA TÉCNICA PARA EL DIAGNÓSTICO DE LAS CAPACIDADES DE RECEPCIÓN, ALMACENAMIENTO Y DE DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS DE PETRÓLEO Y GAS EN PUERTOS SECUNDARIOS DE SENEGAL- ANAM

Entidad solicitante: Agencia Nacional Marítima de Senegal (ANAM). Bajo la tutela del ministerio encargado de la marina mercante y de la tutela financiera del Ministerio de Finanzas. **Empresa contratada: Estudio 7.**

Estrategia pública en la que se enmarca el proyecto: Puesta en marcha del programa nacional de modernización de puertos secundarios entre el 2019-2022, consecuencia del desarrollo de la industria del petróleo y del gas en Senegal.

Objetivo general de la asistencia técnica: Instrumento de apoyo necesario para los problemas de recepción, almacenamiento y distribución de productos. Los puertos secundarios deben desarrollar instalaciones para acoger actividades de logística de petróleo y gas como la recepción, almacenamiento y operaciones de preparación y envío.

Objetivos específicos:

1. Estudio de la situación actual y de las problemáticas existentes.
2. Analizar los medios necesarios para poder llevar a cabo las funciones
3. mencionadas (recepción, almacenamiento y distribución)
4. Cartografía de actores que deberían intervenir (públicos y privados)
5. Plan de acción

Resultados: Análisis del posicionamiento estratégico de los puertos secundarios, estado actual,





objetivos que se deben conseguir con esta intervención y la elaboración de un plan de acción.

Repercusiones y oportunidades para Canarias: Empresas de ingeniería con experiencia en sector de la industria del petróleo y gas.

ASISTENCIA TÉCNICA PARA EL DESARROLLO DE UNA ESTRATEGIA NACIONAL SOBRE EL SECTOR DEL TRANSPORTE ENTRE EL MEDIO URBANO Y RURAL DE SENEGAL.

Entidad solicitante: Dirección General de Estrategias de Transporte – Ministerio de Infraestructuras, Transporte Terrestre y Comunicación. Elaboración y puesta en marcha de políticas y estrategias de infraestructuras terrestres. **Empresa contratada:** AVALON.

- **Contexto:** Contribuir a la definición de la política de infraestructuras y servicios de transporte en el marco de una asistencia técnica sobre el estado de accesibilidad entre las zonas urbanas y rurales en Senegal. 2014, diseño del Plan Senegal Emergente (PSE).
- **Objetivos:** Mejora en el cuadro institucional y reglamentario, coherencia en los procesos de planificación y puesta en marcha de un seguimiento de evaluación de proyectos y un programa específico.
- **Repercusiones y oportunidades para Canarias y sus empresas:** Empresas canarias con experiencia en consultoría sobre transporte y comunicaciones.

También se considera interesante que las empresas participantes en DIGIMAC 2020 valoren los **proyectos desarrollados por empresas canarias en Senegal** de la mano del “Programa de Internacionalización de Empresas de Ingeniería, Arquitectura y Consultoría” dentro del programa **INTERREG VA-MAC 2014-2020**, “INGENIA 2” financiados por la Unión Europea y el Gobierno de Canarias.

Las asistencias técnicas y consultorías están **destinadas** a la: Ordenación del territorio. Turismo. Infraestructuras. Ingeniería y Servicios profesionales (Ingeniería, Arquitectura, Energías Renovables y Tratamiento de Agua, Tratamiento de Residuos). Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC). Sector Primario, Industria y Comercio. Salud y Formación. Marino-Marítimo. Transporte y Logística.

M. Ibrahim Bocar SOW. Director de Estrategia de Interacción Territorial del Ministerio de Infraestructura, de Transporte Terrestre e Integración.

Socio del Proyecto INGENIA 2:

Proyectos Aprobados:



- Solicitud de asistencias técnica para la integración territorial de la zona de Niakhne y sus alrededores. Empresa contratada: Real Consultores y Proyectos, S. L.
- Asistencia Técnica a La Sociedad Anónima de Grandes Trenes de Senegal (GTS SA.). Empresa contratada: Trazas Ingeniería, S. L.
- Gestión del territorio de la región de Sedhiou. Empresa contratada: Jorge Luis Duque Arimany.
- Gestión paisajística de la Bahía de Koundam. Empresa contratada: Atlantic Blue Economic Consortium.



MATRIZ DE SINERGIAS

PRODUCTO O SERVICIO	SENEGAL	MAURITANIA	MADEIRA	CANARIAS
Actividad Industrial			✓	
Agua		✓		
Centro Internacional de Negocios			✓	✓
Construcción y reparación de buques				✓
Cosméticos Naturales	✓			✓
Desalación				✓
Economía Azul			✓	✓
Empresas TICs			✓	✓
Energía				
Energías Azules				✓
Energías Renovables	✓	✓	✓	
Hidrocarburos	✓	✓		
Logística portuaria-marina	✓	✓	✓	✓
Minería	✓	✓		
Moda Africana	✓			✓
Pesca y Acuicultura	✓	✓	✓	✓
Sector Agrícola	✓	✓		
Vinos			✓	✓
Superalimentos	✓			
Sector Audiovisual			✓	✓
Sector Construcción	✓	✓		
Sector Distribución	✓	✓		
Sector Sanitario	✓	✓		
Transporte de Pasajeros y Puertos	✓	✓	✓	✓
Turismo	✓	✓	✓	✓



BIBLIOGRAFÍA

- Centro de Comercio Internacional (CCI). Herramientas de Inteligencia Comercial: [TradeMap](#) y [Export Potential Map \(EPM\)](#).
- [DigiMac2020](#)
- [Proexca Canarias](#)
- [CEIM - Centro de Empresas e Inovação da Madeira | BIC Madeira](#)
- [The Mauritanian Trade Portal. Ministry of Commerce and Tourism](#)
- [Agence de Développement et d'Encadrement des Petites et Moyennes Entreprises.](#)
- [Senegalese Export Promotion Agency \(ASEPEX\)](#)
- [Oficinas Económicas y Comerciales de España en el Extranjero.](#)
- [AICEP Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal](#)
- [Export Business France](#)
- [Doing Business 2020. Grupo Banco Mundial](#)
- [Plataforma de Contratación del Sector Público \(en adelante PLCSP\) de ESPAÑA](#)
- [Base Contratos Públicos Online PORTUGAL](#)
- Senegal [Marché Publics](#)
- Mauritania [Autorité de Regulation des Marchés Publics](#)
- [eMarket Services](#)



ANEXOS

APPENDIX 1. IDENTIFICATION OF OPPORTUNITIES FOR THE INTERNATIONALIZATION OF THE COMPANIES PARTICIPATING IN THE DIGIMAC PROJECT

INITIAL SUMMARY

SENEGAL

- The total untapped **export potential for Senegal** stands at \$2.2 bn.
- **The products** with greatest export potential from Senegal to World are Phosphoric acid; polyphosphoric acids, Fish, whole, frozen, and Portland cement. Phosphoric acid; polyphosphoric acids shows the largest absolute difference between potential and actual exports in value terms, leaving room to realize additional exports worth \$393.7 mn. Senegal's best options for export diversification in the world are Unrefined copper, Crude palm oil and Wattle extract. Senegal finds Wattle extract easiest to reach. Fowls, cuts & offal, frozen is the product that faces the strongest demand potential in the world.
- The products with greatest export potential from Senegal **to Spain** are Molluscs & other aquatic invertebrates, Fish, whole, frozen, and Fish, whole, fresh. Molluscs & other aquatic invertebrates shows the largest absolute difference between potential and actual exports in value terms, leaving room to realize additional exports worth \$18.1 mn. Senegal's best options for export diversification in Spain are Rock lobster & sea crawfish, frozen, Crude palm oil and Pineapple juice, unfermented. Senegal finds Wattle extract easiest to reach. Men's trousers & shorts of cotton is the product that faces the strongest demand potential in Spain.



- The products with greatest export potential from Senegal **to Portugal** are Fish, whole, frozen, Molluscs & other aquatic invertebrates, and Octopus, frozen, smoked, frozen, dried, salted or in brine. Fish, whole, frozen shows the largest absolute difference between potential and actual exports in value terms, leaving room to realize additional exports worth \$8.5 mn. Senegal's best options for export diversification in Portugal are Rock lobster & sea crawfish, frozen, Oilcake of palm nuts or kernels and Crude palm oil. Senegal finds Wattle extract easiest to reach. T-shirts & vests, knit/crochet, is the product that faces the strongest demand potential in Portugal.
- Senegal's best options for export diversification in **Mauritania** are Cement clinkers, Chewing gum and Aluminium, not alloyed, unwrought. Senegal finds Black tea, packings >3kg easiest to reach. Cement clinkers is the product that faces the strongest demand potential in Mauritania. The products with greatest export potential from Senegal to Mauritania are Soups & broths & preparations therefor, Portland cement, and Malt extract. Soups & broths & preparations therefor shows the largest absolute difference between potential and actual exports in value terms, leaving room to realize additional exports worth \$9.5 mn.
- The **agri-food sector** has an export potential, due to the rapid population growth, although there are market access limitations due to the concentration of importers, and the use of purchasing centers in Europe by the main supermarket chains .
- The **materials and equipment for construction** stand out, in quality products that can compete in price, in order to supply both the real estate and public works markets, which the Government promotes and wishes to promote in the coming years. In the latter case, the main competitor is the Chinese industry, which in many cases can offer financing, escaping the bidding procedures. The mining sector also presents interesting opportunities (both in terms of investment and supply of equipment) in the subsectors of phosphates, attapulgitite, gold, iron, mercury, marble, aggregates or zirconium (although without the moment they have materialized outside the subsector of phosphates and attapulgitite).
- **Tourism** has potential but presents questions related to the precariousness of the infrastructures and, in general, the quality / price ratio of the Senegal destination. While progress has been made, such as the elimination of the entry visa for European travelers, other factors, such as maintaining the highest airport charges in Africa, continue to affect the viability of the sector. Additionally, the visa may be reintroduced for residents of certain countries. Until it is affordable and easy to deal with covid-19 this sector will remain frozen despite the fact that 70% of tourism is business in the country.
- **Distribution channels:** The informal channel, as in the rest of low-income markets, has a great weight in the Senegalese economy. It is structured around the traditional markets (Sandaga,





Kermel, Malien, Tilène, Soumbédioune, Castor, etc.), the network of convenience stores (owned by both Senegalese, Mauritians, Malians or Guineans) and street vendors. It represents up to three quarters of the trade, especially in agri-food products, textiles and small household appliances. The Sandaga market in Dakar continues to be one of the largest distribution centers for manufactured products in the country. In recent years, the country has also seen the emergence of networks of modern supermarkets, generally under the franchise regime of European companies such as Casino, Carrefour, Citydia (Grupo Dia) or Atac (Auchan), which continue to open new points of sale both in Dakar as in other urban centers of the country such as Mbour, Saly or Thiès.

- **Investment:** Senegal has enjoyed political stability and successful institutions since it became independent in 1960, which has made it a land of foreign investment. The Priority Action 2019-2023 identifies a total of 20 projects to be carried out in PPP format within the construction and infrastructure sectors. Out-of-season agriculture, aimed at exports, is a sector that has potential due to the excellent climatic conditions, and that is already being exploited, especially by Senegalese-Lebanese, English, French, and to a lesser extent, Spanish companies. The rice sector is one of the most interesting from the point of view of its potential, and where significant foreign investments are taking place. The government has developed plans to modernize the sector, encouraging investment through subsidies for equipment and supplies. The planting of jatropha and other oilseeds for the production of biodiesel has attracted considerable business interest. Fishing, on the other hand, does not seem so much a sector for new investment, due to the overexploitation of the fishing ground, but rather to maintain the current presence, or invest in a processing industry. The energy sector receives financial support through the Millennium Challenge Corporation (MCC) 2019-2023 program to diversify production sources, optimize the park and manage demand. It should also be noted the strong commitment of the Government of Senegal to invest in the creation of power plants that use hydrocarbons as the main source of energy and reduce the cost of Kw / hour to 8 kW / hour, all included in the second phase of the Emerging Senegal Plan for the period 2019-2023.
- **Trading across Borders:** Senegal made trading across borders less costly by opening the market for transport, which increased competition
- **E-commerce:** it will guarantee by 2025 a 10% impact on the retail sales of the largest African economies. Several factors have contributed to the development of electronic commerce: broadband internet (mainly in large cities), a legal framework established in 2008, electronic means of payment through mobile telephony, and people trained in information and communication technologies. The country is also making visible efforts to be a benchmark in





electronic commerce through the Senegal Digital Strategy 2025 whose objective is to increase the contribution to GDP of the digital economy from the current 6% to a 10%. Within SNN 2025, the Information Technology Export Strategy aims to position Senegal as an African leader in the trade of digital services. There are currently at least 70 online commerce pages, among which the best known are Jumia and Expat-Dakar. Current obstacles include logistical difficulties, difficult customs laws, little regulation of activity, few international electronic payment options, and a particular lack of trust between consumers and sellers. Only 15% of the Senegalese population have a bank account, and 1% have a credit card. 6% make or receive mobile payments and only 1% pay their purchases or receipts online. Finally, highlight the particular e-commerce modality in which the services are oriented to the diaspora. This modality represents Senegalese living abroad who use the online channel to make purchases or contract services for their friends or relatives residing in Senegal.

- **Selling to the Public Sector:** The main opportunities come from international tenders financed by bilateral and multilateral donors, especially in the sectors of water and sanitation, transport infrastructure, and energy. The 2019-2021 Triannual Public Investment Plan (PTIP) amounts to 6,754 billion CFA (€ 10,296 million), which is 7.9% more than the previous three-year plan. Among the projects contained are the Dakar-Bamako train, the preparation of the water management master plans, the local irrigation systems development program (PNDIL) or the repowering of Malicounda Power Station. The World Bank group's "SE4ALL" global initiative pursues universal access to electricity. Senegal materializes it through the Universal Rural Electrification 2025 program led by the Ministry of Oil and Energy together with SENELEC (La Société Nationale d'Électricité du Sénégal) and ASER. To this end, a plan for coordinating agents and attracting investment is being finalized.

MAURITANIA

- The total untapped **export potential for Mauritania** stands at \$775.4 mn
- The **markets** with greatest potential for Mauritania's exports of All products are "Japan", "Spain" and "Côte d'Ivoire".





- Mauritania's **best options** for export diversification in the world are Cashew nuts in shell, frozen Crabs and Sheep cuts boneless, frozen. Shrimps & prawns, frozen is the product that faces the strongest demand potential in the world.
- The products with greatest export potential from MAURITANIA **to Spain** are Octopus, frozen, smoked, frozen, dried, salted or in brine, Fish, whole, frozen, and Molluscs & other aquatic invertebrates. Fish, whole, frozen shows the largest absolute difference between potential and actual exports in value terms, leaving room to realize additional exports worth \$38.1 mn. Shrimps & prawns, frozen is the product that faces the strongest demand potential in Spain.
- The products with greatest export potential from Mauritania **to Senegal** are Fish, whole, frozen, Mackerel, frozen, and Molluscs & other aquatic invertebrates. Fish, whole, frozen shows the largest absolute difference between potential and actual exports in value terms, leaving room to realize additional exports worth \$18.2 k. Mauritania's best options for export diversification in Senegal are Sheep cuts bone in, frozen, Sheep cuts boneless, frozen and Broken rice. Mauritania finds Sheep cuts boneless, frozen easiest to reach. Broken rice is the product that faces the strongest demand potential in Senegal.
- The products with greatest export potential from Mauritania **to Portugal** are Fish, whole, frozen, Octopus, frozen, smoked, frozen, dried, salted or in brine, and Molluscs & other aquatic invertebrates. Fish, whole, frozen shows the largest absolute difference between potential and actual exports in value terms, leaving room to realize additional exports worth \$10.1 mn. Mauritania's best options for export diversification in Portugal are Shrimps & prawns, frozen, Sheep cuts boneless, frozen and Sheep cuts bone in, frozen. Mauritania finds Cashew nuts, in shell easiest to reach. Shrimps & prawns, frozen is the product that faces the strongest demand potential in Portugal.
- The best **market opportunities** for investors are in the **energy** (oil & gas exploration and production, hydrocarbon refinery and storage, and power generation and transmission), **fisheries**, and **tourism** sectors. Opportunities are mainly found in the new GTA gas field a lot of services of level 2 (technical services) and level 3 (General services). Important business opportunities for the Port of La Luz de Gran Canaria.
- More opportunities are being created in the services sectors, and particularly in **hospitality**, which is significantly underdeveloped in Mauritania.
- The **Agricultural Sector**. The needs for agricultural machinery and equipment, and irrigation equipment stand out. There are advantageous conditions for investment in livestock and other products of animal origin. Mauritania continues to import 70% of its food needs, so the agri-food sector continues to be of interest, in its entire range of products (as long as they are in accordance





with the principles of Islam). Sugar, should also be highlighted, as Mauritania is one of the world's largest consumers with 200,000 tons a year according to the 2018 WTO secretariat report.

- Mauritania made **trading across border** easier through a series of initiatives at the Port of Nouakchott, such as eliminating the requirement to weigh all import containers, investing in infrastructure, streamlining the movement of cargo and consolidating the payment of fees.
- **E-commerce:** For the past 15 years, the Government, along with the telecommunication operators, have been making efforts to improve connectivity rates in the country. Both the Government and the operators have plans to further develop countrywide high-speed networks by licensing services, expanding satellite broadband coverage and rolling out a fiber internet infrastructure in the capital and the major cities with rural areas covered by satellite broadband services. The three main internet providers (Matel, Mauritel, and Chinguitel) are well positioned to provide further resources in support of e-commerce in Mauritania.
- **Selling to the Public Sector:** The government's Central Procurement Board ("Commission Centrale des Marchés") which falls under the Prime Minister's authority, is responsible for monitoring compliance with procurement regulations and conducting most government negotiations with foreign suppliers. For large or complex projects, the government often requires bidders to submit letters of interest in order to be short-listed prior to the issuance of a restricted tender. This closed bidding system has been widely used in privatization schemes in Mauritania. Therefore, it is very important to send an "expression of interest" prior to the published tender. The World Bank is assisting the Central Procurement Board to improve its procedures, the transparency of its operations, and its implementation of existing regulations. The regulations governing the Procurement Board are available at the Prime Minister's Office. Opportunities to sell to the government include oil & gas services, pharmaceutical products, transportation means, grains, drilling equipment, agricultural and irrigation equipment, and health and education equipment and materials.

MADEIRA

- Its economy is fundamentally based on **services** with an international vocation, and tourism and the International Business Center constitute the largest sources of income for the regional economy.
- In the small **agricultural** sector, the production of bananas, mainly aimed at local consumption and mainland Portugal, and the famous and internationally known Madeira wine become relevant.





- In the **industrial** sector, export-oriented artisan activities coexist, such as embroidery, tapestries and wicker articles, with others, especially oriented to the regional market, such as activities before and after civil construction, milling and bakery and pastry products, dairy products, beer, tobacco and wine.
- From a formerly agricultural and trade-oriented archipelago to a recently tourism and advanced financial services region, Madeira is also a free trade area benefiting from a special status and enjoying fiscal privileges, such as an offshore financial centre. This placed Madeira in the global economic and financial map as an **interesting place for investment**.
- As a result of the significant investments made in recent years, Madeira is proud of its **modern and efficient infrastructures**, which have supported its development. As examples, we can mention its modern road network or the commercial port next to the Madeira Industrial Free Zone and the modern communications network, with a high-level bandwidth and degrees of connectivity. Due to its geographical location, Madeira is a node of various submarine cables that connect the European continent with the American and African continents, which guarantees the necessary bandwidth and connectivity with the rest of the world.
- **Madeira's international business center and tourism are its two main pillars.**
- Madeira's International Business Center is a **foreign trade zone (FTZ)**, which provides various tax and social benefits within three areas of activity: international services, industrial free zone and international ship registry. CINM - MADEIRA International Business Center is one of the main instruments responsible for the economic progress of the archipelago. This regime was formally created in 1980 and is essentially a development program to attract foreign investment and contribute to the modernization, diversification and internationalization of the Madeira economy. In this sense, authorized companies benefit from a particularly attractive tax regime; a program pre-approved by the European Union for one of its outermost regions.
- Madeira, one of the few truly advantageous free economic zones in Europe with 5% corporate tax and no other major withholding and dividend taxes. **Perfect for businesses** looking for a stable and effective operating company for their business needs: Access to the European commercial, financial and payment markets through European and Portuguese banks with all the substance requirements and a corporate structure duly licensed in Madeira. Lower tax rates than many midshore and even offshore jurisdictions, with no blacklists or other penalties allowing you to trade and invest large volumes of capital with complete freedom. Incredibly cheap and effective labor. If you make a minimum investment of € 75,000 you only need to have one employee, and if you have at least six employees, you have no minimum investment requirement. A jurisdiction perfectly accepted by the OECD as an onshore free trade zone and compatible with the EU, which





means that incoming and outgoing payments will not be scrutinized like other blacklisted or offshore jurisdictions.

- **Connecting Software** continues to flourish on the island, hiring talent from overseas, developing new products, and demonstrating their biggest revenue in the last 5 years.

CANARY ISLANDS

- **Marine-maritime, transport and logistics:** This macro-sector has a wide range of activities, which include ship repair, maritime transport, port infrastructures and services, nautical sports and recreation, fishing and aquaculture, and marine research / economy of the sea. These activities have multiple channels of internationalization, the main ones being the presence in destination countries (with subsidiaries, for example) and the attraction of international clients. This sector is organized and well coordinated, as reflected in the constitution of the "Canary Islands Maritime Cluster". Also, some subsectors have their own website, so the connection with digital marketing campaigns (through the main Canary Islands Hub website) is facilitated. Connectivity with other territories, especially with the African continent (Cape Verde, Mauritania, Senegal, etc.) has improved significantly in the recent years thanks to the introduction of new connections.
- The **audiovisual sector** in the Canary Islands is experiencing a sweet situation, with one of its best moments thanks to the fiscal reality that exists in the Canary Islands, which has placed the region on the international map, benefiting the development of this sector. The structure of the fiscal tool corresponds to the two processes of main internationalization present in the sector: Attraction of foreign investment to the Archipelago to carry out productions and Own content production, with an even greater tax incentive, really internationally competitive.
- In general, the Canary Islands **ICT sector** is fragmented into small companies that individually face the obstacles that arise when undertaking processes of internationalization, and the major competitors that prevail in the international markets.
- **The Renewable Energy, Engineering, Water Treatment and Architecture sectors** share the path of preferential internationalization: tenders. All these sectors, composed
- mainly by small companies, present some leading companies of remarkable success, they have achieved awards and recognition for their projects. These companies have a good part of their focus on Latin American countries.





- **The Primary and Industry and Commerce sectors** share as a fundamental way of internationalization export of goods. These sectors represent the vast majority of exports of goods from the Islands, although for example the primary sector has seen how their figures have been decreasing until they now represent a third of the exports from two decades ago.
- When the Canary Islands **Health sector** decided to make the leap to the international scene, several destinations had already been strongly positioned in various specialties (e.g. Turkey for hair implantations). However there are notable cases of successful internationalization of the large companies in the sector (taking into account the high level of competition for the same markets). African clients who come to the Canary Islands to consume health services do so because in their countries they do not have the necessary means, but in 10 years they will begin to have the means, so they need to consider the Canary Islands for their excellence.
- The Canary Islands Higher **Education sector** is fundamentally composed of a public part, whose maximum exponent is the public universities, and on the other private training. In the case of the former, which continue the internationalization strategy set by the Ministry of Education, based on welcoming mobility students from exchange programs (such as Erasmus), while student access international courses to curricular careers is very complicated, due to the regulated system and the lack of existing homologations with African countries. Private training is more internationalized, with centers reaching 30% of students from Latin America, as well as students from other countries of West Africa who choose the Canarian sector for offering good conditions of life in a región belonging to the European Union. The opportunities of the sector go through turning the Canary Islands into a world reference for the study in Spanish language in certain "leading" aspects where there is a brand or differential asset (tourism, marine science, etc.). Focusing on West African countries, company formation could present an opportunity, by being able to offer training programs "for the purpose of week" for your managers, executives, officials etc. given the competitive advantage that assumes geographic proximity.
- **Tourism.** In the companies that operate in this sector we can differentiate, on the one hand, between accommodation service companies (hotels, apartments, etc.), and secondly, companies consultants or services related to tourism. There is also a positive opportunity in attracting foreign clients from Africa, which in addition to the benefits per se on this sector, will make it possible to forge ties with the citizens of these African markets, in order to move forward in converting Canary Islands in business hub for West Africa. These ties will generate an "effect spill" on the rest of the sectors of the Islands, to the extent that their products and services begin to be more consumed by these types of customers.





- **Construction.** This sector was one of the main victims of the financial crisis that began in 2008. This circumstance has promoted that construction companies are reluctant to go abroad, with little financial muscle and those construction companies that carried out an internationalization process in their moment they are cutting their investments to reverse the projects.
- The priority **target countries** to promote the exit abroad of Canarian companies belong to the African continent: Morocco, Cape Verde, Senegal and Mauritania. France is present in African countries, mainly Morocco and Senegal, given their close cultural and economic relationship, having been French colonies.
- **Senegal** stands out for its positive average growth in imports of 11.9% and 0.7% of the population belongs to the upper or upper middle class. Although these percentages seem low, they represent 105,903 people. The country has 4 international airports, the main one being located in Dakar which operates with international flights to various destinations in Europe, the Middle East and the United States. The seaport of Dakar enjoys a position favorable, located on the westernmost tip of the African coast, in the intersection of numerous maritime routes linking Africa with Europe and America. Senegal presents a priori good growth rates at the macro level and an acceptable level of risk to do business, and at a more micro level attractive opportunities related to imports of goods from consumption and food products, protectionist measures promoted since the government of the country, as well as the volatility of prices, make these opportunities should be studied with caution, which once again reinforces the the need for a strong Canarian presence on the ground.
- In **Mauritania** the growth of imports is 26.1% and 1.6%, of the population belongs to the upper or upper middle class:: 65,088 people. Due to its proximity, high current and potential growth rate, and the degree of knowledge of the Canary Islands by the country's elite, Mauritania is a destination inalienable on which the Canary Islands must not lose focus.





APPENDIX 2. VIDEOCONFERENCES HELD WITH THE PARTNERS OF THE DIGIMAC 2020 PROJECT

Communication message of the first analysis performed:

De: Adolfo Romani Fernández <adolfo@fulp.es>

Enviada: 25 de setembro de 2020 11:11

Para: Márcio Gouveia <marcio.gouveia@startupmadeira.eu>; Nádia Lemos <nadia.lemos@startupmadeira.eu>; Fernando Óliver Guisado (foguisado@fg.ull.es) <foguisado@fg.ull.es>; Eduardo Alejandro Dávila Pérez (eadavila@fg.ull.es) <eadavila@fg.ull.es>; mndiaye@adepme.sn; louis.sarr@adepme.sn; mlsalihi@mesrstic.gov.mr; Mensour Corera <mcorera@mesrstic.gov.mr>; Mohamed Ould Boba Mohamed Saleck (Mboba@mesrstic.gov.mr) <mboba@mesrstic.gov.mr>; carla.velayos@proexca.es

Cc: Rodrigo Saldaña - S&B Consultores <sbconsultores@sbconsultores.es>; Teresa Guillén <teresa.guillen@sbconsultores.es>

Assunto: DIGIMAC2020 - study of internationalization opportunities (2.1.3 task)

Dear all,

I send you this email in order to introduce Rodrigo Saldaña and Teresa Guillén, both are part of team who is going to develop the study of internationalization opportunities (2.1.3 task).

In the next days they will contact with all of you to schedule interviews.

Best regards,

Adolfo Romani Fernández

Director de Operaciones

Fundación Universitaria de Las Palmas

C/ Juan de Quesada, 10.

Las Palmas de Gran Canaria (35001)

Tfn: (34) 928 45 80 07 - Fax. (34) 928 45 80 09

www.fulp.es

Re: DIGIMAC2020 - study of internationalization opportunities (2.1.3 task)



De Teresa Guillén Zulueta - S&B Consultores <teresa.guillen@sbconsultores.es>

Destinatario mndiaye@adepme.sn, louis.sarr@adepme.sn

Cc adolfo@fulp.es, CARLA VELAYOS <carla.velayos@proexca.es>, Rodrigo Saldaña - S&B Consultores <sbconsultores@sbconsultores.es>

Fecha 28-09-2020 10:58

IDENTIFICATION OF OPPORTUNITIES_SUMMARY.docx

Cuerpo del mensaje

Dear Sir or Madam,

Please find enclosed the list of opportunities we have prepared to start with, as the sectors considered at DIGIMAC are too wide:

1. Tourism.
2. Information and Communication Technologies.
3. Marketing.
4. Primary sector (agriculture, fishing, aquaculture ...).
5. Industrial sector

Therefore, we would be pleased if based on your knowledge of the type of export companies you work with and the potential ones to join the program DIGIMAC in your country Senegal, you would be able to advise us about the sectors which are more appropriate to investigate in order to focus in their opportunities to internationalize their products or services.

Thank you in advance for your collaboration.

Regards,

Teresa Guillén

MADEIRA

Videoconference 06-10-2020

Márcio Gouveia. Assistente de Projetos | Project Assistant. Startup Madeira

CANARIAS

Videoconference 06-10-2020

Carla Velayos. the Canary Islands Society for Economic Development. PROEXCA



MAURITANIA

Videoconference

Ministry of Employment, Vocational Training and Information and Communication Technology of Mauritania. THE PLANNED VIDEO CONFERENCE DID NOT TAKE PLACE.

Meetings were also held by videoconference with the delegates of the Government of the Canary Islands in Mauritania: Mar Naranjo Suárez. Representante en Mauritania Fundación Canaria para la Acción Exterior (FUCAEX) - Gobierno de Canarias.

Videoconferences 01-10-2020 - 13-10-2020

Asunto: Re: Estudio Oportunidades DIGIMAC

De Mar Naranjo Suárez <mnarsua@fucaex.org>

Destinatario Rodrigo Saldaña - S&B Consultores <sbconsultores@sbconsultores.es>

Cc CARLA VELAYOS <carla.velayos@proexca.es>

Fecha 29-10-2020 19:57

INFORME sectores Mauritania DigiMAC2020.pdf

Buenas tardes, Rodrigo:

Adjunto te remito la propuesta de sectores potenciales de Mauritania.

Un cordial saludo y buena tarde,

Mar Naranjo Suárez

Representante en Mauritania

Fundación Canaria para la Acción Exterior (FUCAEX) - Gobierno de Canarias

Embajada de España en Mauritania. Rue Mamadou Konate, BP 232, Nouakchott.

Teléfono: +222 45 24 54 05 (bureau)

Móvil: +222 42 46 58 74 (portable)

mnarsua@fucaex.org

SENEGAL

Videoconference 08-10-2020

Mariane Ndiaye. Directrice de l'assistance technique. Coordonnateur du Fonds à Frais Partagés. Agency for the Development and Supervision of Small and Medium-sized Enterprises of Senegal.

Meetings were also held by videoconference with the delegates of the Government of the Canary Islands in Senegal.



Videoconferencia 16-10-2020

José Antonio Delgado Guanche, José Antonio Delgado Guanche - Dinamizador de Negocios Internacionales. Representante de PROEXCA en Senegal, Ghana y Costa de Marfil. Sociedad Canaria de Fomento Económico S.A. - PROEXCA