

Artigo submetido a 30 de novembro 2023; versão final aceite a 6 de junho de 2024
Paper submitted on November 30, 2023; final version accepted on June 6, 2024
DOI: <https://doi.org/10.59072/rper.vi70.666>

Existen Oportunidades de Fortalecer las Relaciones Comerciales y de Innovación de Galicia con Angola? Como Gestionarlas?

Are There Opportunities to Strengthen Galicia's Trade and Innovation Relations with Angola? How to Manage Them?

Diego Sande Veiga

diego.sande.veiga@usc.gal

University of Santiago de Compostela

Resumen

La publicación de la Ley Paz Andrade impulsa la relación económica con la Comunidad de Países de Lengua Portuguesa. Además, la Ley de Acción Exterior de Galicia marca un punto de inflexión en las relaciones económicas internacionales de la autonomía. En este contexto, es conveniente que Galicia configure y desarrolle una nueva estrategia en cuanto a las relaciones comerciales y de innovación con este grupo de países. En la presente investigación se analiza el estado actual de estas relaciones comerciales poniendo el foco en Angola. Se pretende dilucidar la conveniencia o no de la expansión de la economía gallega en este país, identificando para ello los aspectos estratégicos clave. El análisis propuesto (a través del estudio de datos procedentes de diversas fuentes oficiales, institucionales, etc.) pretende identificar oportunidades de mejora de la acción de las empresas gallegas en este país. Los resultados muestran que las expectativas podrían convertir a Angola en un interesante socio futuro.

Keywords: Política económica exterior, economía internacional, comercio internacional, innovación en comercialización, Ley Paz Andrade, Angola

JEL Codes: F02, F42, P45

Abstract

The publication of the Paz Andrade Law should boost Galician economic relations with the Community of Portuguese-speaking countries. In addition, the Galician External Action Act marks a turning point in the Autonomous Community's internationalization. In this context, it is appropriate for Galicia to configure and develop a new strategy in terms of trade and innovation relations with this group of countries. This research analyses the current state of these trade relations, focusing on Angola. The aim is to elucidate whether the expansion of the Galician economy in this country is advisable, identifying the key strategic aspects. The proposed analysis (through the study of data from various official and institutional sources, etc.) aims to identify opportunities for improving the actions of Galician companies in this country. The results show that the expectations for Angola could make it an interesting future partner.

Keywords: External Policy, international economy, international trade, commerce innovation, Paz Andrade Law, Angola

JEL Codes: F02, F42, P45

1- INTRODUCCIÓN

Este artículo pretende contribuir desde el espectro de las relaciones económicas y comerciales y de innovación internacionales al análisis de las oportunidades de expansión económica exterior de Galicia, centrándose en la conexión con Angola, país miembro de la Comunidad de Países de Lengua Portuguesa (CPLP).

La Ley Paz Andrade (Xunta de Galicia, 2014) ha reconocido que la lengua gallega otorga a los ciudadanos gallegos una valiosa ventaja competitiva en muchos ámbitos, especialmente culturales, pero también económicos. Con el fin de mejorar el desarrollo social, económico y cultural gallego, las autoridades deben promover todas las medidas posibles para aprovechar al máximo esta ventaja histórica. En concreto, el artículo 3 de esta ley establece que "se promoverán las relaciones con los países de lengua portuguesa a todos los niveles, lo que constituye un objetivo estratégico de la Xunta de Galicia, incluyendo la participación de las instituciones en foros lusófonos de carácter económico".

Por otra parte, la aprobación de la Ley de Acción Exterior y Cooperación al Desarrollo de Galicia el pasado 23 de febrero de 2021 en el Parlamento abre una nueva etapa para la acción exterior de Galicia (IGADI, 2021). El nacimiento de esta ley ha impulsado la necesidad de construir políticas públicas de acción exterior con intencionalidad estratégica para el modelo de desarrollo gallego. El apartado 1) del artículo 4 de esta ley establece como objetivo estratégico "Internacionalizar la economía y la sociedad gallegas, con una apuesta decidida por el conocimiento, la investigación y la creación como elementos singulares de la marca país", siendo estos aspectos culturales nexos con la comunidad lusófona, tal y como recoge el posterior artículo 16 de la misma ley. Esta norma también incide en la necesidad de internacionalización de la I+D+i gallega (art. 67) y en la participación exterior de las empresas de economía social (art. 81).

En adición, gracias a la colaboración gallega, la Conferencia de Jefes de Estado y de Gobierno de la Comunidad de Países de Lengua Portuguesa (CPLP) ha aprobado la adhesión de España como Estado Observador Asociado en la Cumbre de la organización celebrada en Luanda, en el año en que la CPLP celebra su 25 aniversario (Moncloa, 2021). A este respecto, es necesario recordar que Galicia no cuenta en su marco estatutario con ninguna mención a posibles acciones internacionales propias. A pesar de esta restricción, Galicia ha desarrollado regularmente acciones en el ámbito internacional, participando directa o indirectamente en política exterior, dependiendo del contexto. En este sentido la reciente publicación de la Ley de Acción Exterior de Galicia, tras la aprobación en 2014 de la Ley Paz Andrade, suponen un punto de inflexión en las relaciones económicas con los países lusófonos.

Con el fin de conocer en profundidad las relaciones económicas de Galicia con Angola y detectar oportunidades de expansión en el exterior, este artículo analiza la situación del comercio exterior y la innovación en Galicia con este país. Para ello, el artículo se estructura de la siguiente manera: en el segundo apartado se analiza la importancia de elegir un socio comercial adecuado, así como la importancia de la internacionalización de las innovaciones; en el tercer apartado, se incluye la descripción metodológica y las fuentes de datos; en el cuarto apartado, se describe la situación del comercio exterior y de la innovación empresarial en Galicia, así como la estructura económica de Angola; en el quinto apartado se analizan las relaciones económicas de Galicia con Angola; finalmente, el sexto apartado recoge las conclusiones derivadas de este estudio.

2- REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. La importancia de la elección de los socios comerciales por parte de las regiones/países

Los acuerdos comerciales y de cooperación han proliferado durante las últimas décadas, con diferentes enfoques, en el contexto internacional. En ese contexto diverso, esta investigación pretende estudiar la situación comercial de Galicia con respecto a los países de la CPLP, y Angola en concreto, para discernir si son un socio económico interesante y cuál debería ser la mejor estrategia comercial y las políticas a seguir.

El modelo de Uppsala se considera una herramienta estratégica utilizada en el proceso de internacionalización que atraviesan las organizaciones, es decir, el camino que sigue una empresa a la hora de expansión hacia nuevos mercados. En esta expansión, la proximidad psico-geográfica ejerce como potenciador de la competitividad. Por otra parte, la creación y desviación de comercio favorecen los procesos de integración económica y monetaria (en detrimento de los países que quedan fuera).

Para algunos autores (Cortés & Ramón, 2001; Vélez-Ocampo & González-Pérez, 2022; Song & Lee, 2020), el éxito de la internacionalización pasa por un enfoque directivo que ajuste las decisiones estratégicas a las condiciones del entorno. Para Zevallos (2020) existiría una multicausalidad del éxito, enfocándose en aspectos como el tamaño de la empresa, la experiencia exportadora, el nivel de asociación de las empresas y la capacitación de los recursos humanos. Por su parte, Voudouris, Lioukas, Makridakis, & Spanos (2000) concretan el éxito de la internacionalización empresarial en cuatro factores: (a) especialización intensa en segmentos de mercado estrechamente definidos, (b) una cultura innovadora, (c) la adaptación a las nuevas tecnologías, y (d) un liderazgo fuerte y un clima organizativo saludable. No obstante, algunos autores (Singer, 1976; Balassa, 1993) mostraron históricamente opiniones pesimistas sobre la transferencia comercial a los países menos desarrollados debido a la falta de transferencia de precios entre economías ricas y pobres (Balassa & Word Bank, 1981).

Los estudios recientes se han centrado en dos tipos de factores cruciales para la elección de los socios comerciales: los socioeconómicos y los sociopsicológicos. El primer grupo incluye aspectos como el nivel educativo (Chiang, Liu & Wen, 2013), el tamaño de la empresa o la edad de la población (Zeuli & Betancor, 2005; Berlin 2006). El segundo grupo se centra en variables como la compatibilidad cultural y la confianza (Chen, Liu, & Hsieh, 2009; Levinson & Asahi, 1995; Reve & Stern, 1986), la actitud o el compromiso (James y Sykuta, 2006; Österberg & Nilsson, 2009; Nilsson, Kihlén y Norell, 2009). De hecho, según Enander, Melin & Nilson (2010), las relaciones sociales son significativas, ya que la elección del comprador es importante para los productores -económica, social y psicológicamente-. No es de extrañar así que Rousseau, Sitkin, Burt & Camerer (1998:395) afirmasen que "la confianza es un estado psicológico que comprende las intenciones de aceptar la vulnerabilidad basada en expectativas positivas sobre las intenciones o el comportamiento del otro".

Otros estudios recientes se han centrado en la importancia de los aspectos sociopolíticos. Así, mientras para Yasushi (2013) es relevante el propio crecimiento económico, para otros autores (Kali, Méndez & Reyes, 2007; Sarmiento, 2014) sería de vital importancia el crecimiento económico de los países socios. Pero el comportamiento empresarial para la elección de socios no sería único, sino que podría depender de factores como el tamaño de las empresas (Hadjikhani & Ghauri, 2001), razón por la que otros trabajos (García-Cabrera & García Soto, 2016; Kubičková, Votoupalová & Toulouva, 2014; Ke & Wei, 2007) se han centrado en estudiar las pequeñas y medianas empresas. Así, para los últimos autores los factores sociopolíticos afectarían en mayor medida que otros a la decisión de la empresa local de compartir o no relaciones con un socio determinado.

Por último, en referencia específica a las relaciones comerciales entre territorios de la CPLP, Roder & da Silva-Rego (2018) han realizado un estudio cuyos resultados muestran un aumento de las transacciones comerciales entre los Estados miembros. Al igual que el estudio de Sande (s.f.) para el caso de Galicia con estos países. Sin embargo, Fonseca, Mendonça & Passos (2010) discutían hace una década una consistencia en la sustitución entre la inversión directa en el exterior y la actividad comercial, detectando un efecto negativo en la balanza comercial de la mayoría de los países de la CPLP, exceptuando precisamente Angola y España. Pero el factor cultural continúa a ser determinante, por delante de otros factores de desarrollo como el estado o las instituciones sociales (Savelyev, Kutuyashova, Savchenko, Koretsky & Polyakov, 2021). De hecho, algunos autores (Peng, 2006; Lee, Peng y Barney, 2007) defienden la necesidad de crear condiciones más sólidas a nivel institucional para crear un entorno favorable a la actividad empresarial y reducir las incertidumbres. Por este motivo, la CPLP acordó desarrollar mecanismos para hacer frente al mercado globalizado, declarando el compromiso de erradicar la pobreza y promover el desarrollo sostenible (CPLP, 2010), e incluyendo en 2012 dos objetivos fundamentales en la declaración de Luanda: (a) Centrarse en la cooperación económica y empresarial en clústeres y sectores de desarrollo y (b) Aplicar medidas que permitan superar las dificultades estructurales para el desarrollo del comercio y la inversión.

2.2. La importancia de la internacionalización de la innovación

De acuerdo con diferentes autores (Kafouros, Buckley, Sharp & Wang, 2008; Sommer & Bhandari, 2022; Leung & Sharma, 2021), la internacionalización aumenta la capacidad de las empresas para mejorar sus resultados mediante la innovación, incluso para las pequeñas empresas (Boermans & Roelfsema, 2016; Pastelakos, Theodoraki & Catanzaro, 2023). Sin embargo, las empresas no pueden beneficiarse de todos los efectos de la innovación si no cuentan con actividad internacional. En una línea similar, Filippetti, Frenz, & Ietto-Gillies (2011) defienden que la asociación entre internacionalización-innovación se sustenta en un círculo virtuoso (o vicioso): las empresas innovadoras tienen más éxito en la competencia internacional, y la exposición a contextos empresariales y de innovación alternativos conduce a la innovación. Por otra parte, Yu & Si (2012) han encontrado relación entre internacionalización a través de mercados bursátiles e innovación empresarial. Con un estudio centrado en el sector terciario Castaño, Méndez & Galindo (2016) corroboran que los empresarios del sector servicios que deciden innovar e internacionalizarse tienen expectativas de lograr un mayor crecimiento empresarial.

Pero esta relación entre internacionalización e innovación también se produciría en sentido contrario. Así, utilizando un panel de empresas manufactureras españolas, Cassiman & Golovko (2011) muestran que la fuerte asociación positiva encontrada en la literatura entre productividad de la empresa y exportaciones está relacionada con las anteriores decisiones de innovación de la empresa. Siendo así, parece adecuado que, tal y como sugieren algunos autores (Altomonte, Aquilante, Békés & Ottaviano 2013; Martínez-Román, Gamero de Loreto-González & Tamayo, 2019), se produzca una coordinación e integración de las políticas de internacionalización e innovación "bajo un mismo techo", tanto a nivel nacional como de la UE, lo que supone un mayor papel coordinador para las instituciones.

3- METODOLOGÍA

En el presente apartado se abordan dos aspectos. Por una parte, se realiza una descripción de la metodología empleada. Por otra, se detallan las fuentes de información de las que se han obtenido las informaciones clave para la presente investigación.

A nivel de análisis y metodológico, abordar un trabajo como el presente ha requerido de un esfuerzo de búsqueda de información y de análisis de datos de diferente tipo. Por una parte, se han empleado datos de carácter macroeconómico que permiten contextualizar la realidad económica de los territorios analizados y, por otra, datos con información sectorial que permiten conocer la realidad a este nivel. Para el análisis de datos se ha recurrido fundamentalmente a la estadística descriptiva. Este análisis estadístico se ha combinado a su vez con informaciones cualitativas obtenidas de los principales agentes económicos involucrados. De esta manera, se ha procedido a aplicar métodos deductivos e inductivos, para lo que fue necesario recurrir a un riguroso tratamiento de los datos. Se ha empleado además la herramienta DAFO, que ha permitido efectuar un análisis de las características internas (debilidades y fortalezas) y externas (amenazas y oportunidades) de las relaciones entre los territorios analizados. El objetivo del análisis DAFO es determinar las ventajas competitivas de dichas relaciones.

La profusión de datos cuantitativos y cualitativos manejados en el presente trabajo (tabla 1) ha hecho necesario aplicar un gran esfuerzo de coordinación, estudio e interpretación de los resultados observados.

Tabla 1: Fuentes de datos y objetivos

Fuente	Tipo de datos	Objetivo
Organización Mundial del Comercio	Descriptivos	Marco comercial Mundial y CPLP
Ministerio de Industria, Comercio y Turismo	Datos analizados	Evolution of strategic indicators SP-And
Ministerio de Asuntos Exteriores	Datos analizados	Datos PIB Angola
Banco Nacional de Angola	Descriptivos	Datos económicos Angola
National Statistical Institute (INE)	Descriptivos	Evolución export-import España-Angola
Galician Statistical Institute (IGE)	Datos analizados	Evolución export-import Galicia-Angola
Oficinas Comerciales en el Exterior (ICEX)	Datos analizados	Evolución export-import España-Galicia-Angola
DatosMacro	Descriptivos	Evolución comercio internacional
Mundiesticom	Datos descriptivos	Evolución comercio internacional
Cámaras de Comercio	Datos descriptivos	Empresas exportación Galicia
Ardán, base datos (CZF, Vigo)	Datos descriptivos	Datos I+D+i Galicia

Fuente: Elaboración propia

4- LA SITUACIÓN ACTUAL DE LAS RELACIONES COMERCIALES Y DE LA INNOVACIÓN EMPRESARIAL EN GALICIA Y LA REALIDAD ECONÓMICA DE ANGOLA

4.1. Caracterización de las exportaciones gallegas: los países de la CPLP

De acuerdo con Sande (s.f.), mientras que la participación de Galicia en el PIB español se sitúa en torno al 5%, las exportaciones gallegas supusieron el 7,81% del total estatal, y las importaciones el 5,69%. La balanza comercial gallega es positiva entre 2000 y 2021, con un descenso significativo de los valores tras la crisis financiera y el provocado por la pandemia, con especial relevancia en la separación de valores entre exportaciones e importaciones a partir de 2008-2009 (figura 1). En cuanto a la evolución en los últimos años, y según datos del IGE, el principal destino de las exportaciones gallegas tiende a ser los países pertenecientes a la Zona euro, responsables de la absorción de alrededor del 60% de las exportaciones. Los cinco países de la UE que reciben de forma más estable los productos gallegos son Francia y Portugal (con porcentajes superiores a los dos tercios), e Italia, Reino Unido y Alemania (con valores superiores al 5%). También son importantes como mercados de destino de la producción industrial gallega las economías desarrolladas de la OCDE, pero también los países de la OPEP y Mercosur, con un valor próximo al 1,5% del total.

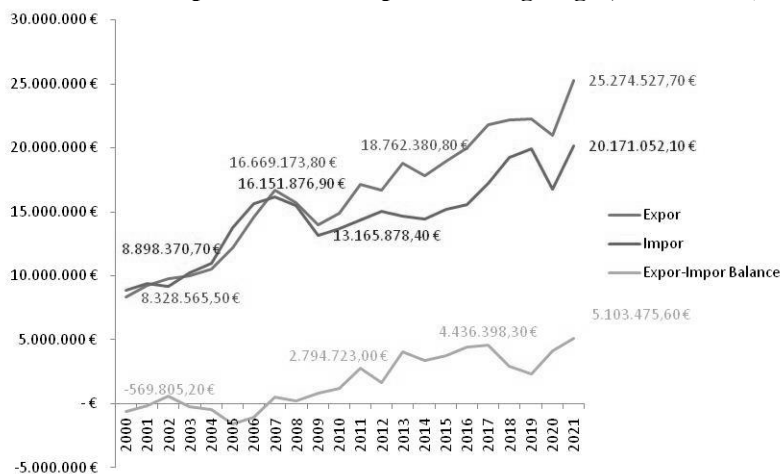
En la otra cara de la moneda, la que se refiere a las importaciones, el comportamiento repite parte del patrón exportador, ya que más de la mitad de las importaciones suelen proceder de la zona euro, siendo también importantes el resto de los países de la OCDE.

Francia y Portugal vuelven a ser los principales proveedores de bienes y servicios de la Comunidad Autónoma, con porcentajes que suelen superar los dos dígitos. Les siguen Italia, Alemania, China, México y EE. UU. (todos ellos con cifras entre el 3-5%). En el caso de los países miembros de la OPEP, éstos llegan a representar en torno al 8% de la producción adquirida, y alrededor del 3% en el caso de los países de Mercosur. Sin embargo, la mayor parte de las exportaciones e importaciones gallegas recaen en destinos europeos (con un volumen creciente), el resto de los territorios siguen teniendo una participación mucho menor. Aunque las importaciones de otros continentes aumentan, no hay un avance tan claro en el caso de las exportaciones (Sande, s.f.).

A pesar de que el mercado más importante para Galicia sigue siendo el francés (2.529 M€), países como Portugal, Italia y Países Bajos han incrementado sus compras (143%) en la Comunidad Autónoma hasta alcanzar los 1.066 M€, por delante de potencias como Alemania (783 M€, un 32% más). Por el lado de las importaciones, destaca el aumento del gas natural licuado (GNL) procedente de EE.UU., que está abasteciendo al continente europeo tras el estallido de la guerra en Ucrania. Este aumento elevó las compras totales a este país a 1.128 millones de euros (+92%). Sin embargo, la balanza comercial siguió siendo claramente positiva (como puede verse en la figura 1). Los resultados comerciales gallegos contrastan con el agujero de 31.963 M€ en las cuentas del Estado, en

el que el déficit se ha multiplicado por seis en comparación con el primer semestre de 2021, debido principalmente a la subida de los precios de la energía.

Figura 1: Evolución de las Exportaciones e Importaciones gallegas, 2000-2021 (miles de euros)



Fuente: Elaboración propia basada en datos del IGE

Las exportaciones gallegas se concentraron a mediados de la década pasada en torno a la industria del transporte (27,3%) y la industria textil (21,6%). El sector de fabricación de automóviles se comportó con cierta estabilidad y exportó en 2015 alrededor de 5.140 M€ -entre turismo (3.109 M€), vehículos de transporte (1.367 M€) y accesorios para vehículos (628 M€)-. Por su parte, la industria textil ha crecido en los últimos años y ha exportado aproximadamente 4.073 millones de euros, siendo los principales productos la ropa de mujer (1.434 millones de euros) y de hombre (970 millones de euros), seguidos de batas y similares (459 millones de euros), camisetas (330 millones de euros) y trajes y vestidos de mujer (193 millones de euros). En tercer lugar, se sitúa el sector agroalimentario, cuyas exportaciones alcanzaron los 2.571 millones de euros en 2015, el 13,7% del total de las exportaciones gallegas (Sande, 2019). Por otro lado, la mayor parte de las importaciones se concentran en los mismos sectores que las exportaciones. Las compras más relevantes se produjeron en el sector de la automoción (4.071 M€ y el 26,9% del total), en el agroalimentario (2.821 M€ y el 18,7%), en los combustibles (2.283 M€ y el 15,1%) y en la industria textil (1.468 M€ y el 9,7%).

En este artículo también se analizan las cifras de exportación según su clasificación TARIC (tabla 2) para comprobar qué ha ocurrido con los principales productos exportados en el periodo 2016-2021. El peso de las exportaciones de material de transporte alcanzó un tercio del total (30,12%), mientras que el sector textil acaparó más de una quinta parte de las exportaciones gallegas (22,56%).

Por debajo del 10% se situaron otras actividades como la exportación de animales vivos (8,31%), metales comunes (7,38%) y productos industriales alimentarios (4,31%). En relación con las importaciones (tabla 3), destacaron las de material de transporte (27,22% del total), productos minerales (14,21%) y animales vivos (11,83%). La compra de metales comunes (9,67%) y materiales textiles (9,66%) tuvieron un peso ligeramente inferior. En cuanto a la evolución en el periodo, lo que se observa es el importante aumento del valor de las exportaciones en el caso de todo tipo de productos, especialmente en el sector textil. Lo mismo ocurre en el caso de las importaciones, que aumentan para las principales actividades en términos de volumen.

El crecimiento anual de las exportaciones gallegas ha aumentado un 27,1% en el último año debido a la recuperación económica tras la pandemia. Este crecimiento sitúa a Galicia por delante de la media española (24,8%). En concreto, las empresas gallegas consiguieron facturar al exterior 14.406 M€ entre enero y junio, un hito histórico. Este incremento se debe en gran medida a las exportaciones del sector textil, que aumentó sus ventas al exterior un 60,6% respecto al año anterior. No obstante, otros sectores también mejoraron sus resultados en los mercados exteriores, como la maquinaria y aparatos mecánicos (+40,2%), la metalurgia (+30,4%) y el pescado y marisco (+29,2%). Por el contrario, un sector clave para la economía gallega como el del automóvil no pudo seguir esta senda, ya que sus ventas al exterior cayeron un 13,5%, debido en gran parte a la crisis de chips y semiconductores que está provocando problemas de abastecimiento en el sector. Con estas

cifras, Galicia recorta distancias con las principales comunidades exportadoras del Estado (Cataluña, Madrid, Andalucía, Comunidad Valenciana y País Vasco).

Tabla 2: Exportaciones gallegas por TARIC, 2016-2021 (M€)

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Peso (%)	Incremento (%)
I. Animales vivos y productos de origen animal	1.740,88	1.900,24	1.897,08	1.926,62	1.750,83	2.102,51	8,32	20,77
II. Productos del reino vegetal	206,84	180,11	197,85	215,49	219,77	236,14	0,93	14,17
III. Grasas/ácidos animales/vegetales; grasas preparadas; ceras animales o vegetales	52,09	64,93	61,04	65,36	76,71	980,29	3,88	1781,92
IV. Productos alimenticios industriales; bebidas, licores, vinagre; tabaco	761,82	865,2	909,87	929,98	1.096,34	1.090,30	4,31	43,12
V. Productos minerales	958,64	1.600,77	1.980,18	1.591,47	904,85	1.503,19	5,95	56,80
VI. Productos químicos y otros productos industriales	758,17	741,37	793,57	837,69	757,18	927,44	3,67	22,33
VII. Plásticos; Caucho	251,86	291,61	285,08	307,18	332,96	379,52	1,50	50,69
VIII. Pieles, cuero, manufacturas	232,08	237,78	213	220,37	149,5	179,28	0,71	-22,75
IX. Madera y productos de madera, Carbón; Corcho	420,63	424,57	473,02	482,42	454,38	602,06	2,38	43,13
X. Madera y otras pastas; Papel y productos de papel	265,93	309,83	360,27	323,27	254,6	329,1	1,30	23,75
XI. Textiles y manufacturas	5.281,61	5.863,73	5.839,67	5.834,36	4.377,33	5.702,31	22,56	7,97
XII. Calzado; sombreado, cortinajes y otros	419,91	459,01	463,36	461,3	347,62	377,16	1,49	-10,18
XIII. Piedra y otras manufacturas; vidrio	380,76	389,17	418,61	404,54	404,36	448,56	1,77	17,81
XIV. Perlas, piedras preciosas y semipreciosas; monedas	25,59	22,75	22,54	286,78	19,031	26,96	0,11	5,35
XV. Metales comunes y manufacturas	1.123,32	1.475,88	1.537,61	1.359,35	1.222,98	1.867,76	7,39	66,27
XVI. Maquinaria, material eléctrico, aparatos de reproducción de sonido y vídeo, y otros	1.029,47	1.032,72	1.441,49	1.372,96	997,23	1.071,75	4,24	4,11
XVII. Material de transporte	5.585,99	5.379,54	5.390,43	5.309,66	7.087,17	7.614,38	30,13	36,31
XVIII. Instrumentos ópticos y fototáticos; instrumentos médico-quirúrgicos, relojería	40,88	42,48	38,95	39,6	42,09	40,37	0,16	-1,25
XIX. Armas, municiones y componentes	0,05	0,09	0,2	0,21	0,41	0,18	0,00	260,00
XX. Bienes y productos diversos	261,38	296,76	278	290,8	193,01	304,48	1,20	16,49
XXI. Objetos de arte y antigüedades	0,15	0,09	0,1	0,39	0,15	0,35	0,00	133,33
No clasificados	186,45	222,99	260,96	260,18	267,73	372,58	1,47	99,83
TOTAL	19.984,51	21.801,61	22.862,87	22.261,98	20.956,32	25.274,52	100	26,47%

Fuente: Elaboración propia basada en datos del IGE

Tabla 3: Importaciones gallegas por TARIC, 2016-2021 (M€)

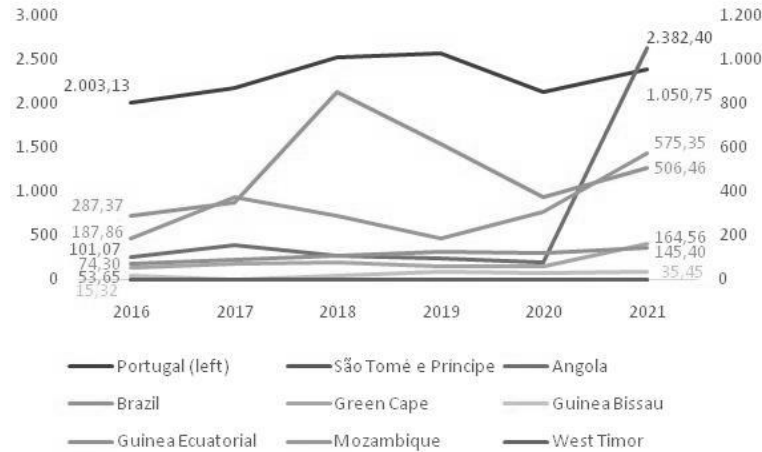
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Peso (%)	Incremento (%)
I. Animales vivos y productos de origen animal	2.094,62	2.227,16	2.357,90	2.225,89	2.066,83	2.386,56	11,83	13,94
II. Productos del reino vegetal	403,38	357,87	317,4	367,9	326,65	376,12	1,86	-6,76
III. Grasas/ácidos animales/vegetales; grasas preparadas; ceras animales o vegetales	216,07	281,41	275,32	208,88	259,85	314,89	1,56	45,74
IV. Productos alimenticios industriales; bebidas, licores, vinagre; tabaco	565,47	738,04	798,04	830,25	853,92	938,76	4,65	66,01
V. Productos minerales	1.874,55	2.814,84	3.551,73	3.396,92	1.625,74	2.868,31	14,22	53,01
VI. Productos químicos y otros productos industriales	361,17	426,73	519,21	572,43	488,09	599,38	2,97	65,96
VII. Plásticos; Caucho	383,35	464,63	507,68	453,54	415,14	514,8	2,55	34,29
VIII. Pieles, cuero, manufacturas	73,88	73,11	77,66	120,41	73,54	90,541	0,45	22,55
IX. Madera y productos de madera, Carbón; Corcho	101,95	109,598	127,69	121,39	110,4	159,9	0,79	56,84
X. Madera y otras pastas; Papel y productos de papel	169,22	167,84	205,83	222,74	214,36	228,35	1,13	34,94
XI. Téxtiles y manufacturas	2.148,91	1.814,83	1.776,25	2.039,52	1.707,16	1.938,51	9,61	-9,79
XII. Calzado; sombreado, cortinajes y otros	100,28	92,34	105,54	123,74	98,19	109,59	0,54	9,28
XIII. Piedra y otras manufacturas; vidrio	63,69	63,5	70,38	82,49	71,23	90,8	0,45	42,57
XIV. Perlas, piedras preciosas y semipreciosas; monedas	19,39	18,73	16,06	20,73	13,59	19,68	0,10	1,50
XV. Metales comunes y manufacturas	1.210,59	1.351,32	1.645,58	1.664,95	1.548,23	1.950,32	9,67	61,10
XVI. Maquinaria, material eléctrico, aparatos de reproducción de sonido y vídeo, y otros	861,06	950,87	1.162,54	1.417,81	1.457,15	1.669,26	8,28	93,86
XVII. Material de transporte	4.619,05	5.007,77	5.449,16	5.770,22	5.083,90	5.491,13	27,22	18,88
XVIII. Instrumentos ópticos y fototácticos; instrumentos médico-quirúrgicos, relojería	74,51	74,85	75,68	89,22	139,98	148,16	0,73	98,85
XIX. Armas, municiones y componentes	0,86	0,64	34,51	5,76	0,32	0,87	0,00	1,16
XX. Bienes y productos diversos	201,42	200,94	184,62	209,56	232,44	258,75	1,28	28,46
XXI. Objetos de arte y antigüedades	0,77	0,88	0,23	0,58	2,93	0,97	0,00	25,97
No clasificados	3,81	5,15	104,568	11,95	11,78	15,29	0,08	301,31
TOTAL	15.548,11	17.243,13	19.238,51	19.956,99	16.801,49	20.171,05	100	29,73

Fuente: Elaboración propia basada en datos del IGE

Por otra parte, el área de influencia económica de la CPLP abarca una población de 267 millones de personas en 10.742.000 km². Entre los países de la CPLP destacan las relaciones comerciales de Galicia con Portugal y Brasil, pero especialmente con Portugal. Por este motivo, en este apartado se analizarán en primer lugar las relaciones comerciales con el país luso y, a continuación, con otros países de la CPLP. La hipótesis es que todavía existe un gran potencial por explotar en cuanto a las relaciones con otros miembros de la comunidad lusófona. Se ha efectuado un análisis comparativo de las exportaciones gallegas (figura 2) y de la evolución de la cuota de mercado de las exportaciones gallegas a los países de habla portuguesa en los últimos años (figura 3). Destaca la importancia

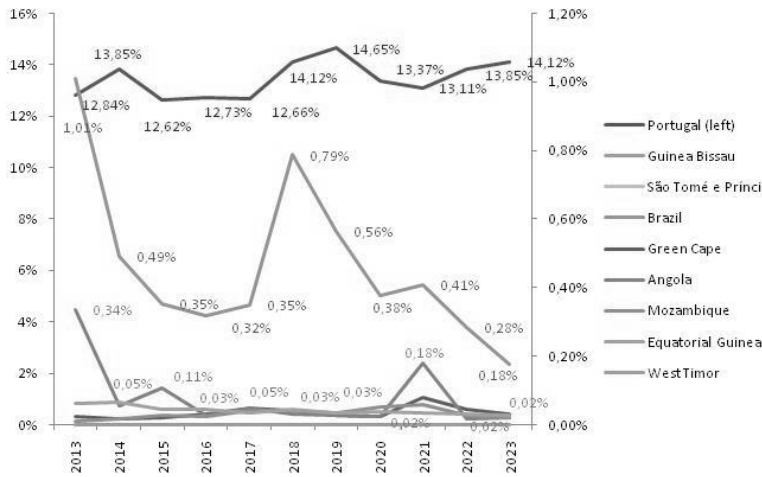
actual de Portugal (13,85% en 2022). Le sigue Brasil (0,28%), seguido de Cabo Verde (0,05%), Mozambique y Guinea Ecuatorial (0,03%), Angola (0,02%) y el resto de los países, con valores casi irrelevantes. En términos de evolución, cabe destacar que Portugal llegó a representar más del 18% de la cuota de exportaciones al inicio del periodo analizado. El resto de los países muestran en general una evolución negativa respecto a los años anteriores a la Gran Recesión.

Figura 2: Evolución del valor de las exportaciones medias a países de la CPLP, 2016-2021 (miles de euros)



Fuente: Elaboración propia basada en datos del IGE

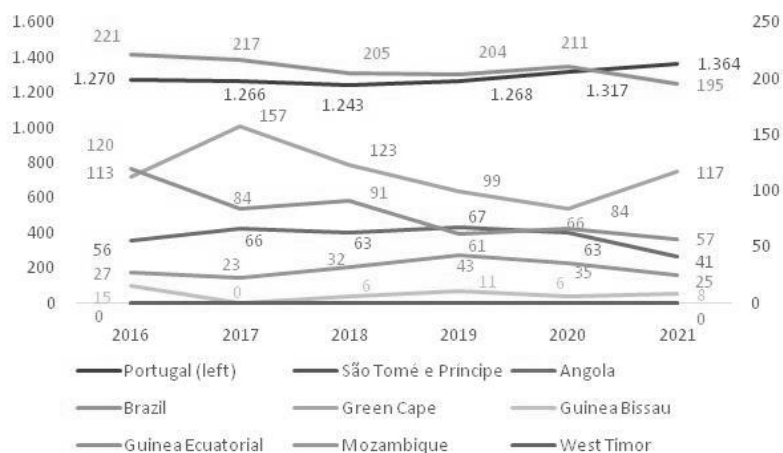
Figura 3: Evolución de la cuota de exportaciones de Galicia a los países de la CPLP, 2000-2022 (%)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos recabados del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo de España

Cabe señalar que la pérdida de cuota de mercado podría deberse a una mayor diversificación. Esta se ha situado los tres últimos años entre el 13%-14%, mientras que venía previamente oscilando de manera habitual entre el 15%-20%. En términos absolutos, las exportaciones gallegas a los países de la CPLP se han más que triplicado en los últimos veinte años, impulsadas principalmente por el fortalecimiento de las relaciones con Portugal, y el incremento de empresas implicadas en estas relaciones (figura 4), a diferencia del resto de países.

Figura 4: Empresas gallegas exportando a países de la CPLP, 2016-2021 (número de empresas)



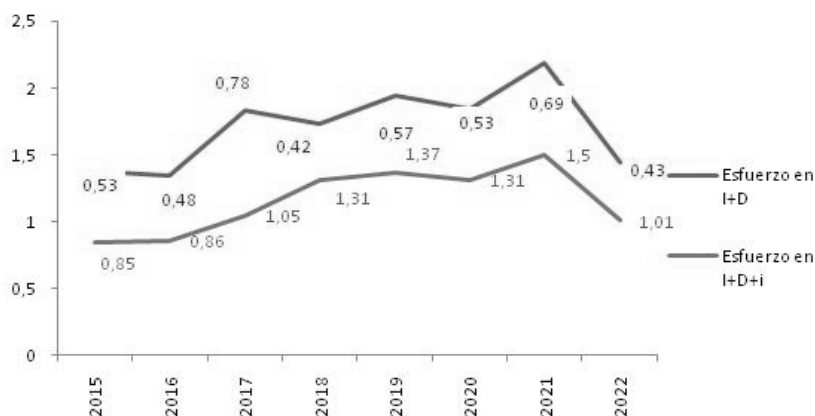
Fuente: Elaboración propia a partir de datos camerales

4.2. La situación de la innovación empresarial en Galicia

Uno de los aspectos clave del futuro de las relaciones comerciales pasa por la internacionalización de la innovación de los territorios. En esa dirección, en el presente trabajo se analiza la situación sectorial de la innovación empresarial en Galicia.

De acuerdo con los datos de la figura 5, el mayor nivel de inversión empresarial en I+D de los últimos años en relación con su facturación se produjo en 2017 (0,78%), la mitad de la media de la UE-27 (1,67%). La media en Estados Unidos ronda el 2,05%, en Japón el 2,60%, y en países como Suecia o Finlandia incluso superan el 3%. La brecha es aún importante entre la región gallega y los líderes europeos, a lo que habría que añadir las necesidades de completar la vertebración del sistema gallego de innovación (Sande, 2020), y de elaboración de políticas de innovación empresarial más ajustadas a objetivos específicos (Sande, 2022a; 2022b; Sande & Vence, 2021; 2019; Sande & Sande, 2023).

Figura 5: Esfuerzo en I+D e I+D+i de las empresas gallegas, 2015-2022 (%)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Informe Ardán (2023)

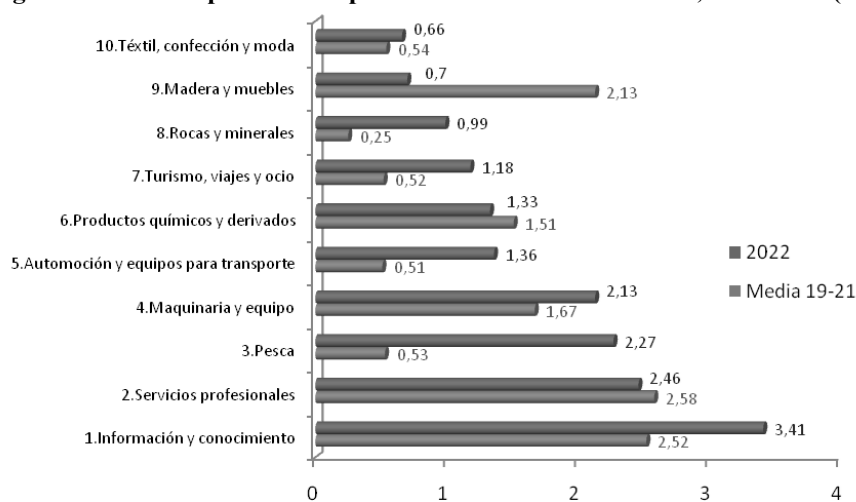
Empleando una muestra de 251 empresas, Ardán (2023) toma los datos de los últimos ejercicios 2021-2022 para estudiar el esfuerzo en I+D de las empresas gallegas. Como se aprecia en la siguiente tabla 4, el esfuerzo en I+D+i de esas empresas pasó de 1,40% (2021) a 1,08% (2022). A este respecto, cabe señalar que la inversión en I+D había aumentado ligeramente en ese mismo período (+0,03%, desde un 0,46% a un 0,49%), lo que implicaría un descenso de las inversiones en innovación.

Tabla 4: Esfuerzo I+D empresas gallegas, 2021-2022 (€)

	2021	2022
I+D+i	45.076.622,24	38.268.032,02
Innovación	30.394.488,16	20.807.867,58
Cifra negocio	3.219.428.154,76	3.528.511.655,07

Fuente: Datos de Ardán (2023)

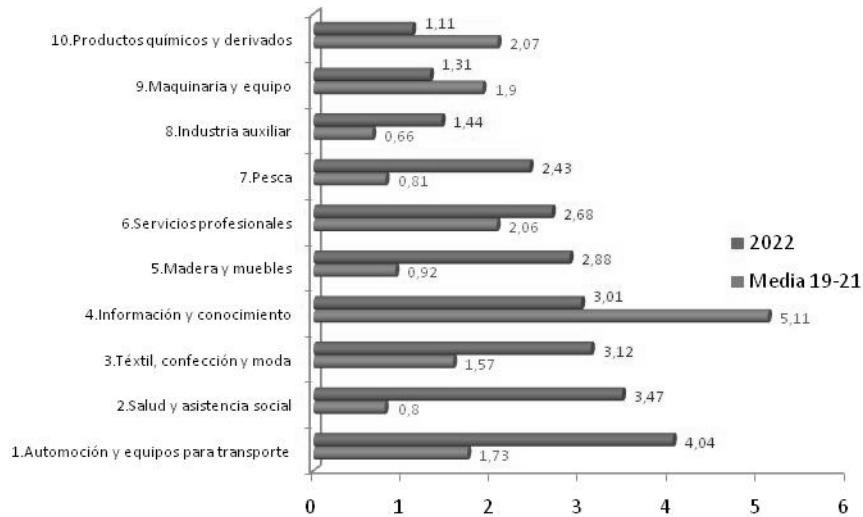
A continuación, se ha analizado sectorialmente el esfuerzo inversor de las empresas gallegas en I+D+i, diferenciando las inversiones en I+D de las inversiones en innovación ("i"). Una conclusión destacable de la observación de los datos de I+D es la estabilidad en los primeros puestos del ranking para los sistemas productivos de Información y Conocimiento, y Servicios Profesionales. Son actividades estas intensivas en conocimiento y con capacidad para generar empleos altamente cualificados, además de nuevos productos y procesos y efectos *spillover*. Por otro lado, cabe resaltar la presencia intermitente del sistema productivo de la Pesca, por ser esta una actividad enraizada en la estructura productiva gallega, y por ser también una actividad relevante en países como Angola. A este respecto, el ecosistema productivo gallego está compuesto no sólo por armadoras, sino también por empresas transformadoras, lo que permite la existencia de espacios para potenciar la actividad de I+D en el sector. Además, un refuerzo en este sentido permitiría continuar construyendo fortalezas en el mar-industria autonómico, a través de aspectos como el uso de nuevos materiales, el diseño y gestión de los barcos, o los sistemas de comunicación, posicionamiento y seguridad de los barcos, además de mejoras en el desarrollo de tecnologías ópticas para reconocimiento del pescado, pesaje de capturas, o de mejoras a nivel logístico y de automatización de procesos industriales, entre otros. En lo que concierne al resto de sectores, tan solo cabe mencionar que muestran un patrón estable, destacando las inversiones en la Automoción y equipos para transporte; Salud y asistencia social; Textil, confección y moda; o Maquinaria y equipo (figura 6).

Figura 6: Sistemas productivos por esfuerzo en I+D en Galicia, 2019-2022 (%)

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Informe Ardán (2023)

Respecto del esfuerzo en innovación, destaca el sector de los transportes y la automoción, seguido por el sector de la salud en segundo lugar, y el textil en tercero. Las TIC ocuparían el cuarto lugar, mientras que sectores estratégicos gallegos como el de la madera y muebles, el de la pesca, la producción de maquinaria y la de productos químicos contarían también con inversiones destacadas en la actualidad (figura 7).

Figura 7: Sistemas productivos por esfuerzo en innovación en Galicia, 2019-2022 (%)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Informe Ardán (2023)

4.3. La realidad económica de Angola

4.3.1. La estructura económica de Angola

Angola es uno de los países africanos con menos diversificación y más acoplado a la evolución del precio del crudo. En los últimos 15 años, el único producto nuevo que se ha añadido a la “cesta de exportaciones” es el gas natural (Marín, 2021). La ausencia de incentivos hacia otros sectores es un aspecto clave que dificulta las reformas económicas. El sector industrial (46% del total del PIB), el peso creciente del sector servicios (45,5%) y la importancia de la agricultura (8,5%), caracterizan la economía del país. El sector público es el principal agente económico. El coste de vida es muy elevado, especialmente en la capital. A pesar de tener una renta per capita fluctuante en el tiempo y que ha llegado a superar los 6.000 USD, la distribución de la renta es absolutamente dispar, con una minoría con rentas elevadísimas y una mayoría que vive en el umbral de la pobreza. La clase media es prácticamente inexistente (tabla 5). Pero Angola está abriendo sus mercados desde su situación de oligopolio, en sectores como el de los productos básicos para el desarrollo industrial, el agrícola y el sector servicios (Oficina Económica y Comercial de España en Luanda, 2020).

Destaca en la estructura del PIB el aumento del peso que representaron entre 2018-2019 actividades como la agricultura, pesca y derivados, extracción de diamantes y producción de petróleo (del 29,72% al 36,96%). A pesar de esta evolución, su desempeño que se ha visto frenado con la pandemia del COVID. Pero Angola –quinta economía africana en términos de PIB y segundo productor de petróleo en África Subsahariana–, experimentó un impulso económico positivo en 2022 que le permitió salir de una larga y profunda recesión de seis años (2016-2021). La recuperación económica, apoyada en el aumento de los precios del petróleo y los altos niveles de producción, ha impulsado el crecimiento económico y el entorno macro en general, además de ayudar al país a reducir su deuda pública al 56,5% del PIB (frente al 79,7% en 2021) (tabla 6).

Tabla 5: Principales descriptores e indicadores económicos de Angola

ELEMENTO	DESCRITIVO
INTERNACIONAL Moneda Tasa de cambio Organizaciones internacionales	Kwanza angoleño 893,88 kwanza por US\$ (01/09/2023) OMC, Unión Africana, Fondo Monetario Internacional
MACROECONOMÍA	
PIB (nominal) Variación del PIB (2013-2022) PIB per capita (nominal) PIB por sectores Inflación (IPC)	110.043 millones € (2022) 7% 3.189 € (2022) Agricultura 8,5%, industria 46% comercio y servicios 45,5% (2021) 12,10% (julio 2023)
DESARROLLO	
Índice de Desarrollo Humano (IDH) Índice de Corrupción	0,581 (medio) (148.º) (2019)2 33
TRABAJO	
Fuerza laboral Tasa de desempleo Principales industrias	8 240 000 (2011) 15,8% (1º trimestre de 2021) Extracción de petróleo; diamantes, mineral de hierro, fosfato, feldespato, bauxita, uranio y oro; cemento; productos básicos de metal; procesado de pescado, procesado de alimentos, cerveza, tabaco, azúcar; textiles; reparación de barcos
COMERCIO	
Exportaciones Principales productos exportados Principales destinos de exportación Importaciones Principales productos importados Origen de las importaciones	28.187,30 millones € (2021) Petróleo crudo, diamantes, derivados del petróleo, café, yute, pescado, madera, algodón China (61,17%), India (8,30%), EE.UU. (5,29%), E.A.U. (2,97%) 10.803,10 millones € (2021) Máquinas y equipamientos, vehículos y piezas, fármacos, alimentos, textiles, equipamiento militar China (20,16%), Asia (otros, 17,29%), Bélgica (5,67%), EE.UU. (4,74%), Singapur (4,72%), Sudáfrica (4,44%)
SECTOR PÚBLICO	
Gasto público (2021) Gasto Educación (% Gto. Público) (2020) Gasto Salud (% Gto. Público) (2017) Gasto Defensa (% Gto. Público) (2021) Deuda total (% PIB)	12.319,5 millones € 1.209,2 millones € (10,38%) 1.395,9 millones € (5,43%) 715,4 millones € (6,78%) 54.890 millones € (86,86%)

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del FMI, Datos Macro, ICEX

Tabla 6: Comparativa de la estructura del PIB por actividad en Angola, 2010-2021

Productos	2010	2021	Tasa variación media anual
Sector primario: agricultura, ganadería y pesca	6,1	8,5	0,13
Sector industrial:	52,4	46,0	-0,01
Extracción de petróleo y gas natural	37,5	28,9	-0,02
Extracción de diamantes y otros	0,7	1,6	0,21
Construcción	9,0	9,6	0,10
Otros	5,2	5,9	0,10
Sector servicios:	41,9	45,5	0,10
Comercio	11,5	17,4	0,14
Transportes y almacenaje	2,7	1,8	-0,03
Correos y telecomunicaciones	1,8	2,6	0,13
Intermediación financiera y seguros	2,0	0,7	-0,06
Administración pública y defensa	10,6	9,9	-0,006
Servicios inmobiliarios	4,4	5,9	0,12
Otros servicios	8,5	5,6	-0,03

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Asuntos Exteriores (2023)

En cuanto a los orígenes de la inversión extranjera directa en el país (IED) destaca el primer lugar ocupado por EE.UU., seguido por Francia y China. Son varios los países europeos con presencia inversora en el país, una cuestión que estaría relacionada con la abundancia de proyectos ligados al sector petrolífero (tabla 7).

Tabla 7: Principal origen de la IED en Angola (millones dólares)

País	Inversión	País	Inversión
1º EEUU	425,9	7º Portugal	35,9
2º Francia	367,7	8º Argentina	0,8
3º China	245,2	9º Cuba	0,07
4º Italia	204,7	10º Malasia	0,03
5º Reino Unido	200,7	11º Otros	0,02
6º Noruega	122,9		

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Banco Nacional de Angola (2018)

4.3.2. Las relaciones comerciales de Angola

Las fuentes de información comercial en Angola continúan siendo parcialmente confusas. China es el primer socio comercial de Angola según las estadísticas angoleñas. No obstante, fuentes como Mundistacom no reflejan las exportaciones ni importaciones de China de algunos ejercicios. En las estadísticas del INE, China figura también como principal socio (tabla 8), mientras que Portugal sería el segundo país suministrador en 2017 (con una cuota del 12,5% en 2017). No obstante, en la base de datos Mundiastacom Portugal no aparecería entre los primeros países de importación, lo que es indicativo de las dificultades de obtención de datos certeros para Angola.

Tabla 8: Principales socios comerciales de Angola en 2018 (miles euros)

Clientes	Exportaciones	Cuota	Suministradores	Importaciones	Cuota
China	25.652.016,50	52%	China	2.234.927,77	20,1%
India	4.337.925,19	8,8%	EAU	1.003.917,88	9%
EEUU	2.768.924,98	5,6%	Sudáfrica	553.533,723	6,9%
EAU	1.569.493,44	3,2%	EEUU	543.961,717	5,6%

Fuente: Elaboración propia a partir del informe de la Oficina Económica y Comercial de España en Luanda (2021) y Mundistacom

El principal producto exportado por Angola al resto del mundo es el petróleo, que supone más del 90% del total de las exportaciones (tabla 9). En las últimas décadas, el único producto nuevo que se ha incorporado a la cesta de exportaciones angoleñas ha sido el gas natural que, junto con la tradicional exportación de diamantes, completan el total de las ventas al resto del mundo. Desde el

punto de vista de las compras de Angola al exterior, China suministra fundamentalmente máquinas, aparatos mecánicos y combustibles.

Tabla 9: Principales exportaciones e importaciones de Angola por capítulo arancelario, 2019 (%)

Exportaciones		Importaciones	
Producto	Cuota	Producto	Cuota
27-Combustibles	91,7%	84-Máquinas y aparatos mecánicos	18,3%
71-Piedra, Metales preciosos, joyería	4,06%	27-Combustibles	8,3%
89-Barcos y embarcaciones	1,13%	85-Aparatos y materiales eléctricos	5,6%
84-Máquinas y aparatos mecánicos	0,92%	02-Carne y despojos comestibles	5,53%

Fuente: Elaboración propia a partir del informe económico y comercial de Angola (ICEX, 2021) y Mundistacom

En cuanto al sector servicios, para el país el desarrollo de infraestructuras de transportes y turísticas se ha marcado como un gran reto de Gobierno por la oportunidad de ingresos, empleo y progreso social que conlleva el sector. A pesar de esto, el número de visitantes en Angola en 2019, último dato disponible, fue únicamente de 217.000 personas, si bien el potencial del sector sería mucho mayor mejorando aspectos como la seguridad y oferta para los visitantes.

5- ANÁLISIS DE LAS RELACIONES ECONÓMICAS DE GALICIA CON AN-GOLA: DEBILIDADES, AMENAZAS, FORTALEZAS, OPORTUNIDADES

5.1. El marco gallego: las relaciones económicas bilaterales España-Angola

El principal producto exportado a España es igualmente el petróleo crudo y, así, la balanza comercial de España con Angola es históricamente deficitaria. España recibe aproximadamente el 2% del total de exportaciones del país de este producto, superando las compras estatales a las de Portugal o Francia. Luego es posible afirmar que España representa para Angola el principal socio comercial europeo, en lo que a exportaciones de este producto se refiere. En cuanto a las compras de Angola, España no tiene excesiva relevancia (ver tabla 10), siendo Portugal el socio comercial europeo de referencia.

Tabla 10: Evolución de las exportaciones españolas a Angola, principales capítulos arancelarios (miles euros, % s/ total)

CNAE	2017	2018	2019	2020	2021	2022
84 MÁQUINAS Y APARATOS MECÁNICOS	52.973,94 (44,41%)	5.437,34 (13,38%)	10.697,13 (17,89%)	9.704,57 (18,72%)	7.368,22 (12,82%)	14.780,45 (19,20%)
87 VEHÍCULOS AUTOMÓVILES; TRACTORES	3.701,97 (3,10%)	1.020,16 (2,51%)	1.871,28 (3,13%)	13.296,45 (25,65%)	943,93 (1,64%)	1.755,56 (2,28%)
85 APARATOS Y MATERIAL ELÉCTRICO	3.555,33 (2,98%)	1.414,16 (3,48%)	2.932,00 (4,90%)	5.271,68 (10,17%)	3.464,88 (6,03%)	10.611,98 (13,79%)
48 PAPEL, CARTÓN; SUS MANUFACTURAS	4.429,20 (3,71%)	1.989,12 (4,90%)	1.764,68 (2,95%)	2.718,81 (5,24)	4.990,42 (8,68%)	3.951,14 (5,13%)
39 MAT. PLÁSTICAS; SUS MANUFACTU.	12.840,99 (10,77%)	3.041,96 (7,49%)	3.324,83 (5,56%)	2.025,45 (3,91%)	1.135,55 (1,98%)	1.389,89 (1,81%)
21 PREPARAC. ALIMENTICIAS DIVERSAS	2.309,18 (1,94%)	1.855,39 (4,57%)	1.968,72 (3,29%)	1.275,18 (2,46%)	1.339,71 (2,33%)	891,94 (1,16%)
Total de Exportaciones	119.275,71	40.630,68	59.783,21	51.846,50	57.467,15	76.975,61

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo de España, 2023

España tiene una presencia reducida de empresas en el país, apenas una veintena, según el registro del ICEX para el 2022. En años anteriores, sin embargo, la cifra de empresas españolas era casi del doble. En los años de mayor corrupción del gobierno de Dos Santos, algunas empresas españolas que estaban haciendo negocios en Angola aparecieron en los “Luanda leaks” y han sido, y están siendo, investigadas por posibles delitos. Según la Oficina Económica y Comercial de España en Luanda, casi todas las empresas españolas que operaron en Angola en 2021 sufrieron retrasos e

impagos. Además, se han señalado dificultades para el acceso al mercado por la preferencia de empresas locales en las compras públicas, además de existir trámites aduaneros complejos y dificultad de acceso a divisas.

El entorno empresarial es por tanto complejo; en el último indicador de facilidad de hacer negocios (Doing Business) publicado por el Banco Mundial (2022), se situaba a Angola en la posición 177 del total de 190 países indexados. A pesar de todo, Angola se sigue señalando como un país de oportunidades en diversos sectores: agroindustria, turismo, sector textil, producción y distribución eléctrica e infraestructuras de comunicación, entre otros. Incluso el proceso de privatizaciones a gran escala del gobierno, conocido como PROPRIV (Presidencia da República, 2019), supone también una oportunidad de entrada para el sector privado.

Para España, el continente africano es un importante proveedor de petróleo. Angola (alrededor del 3%) fue el cuarto suministrador de petróleo africano a España, por detrás de Nigeria (aproximadamente 10%), Libia y Argelia, según datos del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (2023) (tabla 11).

Tabla 11: Evolución de las importaciones españolas de Angola, principales capítulos arancelarios (miles euros, % s/ total)

CNAE	2017	2018	2019	2020	2021	2022
27 COMBUSTIB. ACEITES MINERALES	342.211,88 (98,24%)	374.598,50 (97,25%)	590.769,08 (98,38%)	290.464,58 (97,89%)	94.265,16 (92,17%)	289.586,84 (96,29%)
03 PESCADOS CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS.	3.558,16 (1,02%)	7.555,05 (1,96%)	4.714,03 (0,78%)	2.878,75 (0,97%)	4.056,56 (3,97%)	4.882,56 (1,62%)
25 SAL YESO PIEDRAS, CEMENTO	1.428,61 (0,41%)	1.605,87 (0,42%)	2.657,47 (0,44%)	2.361,90 (0,80%)	3.659,38 (3,58%)	4.986,97 (1,66%)
08 FRUTAS /FRUTOS, S/ CONSERVAR	N.D. (-%)	920,16 (0,24%)	118,80 (0,02%)	540,00 (0,18%)	0,74 (0,001%)	178,91 (0,06%)
44 MADERA Y SUS MANUFACTURAS	135,62 (0,04%)	230,05 (0,06%)	343,97 (0,06%)	213,51 (0,07%)	215,64 (0,21%)	446,16 (0,15%)
09 CAFÉ TÉ YERBA MATE Y ESPECIAL	N.D. (-%)	58,98 (0,02%)	59,15 (0,01%)	0,07 (0,00%)	N.D. (-%)	107,79 (0,04%)
76 ALUMINIO Y SUS MANUFACTURAS	N.D. (-%)	N.D. (-%)	N.D. (-%)	177,19 (0,06%)	N.D. (-%)	0,59 (0,00%)
68 MANUFACTURAS DE PIEDRA, YESO	N.D. (-%)	N.D. (-%)	N.D. (-%)	51,41 (0,02%)	55,93 (0,05%)	186,66 (0,06%)
Total de Importaciones	348.333,88	385.199,63	600.519,21	296.734,76	102.278,04	300.755,59

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo de España, 2023

5.2. Relaciones Comerciales Galicia-Angola

Angola es un atractivo destino de exportación con proyección de futuro. El país importa de España principalmente maquinaria, equipos y aparatos (17,99%), vehículos de motor (12,61%), productos siderúrgicos (6,92%) y otros bienes como material y equipo eléctrico (6,47%), y plásticos en menor medida (Oficina Económica y Comercial de España en Luanda, 2020). Además, destacaba en el país la demanda internacional de productos agroalimentarios y químicos (Oficina Económica y Comercial de España en Luanda, 2020; 2018).

Por otra parte, las exportaciones gallegas a Angola en 2022 no alcanzaron los 5 millones de euros, lo que resulta paradójico teniendo en cuenta las expectativas de crecimiento y desarrollo del país (tabla 12) y la proximidad cultural. También paradójicamente, algunas empresas gallegas, principalmente pesqueras, con clara vocación exportadora, sí consiguen vender cantidades de producto superiores en otros países lusófonos de menor dimensión como Cabo Verde. Casi el triple de lo que Galicia exporta a Angola.

Los sectores receptores de importaciones en España están en línea con los resultados provisionales de exportación observados para 2022, y con gran parte de la especialización exportadora de Galicia (centrada tradicionalmente en sectores como los productos agroalimentarios y la pesca, los transportes, la construcción e ingeniería o el textil, entre otros). También destacan en el caso angolano las compras gallegas de sal y elementos de construcción, como yeso o piedras (tabla 13).

Además, el país está desarrollando actualmente su sector turístico, lo que podría suponer una oportunidad adicional para acceder al mercado.

Tabla 12: Evolución de las exportaciones gallegas a Angola, principales capítulos arancelarios (miles euros)

CNAE	2017	2018	2019	2020	2021	2022
84 MÁQUINAS Y APARATOS MECÁNICOS	996,30 (12,98%)	1.673,77 (55,72%)	828,39 (28,89%)	656,55 (37,53%)	1.007,14 (45,44%)	1.033,01 (34,61%)
89 BARCOS Y EMBARCACIONES	3.332,38 (43,43%)	32,00 (1,07%)	- (-%)	- (-%)	- (-%)	- (-%)
02 CARNE Y DESPOJOS COMESTIBLES	102,62 (1,34%)	332,12 (11,06%)	569,43 (19,86%)	500,92 (28,63%)	227,69 (10,27%)	341,27 (11,43%)
03 PESCADOS, CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS	1.034,26 (13,48%)	225,50 (7,51%)	- (-%)	- (-%)	- (-%)	- (-%)
87 VEHÍCULOS AUTOMÓVILES; TRACTORES	19,95 (0,26%)	68,01 (2,26%)	353,99 (12,34%)	9,64 (0,55%)	291,84 (13,17%)	306,43 (10,27%)
85 APARATOS Y MATERIAL ELÉCTRICO	259,67 (3,38%)	82,88 (2,76%)	99,63 (3,47%)	65,26 (3,73%)	98,26 (4,43%)	236,26 (7,92%)
39 MAT. PLÁSTICAS; SUS MANUFACTU.	220,05 (2,87%)	3,14 (0,10%)	459,99 (16,04%)	0,32 (0,02%)	14,24 (0,64%)	9,94 (0,33%)
90 APARATOS ÓPTICOS, MEDIDA, MÉDICOS	16,55 (0,22%)	1,51 (0,05%)	19,90 (0,69%)	1,69 (0,10%)	0,51 (0,02%)	452,92 (15,17%)
94 MUEBLES, SILLAS, LÁMPARAS	479,74 (6,25%)	1,47 (0,05%)	4,46 (0,16%)	1,53 (0,09%)	16,44 (0,74%)	- (-%)
99 CONJUNT. DE OTROS PRODUCTOS	309,12 (4,03%)	152,75 (5,08%)	173,92 (6,07%)	162,45 (9,29%)	214,22 (9,66%)	254,59 (8,53%)
Total Exportaciones	7.673,08	3.004,14	2.867,50	1.749,51	2.216,64	2.984,68

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo de España, 2023

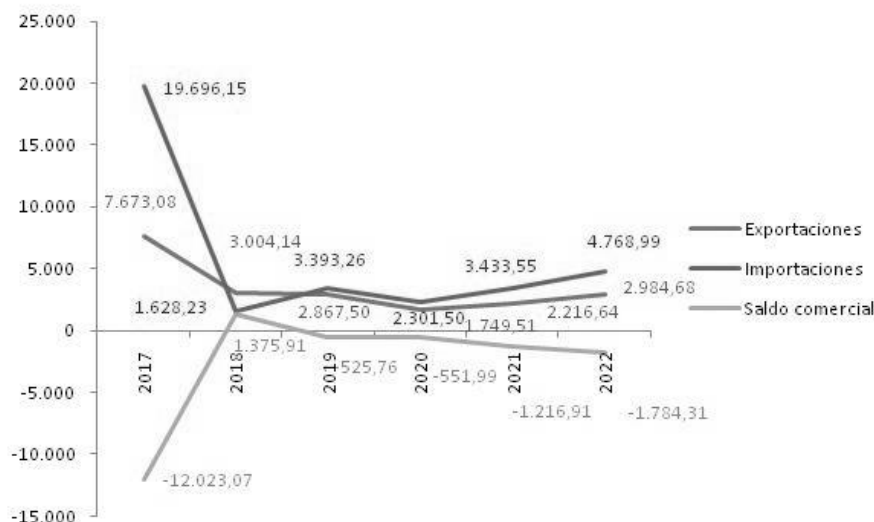
Tabla 13: Evolución de las importaciones gallegas de Angola, principales capítulos arancelarios (miles euros)

CNAE	2017	2018	2019	2020	2021	2022
27 COMBUSTIB. ACEITES MINERALES	18.305,59 (92,94%)	- (-%)	- (-%)	- (-%)	- (-%)	- (-%)
25 SAL, YESO, PIEDRAS S/ TRABAJAR	1.349,65 (6,85%)	1.539,47 (94,55%)	2.532,21 (74,62%)	2.240,81 (97,36%)	3.384,87 (98,58%)	4.705,26 (98,66%)
03 PESCADOS CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS.	- (-%)	- (-%)	495,41 (14,60%)	- (-%)	- (-%)	- (-%)
08 FRUTAS /FRUTOS, S/ CONSERVAR	- (-%)	- (-%)	- (-%)	- (-%)	- (-%)	49,79 (1,04%)
44 MADERA Y SUS MANUFACTURAS	20,64 (0,10%)	47,09 (2,89%)	218,94 (6,45%)	13,50 (0,59%)	- (-%)	- (-%)
87 VEHÍCULOS AUTOMÓVILES; TRACTORES	13,63 (0,07%)	19,31 (1,19%)	145,64 (4,29%)	1,36 (0,06%)	0,11 (0,003%)	- (-%)
84 MÁQUINAS Y APARATOS MECÁNICOS	5,34 (0,03%)	18,72 (1,15%)	0,95 (0,03%)	7,14 (0,31%)	- (-%)	- (-%)
68 MANUFACTURAS DE PIEDRA, YESO	- (-%)	- (-%)	- (-%)	38,54 (1,67%)	35,40 (1,03%)	13,44 (0,28%)
Total Importaciones	19.696,15	1.628,23	3.393,26	2.301,50	3.433,55	4.768,99

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo de España, 2023

La actividad económica galaico-angoleña se caracteriza por una balanza comercial que presente generalmente saldos negativos para la Comunidad Autónoma para los últimos ejercicios (excepto en 2018). No obstante, el valor de las exportaciones podría estar recuperándose levemente tras la pandemia de COVID19 (figura 8), lo que abre expectativas y oportunidades de negocio futuras.

Figura 8: Evolución del Saldo Comercial Galicia-Angola, 2017-2022 (miles de euros)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo de España, 2023

A continuación, se ha procedido a recopilar información sobre las principales empresas exportadoras gallegas a Angola durante la última década (tabla 14). Destaca la presencia de empresas relacionadas con la explotación de recursos pesqueros y agroalimentación, componentes industriales (especialmente del naval) e ingeniería, y empresas de otros sectores relacionados con la industria.

Tabla 14: Principales empresas exportadoras gallegas en Angola, 2014-2022

Empresas Pesca-Agroalimentación	Componentes industriales e ingeniería	Otras empresas
<ul style="list-style-type: none"> INDUSTRIAS FRIGORIFICAS DEL LOURO SA ZELNOVA SA PESCANOVA SA GRUPIMAR SL PESCADOS RUBEN, SL, NOVAFRIGSA SA GRUPIMAR SL BODEGAS TERRAS GAUDA SA GAICTECH, SL 	<ul style="list-style-type: none"> INDUSTRIAS GUERRA SA FLUIDMECANICA SA MARALV MARINE SL UNIPERSONAL ESPINA OBRAS HIDRAULICAS SA TEMPE SA ARDORA SA INDUSTRIAS FERRI SA BAITRA SL INTERNACO SA INDUSTRIA DE DISEÑO TEXTIL SA TEMPE SA 	<ul style="list-style-type: none"> HERMANOS RODRIGUEZ GOMEZ SA ANGEL LOPEZ SOTO SL PROMENS IBERIA SA PETER TABOADA SL

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Cámara de Comercio Española (2023)

5.3. Análisis de oportunidades económicas para Galicia: análisis DAFO

El análisis efectuado nos ha llevado a señalar en la siguiente tabla los principales aspectos relacionados con las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de las relaciones económicas entre Galicia y Angola (tabla 15).

Tabla 15: Análisis DAFO de las relaciones económicas y comerciales Galicia-Angola

Debilidades	Amenazas
<p>-Bajo nivel de renta per cápita del país destino.</p> <p>-Elevado nivel de desempleo de la población de Angola.</p> <p>-Escasa diversificación productiva de Angola por presencia del petróleo (las reservas probadas y probables de petróleo en Angola están estimadas en 12 billones 667 millones de barriles) y ausencia de incentivos para otros sectores.</p> <p>-Desconocimiento por gran parte del empresariado gallego del mercado en Angola.</p>	<p>-La tasa de fertilidad de 6,2 hijos por mujer, representa un enorme reto para la mejora de los indicadores de pobreza y desarrollo.</p> <p>-Posibles inestabilidades del precio del petróleo debido a conflictos bélicos externos.</p> <p>-Crisis económica en China, por ser este uno de los principales socios comerciales del país africano.</p> <p>-Pandemias y otros sucesos que puedan afectar a sectores económicos como el turístico u otros.</p> <p>-Impagos por falta de liquidez o informalidad en el mercado de destino.</p>
Fortalezas	Oportunidades
<p>- Angola es la quinta economía africana en términos de PIB y segundo productor de petróleo en África Subsahariana.</p> <p>-Recuperación de los precios del petróleo, lo que fortalecerá a la economía angoleña en próximas fechas.</p> <p>-Durante los últimos cinco años la economía del país africano registró un rápido crecimiento con una media de 18% por año, reforzando su capacidad adquisitiva y de negocio.</p> <p>-Reducción de la deuda pública del 79,7% respecto al PIB en 2021 al 56,5% en 2022 (FMI, 2022), lo que permite al país afrontar mayor contratación pública.</p> <p>-La innovación gallega está centrada en sectores específicos clave y con potencialidad exterior.</p> <p>El país africano posee y explota numerosos recursos naturales y mineros de interés, como petróleo, gas natural, cobre, fosfato, diamante, zinc, aluminio, oro, hierro, uranio, entre otros, además de poseer una rica fauna y flora.</p> <p>-Presencia de algunas pocas empresas exportadoras en sectores clave, que pueden actuar como "rompehielos" del mercado.</p>	<p>-Crecimiento poblacional esperado alcancen los 45 millones de habitantes en 2030 (United Nations Population Fund, 2020), y otras superan los 70 millones de habitantes en 2050 (PopulationPyramid, 2023).</p> <p>-El 66% de la población angoleña tiene actualmente menos de 25 años, lo que convierte al mercado laboral y a la reducción del desempleo juvenil en aspectos clave para el futuro de la economía del país.</p> <p>-Recuperación económica tras salir de una recesión de seis años (2016-2021).</p> <p>-Reformas normativas: Desde el punto de vista comercial, Angola prevé la eliminación de restricciones en la oferta de bienes y servicios. Estas medidas se complementarían a nivel fiscal con incentivos a la inversión productiva, en el marco de una nueva ley de inversión privada.</p> <p>-Diversos sectores atractivos para la inversión gallega, fundamentalmente la agricultura (sector en recuperación en el que destaca la producción de café, bovinos, algodón, maíz, azúcar, etc.) y pesca, la industria (refinado de petróleo, acero, textil, etc.) el transporte (con infraestructuras portuarias, ferroviarias y aeroportuarias relevantes), la construcción civil (en crecimiento tras la finalización de la guerra) y la minería (diamantes, petróleo, hierro, cobre, manganeso, mica, fosfato, plomo, estaño, oro, plata, platino).</p>

Fuente: Elaboración propia a partir del análisis efectuado

6- CONCLUSIONES: LA CONVENIENCIA DE PLANIFICAR EL APROVECHAMIENTO DE OPORTUNIDADES ECONÓMICAS

En un contexto de comercio mundial con mercados cada vez más competitivos y mercado por factores como la reciente crisis económica, la inestabilidad económica, política y social de muchos países y las turbulencias provocadas por la tensa relación entre bloques económicos como consecuencia de posiciones proteccionistas o librecambistas adoptadas ad hoc, se hace necesario afinar la estrategia económica exterior gallega. Incluir aspectos a nivel planificación, elaboración e implementación de política exterior y de internacionalización que permitan llevar a cabo un crecimiento

ordenado de las relaciones comerciales gallegas con países emergentes es conveniente. Aprovechar las afinidades socioeconómicas y culturales supone una oportunidad.

La proximidad psico-geográfica sirve de soporte a las relaciones comerciales, y la lengua "común" no ha llegado a representar todavía un motor relevante del comercio gallego con los países de la CPLP, a excepción de Portugal. En la situación actual, y en línea con Sande (2019) y Bruna (2007), se deberían considerar varias medidas para intensificar las relaciones comerciales y aumentar el volumen (en euros y en número de unidades) de las exportaciones a los países de la CPLP: a) Consolidar los mercados existentes, b) Promover la introducción de nuevos productos y servicios tecnológicos y c) Diversificar los mercados. Sin embargo, el presente análisis nos obliga a dar un paso más en relación con los análisis anteriores y a aclarar algunos aspectos.

1. El comportamiento de la economía de Angola y la sostenibilidad prevista de su deuda dependen en gran medida de un mercado de petróleo que, aunque si bien es actualmente favorable, es del todo impredecible. En un contexto de precios internacionales del crudo elevados, como en el ciclo actual, se genera una ingente cantidad de ingresos para el gobierno y garantiza el servicio de la deuda. Sin embargo, el sector extractivo ofrece una cantidad limitada de empleo y no contribuye necesariamente a la reducción de la pobreza (Marín, 2023).

2. Aunque actualmente Angola tiene una importancia media como suministrador de petróleo, no deja de ser uno de los mayores productores africanos. Además, las perspectivas de producción de crudo angoleño a medio plazo apuntan a un crecimiento importante, apoyado sobre todo por el incremento de las extracciones en el enclave de Cabinda.

3. El dilema económico de Angola está en seguir apostando por el sector del petróleo, que proporciona recursos y que afianza su posición como potencia energética y económica del continente, o diversificar y virar la economía a sectores menos estratégicos, como la agricultura y el sector servicios, que pueden absorber mayor cantidad de empleo.

4. En un contexto de paro juvenil desorbitado, que se sitúa alrededor del 60%, los objetivos gubernamentales pasan necesariamente por lograr una mayor inclusión laboral de este segmento de la población, y por la creación de trabajo. Si a este hecho se añade que las previsiones de evolución demográfica sitúan a Angola con más de 70 millones de habitantes/consumidores en 2050 (PopulationPyramid, 2023), no cabe duda de que para Galicia y España, Angola podría estar llamada a ser un socio económico de importancia creciente.

5. Hoy en día, Galicia cuenta con empresas que poseen conocimiento del mercado angoleño, pudiendo ejercer como puente de entrada. De igual manera, para aquellos sectores en los que esta relación no sea posible, las intensas relaciones económicas y comerciales con el vecino Portugal pueden servir como motor de conocimiento de mercados específicos del país africano, incluso mediante alianzas y colaboraciones estratégicas. Con todo, en determinados sectores como la construcción civil la estrategia comercial parece pasar más por la creación de asociaciones, consorcios o formas de colaboración similares con empresariado local.

6. De entre los sectores con mayores oportunidades de negocio en el país objeto de análisis, Galicia cuenta con especialización productiva y exportadora para, cuando menos, cuatro de ellos: industria (agroalimentación, maderera y textil), construcción civil, transporte (portuario, turismos y otra maquinaria) y agricultura y pesca. Sectores con necesidad de desarrollo, como el sanitario, podrían constituir también una oportunidad.

7. Un aspecto pendiente a nivel de políticas públicas es el fortalecimiento de la internacionalización de la innovación empresarial en Galicia. En este sentido, la especialización de la innovación en la autonomía presenta fortalezas para acceder a mercados como el angoleño, por coincidir las principales áreas de innovación gallegas con las manufacturas demandadas por parte de este país (transportes y automoción, madera y muebles, pesca, maquinaria y productos químicos, fundamentalmente). En este sentido, sería conveniente desde el punto de vista de Galicia desarrollar un plan comercial con Angola, que incluya la introducción de la innovación, y que esté basado en el marco normativo que ofrece la Ley Paz Andrade y la reciente Ley de Acción Exterior. Como primer paso sería conveniente promover mayores contactos con los agentes clave de la economía angoleña, como la embajada en España, así como promover la formación sobre el mercado de destino y las licitaciones públicas en el país, proveer espacios de reunión y de colaboración para innovar entre empresarios de ambos países para establecer alianzas estratégicas, además de fomentar la participación en ferias y eventos en destino.

Evidentemente, la acción exterior gallega y su impulso a través del fortalecimiento de las relaciones comerciales necesitan de otros incentivos y medidas de acompañamiento, como la promoción industrial, el fomento de infraestructuras modernas de transporte (principalmente el ferrocarril con Portugal, social estratégico) y tecnológicas, así como políticas tecnológicas más acordes y el fomento de la internacionalización de la I+D+i, o incentivos fiscales, entre otros. Una alianza con los países de la CPLP debería considerarse conveniente para restar importancia a otros mercados atractivos o emergentes y diversificar la actividad exterior.

Finalmente, un estudio riguroso como el presente debe incluir las principales limitaciones. En este sentido, cabe señalar que la informalidad de las relaciones económicas en el país angola constituye una limitación en su cuantificación, ya que para la misma se han empleado datos exclusivamente oficiales. Además, el análisis estadístico efectuado permite identificar asociaciones y correlaciones entre variables, pero no puede establecer causalidades. Por último, los resultados del presente trabajo no son generalizables a otras poblaciones o contextos, ya que responden a una realidad concreta (Angola) en un momento concreto.

REFERENCIAS

- Altomonte, C., Aquilante, T., Békés, G., & Ottaviano, G. I. (2013). Internationalization and innovation of firms: evidence and policy. *Economic policy*, 28(76), 663-700
- Balassa, B. (1993). Outward Orientation. In: *Policy Choices for the 1990s*. Palgrave Macmillan, London. https://doi.org/10.1007/978-1-349-13033-7_1
- Balassa, B. & World Bank. (1981). *Shifting patterns of world trade and competition*. World Bank
- Banco Mundial. (2023). Índice de facilidad para hacer negocios [en línea]. Datos, en <https://datos.bancomundial.org> [ref. 19 de septiembre de 2023]. Disponible en <https://datos.bancomundial.org/indicador/IC.BUS.EASE.XQ>
- Banco Nacional de Angola. (2018). Inversión Directa Estrangeira por setor [en línea]. Dados Anuais, en <https://www.bna.ao> [ref. agosto de 2019]. Disponible en <https://www.bna.ao/#/pt/estatisticas/estatisticas-externas/dados-anuais>
- Berlin, C. (2006). Forest Owner Characteristics and Implication for the Forest Owner Cooperative. Umeå, Sweden: Department of Forest Resource Management, Swedish University of Agricultural Sciences
- Boermans, M. A., & Roelfsema, H. (2016). Small firm internationalization, innovation, and growth. *International Economics and Economic Policy*, 13, 283-296
- Bruna, F. (2007). O comercio exterior de Galicia en 2007 e a política de internacionalización empresarial. Recuperado de www.ruc.udc.es [ref. from 21st of october of 2019]. Available in: https://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/15448/Bruna_2008_O_comercio_exterior_de_Galicia_e_a_pol%C3%ADtica_de_internacionalizacion_empresarial.pdf?sequence=5
- Cámara de Comercio Española. (2023). Base de datos de comercio exterior [en línea]. Comercio Exterior, en <https://www.camara.es> [ref. 19 septiembre de 2023]. Disponible en: <https://www.camara.es/comercio-exterior/base-de-datos-de-importaciones-y-exportaciones-en-espana>
- Cassiman, B., & Golovko, E. (2011). Innovation and internationalization through exports. *Journal of International Business Studies*, 42, 56-75
- Castaño, M. S., Méndez, M. T., & Galindo, M. Á. (2016). Innovation, internationalization, and business-growth expectations among entrepreneurs in the services sector. *Journal of Business Research*, 69(5), 1690-1695
- Chen, T. Y., Liu, H. H., & Hsieh, W. L. (2009). The influence of partner characteristics and relationship capital on the performance of international strategic alliances. *Journal of Relationship Marketing*, 8(3), 231-252
- Chiang, C. F., Liu, J. T., & Wen, T. W. (2013). Individual preferences for trade partners in Taiwan. *Economics & Politics*, 25(1), 91-109
- Community of Portuguese Language Countries (CPLP). (2010): Declaração sobre 'cooperação, desenvolvimento e democracia na era da globalização'. Available at: <https://www.cplp.org/Admin/Public/DWSDownload.aspx?File=%2FFiles%2FFiler%2Fcplp%2FC>

CEG%2FIII_CCEG%2FDECLARA%EF%BF%BD%EF%BF%BDOSOBRECOOPMaputo2000.pdf

Cortés, E. C., & Ramón, D. Q. (2001). La dirección estratégica de la internacionalización de la empresa: propuesta de un marco teórico integrador. *Información Comercial Española, ICE: Revista de Economía*, (794), 37-60

Enander, J., Melin, A. & Nilson, J. (2010): Trust-creating Social Networks in Forest Owners' Choice of Trading Partners. *Journal of Co-operative Studies*, 43(3), 17-28

Filippetti, A., Frenz, M., & Ietto-Gillies, G. (2011). Are innovation and internationalization related? An analysis of European countries. *Industry and Innovation*, 18(5), 437-459

FMI. (2022). Angola: 2021 Article IV Consultation and Six Review under the Extended Arrangement of the Extended Fund Facility and Request for a Waiver of Nonobservance of a Performance Criterion; Press Release; Staff Report; and Statement by the Executive Director for Angola [en línea]. IMF Staff Country Reports, en <https://www.imf.org> [ref. 18 enero de 2022]. Disponible en file:///C:/Users/Diego/Downloads/1AGOE2022001.pdf

Fonseca, M., Mendonça, A. & Passos, J. (2010). Home country trade effects of outward FDI : an analysis of the Portuguese case, 1996-2007. *Faculdade de Economia. Universidade do Porto – Working Papers n° 365/ 2010*

García-Cabrera, A. M., & García-Soto, M. G. (2016). Calidad del entorno e internacionalización de la PYME: un análisis regional en España/Quality of the environment and SME's internationalisation: A regional analysis in Spain. *Emprendimiento y negocios internacionales*, 1(1), 11-18

Hadjikhani, A., & Ghauri, P. N. (2001). The behaviour of international firms in socio-political environments in the European Union. *Journal of Business Research*, 52(3), 263-275

IGADI. (2021). Novos tempos para a acção exterior de Galicia. Informe anual sobre a acção exterior de Galicia Nós no Mundo, 2021, 4-5. Available in: https://www.igadi.gal/web/sites/all/arquivos/igadi_weintheworld_2021.pdf

James Jr, H. S. & Sykuta, M. E. (2006). Farmer trust in producer- and investor-owned firms: Evidence from Missouri corn and soybean producers, *Agribusiness. An International Journal*, 22, 135–153

Kafouros, M. I., Buckley, P. J., Sharp, J. A., & Wang, C. (2008). The role of internationalization in explaining innovation performance. *Technovation*, 28(1-2), 63-74

Kali, R., Méndez, F., & Reyes, J. (2007). Trade structure and economic growth. *The Journal of International Trade & Economic Development*, 16(2), 245-269

Ke, W. & Wei, K.K. (2007). Factors affecting trading partners' knowledge sharing: Using the lens of transaction cost economics and socio-political theories. *Electronic Commerce Research and Applications*, vol. 6(3), 297-308. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2006.06.006>

Kubíčková, L., Votoupalová, M., & Toulouva, M. (2014). Key motives for internationalization process of small and medium-sized enterprises. *Procedia Economics and Finance*, 12, 319-328

Lee, S-H, Peng, M.W. & Barney, J.B. (2007). Bankruptcy law and entrepreneurship development: a real options perspective. *Academy of Management Review* 32 (1), 257-272.

Leung, T. Y., & Sharma, P. (2021). Differences in the impact of R&D intensity and R&D internationalization on firm performance—Mediating role of innovation performance. *Journal of Business Research*, 131, 81-91. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.03.06>

Levinson, N.S. & Asahi, M. (1995). Cross-national alliances and interorganizational learning *Organizational Dynamics*, 24 (2), 50-63

Marín, A. (2021). África: mercado en auge y dinámicas de desarrollo Las empresas canarias como caso de estudio [en línea]. *Elcano Policy Paper*, vol. 2020, 1-60. Real Instituto Elcano, en <https://media.realinstitutoelcano.org> [ref. diciembre de 2021]. Disponible en <https://media.realinstitutoelcano.org/wp-content/uploads/2022/03/policy-paper-africa-mercado-en-auge-y-dinamicas-de-desarrollo.pdf>

Marín, A. (2023). Angola: situación política, dilema económico y relaciones bilaterales con España [en línea]. Real Instituto Elcano, Temas, en <https://www.realinstitutoelcano.org> [ref. 13 de febrero de 2023]. Disponible en <https://www.realinstitutoelcano.org/analisis/angola-situacion-politica-dilema-economico-y-relaciones-bilaterales-con-espana/>

Martínez-Román, J. A., Gamero, J., de Loreto Delgado-González, M., & Tamayo, J. A. (2019). Innovativeness and internationalization in SMEs: An empirical analysis in European countries.

Technological. *Forecasting and Social Change*, 148, 119716. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2019.119716>

Ministerio de Asuntos Exteriores. (2023). Ficha País. República de Angola [en línea]. Oficina de información diplomática, en <https://www.exteriores.gob.es> [ref. 1 de septiembre de 2023]. Disponible en: https://www.exteriores.gob.es/documents/fichaspais/angola_ficha%20pais.pdf

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. (2023). Últimos datos de Comercio Exterior de Bienes en España [en línea]. ICEX, en <https://www.icex.es> [ref. 20 septiembre de 2023]. Disponible en: <https://datacomex.comercio.es/>

Moncloa. (2021). Ingreso de España en la Comunidad de Países de Lengua Portuguesa como Observador Asociado. Recover from *Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación* [ref. 28 october, 2022]. Available in: <https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/notasprensa/exteriores/Paginas/2021/170721portugues.aspx>

Nilsson, J., Kihlén, A. & Norell, L. (2009). Are traditional cooperatives an endangered species? About shrinking satisfaction, involvement, and trust. *International Food and Agribusiness Management Review*, 12, 103–123

Oficina Económica y Comercial de España en Luanda. (2018). *Informe Económico y Comercial de Angola*. Luanda: Oficina Económica y Comercial de España en Luanda

Oficina Económica y Comercial de España en Luanda. (2020). Informe económico y comercial. Angola [en línea]. ICEX, en <https://www.ivace.es> [ref. 18 de septiembre de 2023]. Disponible en https://www.ivace.es/Internacional_Informes-Publicaciones/Pa%C3%ADses/Angola/Angolainformeicex2020.pdf

Oficina Económica y Comercial de España en Luanda. (2021). Informe económico y comercial. Angola [en línea]. ICEX, en <https://www.icex.es> [ref. 18 de septiembre de 2023]. Disponible en <https://www.icex.es/content/dam/es/icex/documentos/quienes-somos/donde-estamos/red-exterior/angola/DOC2020860209.pdf>

Österberg, P. & Nilsson, J. (2009). Members' Perception of their Participation in the Governance of Cooperatives: The Key to Trust and Commitment in Agricultural Cooperatives. *Agribusiness. An International Journal*, 25, 181–197

Pastelakos, E., Theodoraki, C., & Catanzaro, A. (2023). The role of innovation and internationalization support in small-and medium-sized enterprises' export performance. *European Management Review*, 20(1), 31-47. DOI: <https://doi.org/10.1111/emre.12513>

Peng, M. W. (2006). *Global Strategy*. Cincinnati, Ohio: South-Western Thomson

PopulationPyramid (2023). Densidad de población [en línea]. Population Pyramid, en <https://www.populationpyramid.net> [ref. 15 de marzo de 2023]. Disponible en <https://www.populationpyramid.net/es/angola/2050/>

Presidencia da República. (2019). Decreto Presidencial n.º 250/19 de 5 de Agosto. Programa de Privatizações para o Período 2019-2022 [en línea]. Diário da República, en <https://www.ucm.minfin.gov.ao> [ref. 5 agosto de 2019]. Disponible en: <https://www.ucm.minfin.gov.ao/cs/groups/public/documents/document/zmlu/ode1/~edisp/minfin815554.pdf>

Reve, T. & Stern, L.W. (1986). The relationship between interorganizational form, transaction climate, and economic performance in vertical interfirm, en L. Pellegrini, S. Reddy (Eds.), *Marketing Channels – Relationships and Performance*, Lexington Books, Lexington, MA (1986)

Roder, A. & Da Silva-Rego, B.F. (2018). The Economic Face of International Co-operative Arrangements: The Cases of IBSA and CPLP. *Contexto int.* 40 (01). DOI: <https://doi.org/10.1590/S0102-8529.2017400100007>

Rousseau, D.M., Sitken, S.B., Burt, R.S. & Camerer, C. (1998). Not so different after all: A cross-discipline view of trust. *Academy of Management Review*, 23 (1), 393–404

Sande, D. (2019). Oportunidades de expansión do Comercio Exterior de Galicia: as relacións comerciais coa Comunidade de Países de Lingua Portuguesa (CPLP). *Tempo Exterior*, N° 39, vol. XX (I), 135-154

Sande, D. (2020). *O estrangulamento tecnolóxico de Galiza. Análise das políticas europeas de innovación rexional durante a Gran Recesión*. Santiago de Compostela: Laivento

Sande, D. (2022a). Large Companies Vs SMEs: Who shows the greatest impact of the Structural Funds for business innovation in peripheral regions? Analysis of the results of the Technology Fund 2007-2013 in Galicia. *Revista Portuguesa de Estudos Regionais*, nº62, 57-76. DOI: <https://doi.org/10.59072/rper.vi62.560>

Sande, D. (2022b). Is there an impact of the European Regional Innovation Policies on enterprises? An analysis of the ERDF-Innterconecta programme of the Technology Fund 2007-2013 in Galicia. *Cuadernos Europeos de Deusto*, vol. 66, 101-132. DOI: <https://doi.org/10.18543/ced662022>

Sande, D. (s.f.). Galician trade relations with the Community of Portuguese-speaking Countries. How to deal with them? *Revista de Estudios Regionales*

Sande, D. & Sande, J.R. (2023). Evaluación de las políticas europeas de innovación empresarial en el sector tecnológico medioambiental: Análisis de la ejecución del Programa FEDER- Innterconecta del Fondo Tecnológico 2007-2013 en Galicia. *Revista de Estudios Regionales*, nº 126, 86-121

Sande, D. & Vence, X. (2019). Avaliación do impacto do Programa Fondo Tecnolóxico 2007-2013 en Galicia: resultados, concentración das axudas e fugas de recursos. *Revista Galega de Economía*, Vol 28(3), 92-114. DOI: <http://dx.doi.org/10.15304/rge.28.3.5926>

Sande, D. & Vence, X. (2021). Impact of Structural Funds for Innovation on the business innovation: analysis through the indicators of the companies participating in the ERDF-Innterconecta programme in Galicia. *Revista Galega de Economía*, vol. 30(2), 1-16. DOI: <https://doi.org/10.15304/rge.30.26865>

Sarmiento, S. (2014). Estratégias de internacionalización y globales para países en desarrollo y emergentes. *Revista Dimension Empresarial*, vol. 12, núm. 1, 111-138

Savelyev, M., Kutuyashova, E., Savchenko, A., Koretsky, V., & Polyakov, Y. (2021). Diversity of economic development in Portuguese-speaking countries. In *SHS Web of Conferences (Vol. 101)*. *EDP Sciences*

Singer, P. (1976). Urbanización, dependencia y marginalidad en América Latina. *CEPAL*. Disponible en: <https://repositorio.cepal.org/items/d6f28bc0-76a3-42b3-86de-d2be025eb695>

Sommer, D., & Bhandari, K. R. (2022). Internationalization of R&D and innovation performance in the pharma industry. *Journal of International Management*, 28(3), 100927. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.intman.2022.100927>

Song, S., & Lee, S. (2020). Motivation of internationalization and a moderating role of environmental conditions in the hospitality industry. *Tourism Management*, 78, 104050. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.104050>

United Nations Population Fund. (2020). Annual Report 2020 [en línea]. United Nations, en <https://www.unfpa.org> [ref. 20 septiembre 2023]. Disponible en <https://www.unfpa.org/annual-report-2020>

Velez-Ocampo, J., & Gonzalez-Perez, M. A. (2022). Internationalization and capability building in emerging markets: what comes after success?. *European Management Review*, 19(3), 370-390. DOI: <https://doi.org/10.1111/emre.12487>

Voudouris, I., Lioukas, S., Makridakis, S. & Spanos, Y. (2000). Greek hidden champions: Lessons from small, little-known firms in Greece. *European Management Journal*, 18(6), 663-674

Xunta de Galicia. (2014). Lei 1/2014, do 24 de marzo, para o aproveitamento da lingua portuguesa e vínculos coa lusofonía. DOG Núm. 68, de 8 de abril de 2014. Available in: https://www.xunta.gal/dog/Publicados/2014/20140408/AnuncioC3B0-310314-0001_gl.html

Xunta de Galicia. (2018). Estratexia Galega de Acción Exterior. Horizonte post 2020. Recuperado de www.cpapx.xunta.gal [ref. From the 31st of october of 2019]. Available in: https://cpapx.xunta.gal/c/document_library/get_file?folderId=345857&name=DLFE-32303.pdf

Xunta de Galicia. (2021). Lei 10/2021, de 9 de marzo, reguladora da acción exterior e da cooperación para o desenvolvemento de Galicia. DOG número 50, de 15 de marzo de 2021. Available in: https://www.xunta.gal/dog/Publicados/2021/20210315/AnuncioC3B0-090321-0001_es.html

Yasushi, S. (2013). Internal and external aspects of internationalization. In *The internationalization of Japan* (pp. 72-103). Routledge

Yu, X., & Si, S. (2012). Innovation, internationalization and entrepreneurship: A new venture research perspective. *Innovation*, 14(4), 524-539

Zeuli, K. & Betancor, A. (2005). The effects of cooperative competition on member loyalty. Paper presented at the NCERE-194 2005 Annual Meeting, Minneapolis, MN, November 8–9

Zevallos, M. E. (2020). Factores determinantes en la internacionalización empresarial según los enfoques Uppsala y de recursos: una revisión de casos en PYMES de Perú, Colombia y España