

Cinco razones para creer en el milagro indonesio

[Richard Dobbs](#)

¿Por qué este increíble archipiélago va camino de convertirse en la séptima mayor economía del mundo?

Cuando la mayoría de la gente piensa hoy en Indonesia, imagina las playas y los templos, o sus célebremente bulliciosas ciudades, pero este país de 240 millones de habitantes —y creciendo— es una economía mucho más moderna, diversificada y dinámica de lo que muchos inversores y empresas internacionales asumen. Para sacar el máximo partido a su enorme potencial, van a necesitar cambiar su modo de pensar en este archipiélago, y despejar las dudas sobre estos cinco mitos es un buen lugar para empezar.

La economía de Indonesia es inestable



Todo lo contrario. Lejos de ser inestable, Indonesia ha estado creciendo de forma continuada

de un 4 a 6% durante los últimos 10 años —lo que la hace menos volátil que las economías de Brasil, Rusia, India y China, o que de cualquier otro país desarrollado, en realidad—. La deuda del Gobierno indonesio ha caído en un 70% en solo una década y está ahora a un nivel más bajo que en el 85% de las economías desarrolladas. La inflación, que se situaba por encima de 20% hace una década, está ahora en un 8%, una cifra comparable a la de economías más maduras, como Sudáfrica y Turquía. La gestión de la economía en Indonesia en general muestra también una mejoría destacable. El Foro Económico Mundial la situó en el puesto 25 de un total de 139 países en cuanto a estabilidad macroeconómica en 2012, lo que supone un marcado ascenso desde la posición 89 que ocupaba en 2007. En comparación, Brasil se situaba en el puesto 62 e India en el 99.

No sucede gran cosa fuera de Yakarta



Ya no es cierto. La capital de Indonesia, en plena expansión, contribuye con hasta un cuarto de todo el producto interior bruto (PIB) del archipiélago. Pero el dominio de Yakarta está

decaendo. Un gran número de ciudades de tamaño mediano o "pesos medios", como Bandung y Medan, están creciendo más rápidamente que la capital y se convertirán en centros neurálgicos cada vez más importantes para empresas e inversores extranjeros en busca de oportunidades. El proceso de urbanización se está extendiendo en el país y cada vez es un mayor estímulo para el crecimiento. Para 2030 es probable que más del 70% de la población viva en áreas urbanas, frente al poco más del 50% de la actualidad. Entre 2010 y 2030 se espera que más de 30 millones de personas se trasladen de áreas rurales a urbanas. Las ciudades con una población entre dos y cinco millones —como Bekasi y Surabaya— son las que están creciendo más rápidamente y podrían representar en su conjunto un 27% del PIB en 2030. De hecho, aproximadamente un 90% de las ciudades indonesias de más rápido crecimiento estarán situadas fuera de la isla de Java, donde está Yakarta, para 2030.

Indonesia no es nada sin sus recursos naturales

No cuando se analiza atentamente. No hay duda de que Indonesia es excepcionalmente rica en recursos naturales. Es el mayor productor y exportador de aceite de palma, el segundo mayor exportador de carbón y el segundo mayor productor de cacao y estaño. Posee la cuarta reserva del mundo de níquel y la séptima de bauxita, según el gobierno. Indonesia tiene también los mayores recursos geotermales del mundo. Y, sí, Indonesia tiene grandes existencias de crudo y de gas natural. Pero la minería, el petróleo y el gas solo representan un 11% del PIB nominal de Indonesia —el mismo porcentaje que en Rusia—. De hecho, Indonesia ha sido un importador neto de petróleo desde 2004. Puede resultar enormemente sorprendente para muchos observadores que la mitad del PIB del país provenga del sector servicios, por ejemplo de los servicios financieros —concretamente de ahorros e inversiones—, la venta al por menor y las telecomunicaciones. Indonesia es ya el cuarto país que más usa Facebook en el mundo —una prometedora plataforma para el desarrollo del comercio electrónico—.

Indonesia es un típico tigre asiático

Error. La economía de Indonesia no está propulsada por las exportaciones —un rasgo típico de la mayoría de los *tigres asiáticos*—. Las exportaciones de Indonesia únicamente generan un 35% del PIB, y si se excluyen las exportaciones de materias primas, la cifra baja a solo el 16%. Como sugiere el dominio del sector servicios, el consumo interno es el motor de la economía. Y con una tasa de crecimiento de la población de un 5 al 6% al año, unos 90 millones de indonesios más podrían unirse a la "clase consumidora" para 2030. (Se definen los

consumidores como aquellos individuos que ganan 10 dólares o más al día, y que por tanto tienen suficiente dinero para gastar libremente en productos y servicios que no sean solo de carácter básico). Ese crecimiento de la base de consumidores es mayor que el de cualquier otra economía del mundo, aparte de India y de China, y atestigua las crecientes oportunidades de mercado que ofrece el país. El ascenso de los niveles de consumo reforzará el mercado interno de Indonesia, reforzando también el crecimiento a largo plazo. El hecho de que el consumo interno sea ya un importante impulsor del crecimiento del país ha resguardado a la economía de las turbulencias de la crisis financiera en Asia y de la reciente recesión global. El poder satisfacer la creciente demanda mediante el desarrollo del sector de servicios para el consumidor garantizará que la economía se vea aún más protegida de futuros *shocks*.

El crecimiento de la población está detrás del ascenso económico de Indonesia



Sí y no. Es cierto que Indonesia tiene una población joven y en expansión que podría llegar a un total de 280 millones para 2030, desde los 240 millones que tiene hoy. Y es probable que la demografía siga apoyando el crecimiento durante algún tiempo en el futuro, contribuyendo con un 2,4% al crecimiento económico total hasta 2030. Pero no es fundamentalmente la gente lo que está impulsando el crecimiento indonesio; es la productividad. En los últimos 30 años, la

mayor productividad de la mano de obra ha sido la responsable de más del 60% del crecimiento de Indonesia, y las mayores contribuciones han provenido del comercio al por mayor y al por menor, el equipamiento de transportes y la fabricación de aparatos, y el transporte y las telecomunicaciones. Y en contra de la extendida creencia de que la productividad mejora a costa del empleo, ambos han subido juntos en Indonesia durante 35 de los últimos 51 años.

Para alcanzar el ambicioso objetivo fijado por el Gobierno de un crecimiento anual del 7%, Indonesia necesita hacerlo incluso mejor de lo que lo ha hecho en el pasado. Es necesario que el crecimiento de la productividad sea un 60% mayor de lo que ha sido desde el año 2000. Es un reto pero es factible. Si Indonesia potencia su productividad y elimina barreras para que esta aumente y también lo haga el crecimiento en tres sectores clave —servicios al consumidor, agricultura y recursos— y eleva además el nivel de cualificación en toda su economía, podría acelerar el crecimiento y ofrecer a los inversores extranjeros una oportunidad de mercado por valor de 1,800 billones de dólares en 2030.

Indonesia se encuentra en una coyuntura crítica. Su economía ha tenido unos resultados mucho más impresionantes durante la última década de lo que muchos en el extranjero —e incluso los propios indonesios— piensan. Pero para seguir construyendo sobre la base de estos resultados, Indonesia necesitará una revolución de la productividad en sectores clave de la economía. Hoy, la economía del archipiélago es la número 16 del mundo, pero si se actúa ahora para dar rienda suelta a todo el dinamismo del país, podría saltar hasta el séptimo puesto para 2030. Eso eclipsaría a Alemania y el Reino Unido, dos de los miembros de las economías líderes del G-7.

Fecha de creación

24 septiembre, 2012