

Presentación

.....
ELENA PISONERO RUIZ*
.....

El Foro de Internacionalización que se celebró el pasado 18 de enero, organizado por la Secretaría de Estado de Comercio, Turismo y PYMEs en colaboración con la CEOE y el Consejo Superior de Cámaras de Comercio, ha supuesto un paso más en el compromiso de la Administración comercial española con los sectores exportadores para continuar definiendo una política de internacionalización cuyo objetivo permanente es la potenciación de la capacidad de exportar e implantarse en el exterior de las empresas españolas.

Indudablemente, uno de los aspectos en los que más ha cambiado la economía española en los últimos años ha sido en su grado de internacionalización. Hoy en día, tenemos una de las economías más abiertas entre los países grandes de la OCDE, como lo acredita nuestro actual grado de apertura (61 por 100 del PIB si lo medimos por exportaciones e importaciones de bienes y servicios), mayor que el de países como Francia o Alemania. Asimismo, nuestra exportación ha ganado cuota de mercado mundial cada año, pasando del 1,7 por 100 en 1993 al 2,1 por 100 en 1999. Además, nuestra inversión directa en el exterior es ya, desde 1997, superior a la inversión extranjera directa en España, siendo actualmente el segundo inversor mundial en Iberoamérica.

Los datos anteriores confirman el proceso imparable de internacionalización de nuestra economía, lo que exige un proceso continuo de debate con las empresas exportadoras sobre la renovación e idoneidad de las medidas específicas de apoyo a la exportación e implantación en el exterior de nuestras empresas. Este ha sido el objetivo del Foro de Internacionalización, que se articuló en torno a varios grupos de trabajo (que estudiaron diferentes temas tales como la transformación

del sector exterior español, los instrumentos financieros de apoyo a la exportación, los instrumentos de promoción comercial o las posibles estrategias comerciales por áreas geográficas).

El Foro se dividió en tres grandes apartados (diagnóstico, instrumentos y mercados), con el fin de conseguir una visión de la situación de nuestro sector exterior, de sus características y de sus necesidades que permitieran plantear finalmente una estrategia por mercados y afrontar así con éxito los retos de los próximos años.

De la primera parte hay una conclusión que resaltar: el sector exterior español ha llevado a cabo una transformación en los últimos años que le ha permitido adaptarse con éxito a los profundos cambios que han tenido lugar en el entorno en el que las empresas españolas desarrollan su actividad. La mejora estructural del sector exterior español es el resultado de dos grandes tendencias en cuanto a líneas de acción: por un lado, la política de estabilidad macroeconómica desarrollada en los últimos años, gracias a la que España ha alcanzado la convergencia nominal necesaria para ingresar en el euro y ha creado el entorno necesario para que las empresas desarrollen su actividad; por otro lado, las empresas exportadoras han asumido el reto de la globalización, comprendiendo que la exportación debía dejar de ser una actividad residual para convertirse en una actividad imprescindible.

Junto con los principales responsables de la elaboración de la política económica, y como muestra del diálogo entre empresas y Administración, el Presidente de la CEOE, don José María Cuevas ofreció una visión detallada de los principales sectores exportadores españoles, tanto de sus logros más importantes como de sus desafíos para el futuro, señalando la necesidad de una mayor valoración de los productos y tecnologías



FORO DE INTERNACIONALIZACION

* Secretaria de Estado de Comercio, Turismo y Pequeña y Mediana Empresa.

españoles en el ámbito internacional, que no siempre es suficientemente reconocida.

En cuanto a la sesión sobre instrumentos, su objetivo fue exponer las conclusiones de los grupos de trabajo que analizaron los puntos fuertes y débiles de los medios de que dispone la Administración comercial española para alcanzar la internacionalización.

El Grupo de Trabajo sobre instrumentos financieros identificó un total de 108 instrumentos existentes a disposición de las empresas, 62 de ellos públicos y 46 privados. Las prioridades en materia de actualización de los instrumentos financieros pueden resumirse en cinco grandes líneas: ofrecer una visión integrada de las necesidades financieras en todo el ciclo del proyecto de internacionalización de la empresa; involucrar al máximo a las entidades financieras privadas en el proceso de internacionalización; maximizar el margen de actuación y de influencia de España en los foros económicos internacionales; utilizar de forma coordinada la financiación en el marco de cooperación internacional y reforzar el papel de la empresa como agente protagonista de la cooperación económica y financiera al desarrollo.

El Grupo de Trabajo sobre instrumentos de promoción efectuó un seguimiento de los objetivos, instrumentos y estrategias de promoción contenidos en el Plan 2000 para la exportación (aprobado en 1997). Las acciones aprobadas y diseñadas en 1997 han ido desarrollándose y adaptándose, e incluso se han iniciado actuaciones adicionales y novedosas. Los principios que han guiado nuestras acciones de promoción han sido los siguientes: la consolidación de las estrategias sectoriales coordinadas con las organizaciones empresariales; el aumento del número de sectores beneficiarios de la acción de promoción; la intensificación de la acción promocional en nuevos mercados de importancia en los que se tiene una cuota de mercado escasa y por último, la superación del tradicional esquema de apoyo a la exportación centrado en actividades de carácter comercial, por otro más amplio que incluye apoyo a las actividades de inversión y cooperación empresarial transnacional.

El Grupo de Trabajo sobre mercados y áreas geográficas tuvo por objetivo intentar definir y estudiar el marco geográfico en el que se desarrolla la actividad internacional de la empresa española. En primer lugar, se ofreció una descripción general

de las tendencias que marcan actualmente la evolución de nuestra política comercial. En un mundo cada vez más globalizado la liberalización comercial es la tendencia que define las relaciones comerciales internacionales. España se inserta en un bloque comercial cada vez más integrado como es la Unión Europea, que a su vez apuesta por un enfoque multilateral que favorece la liberalización universal de los intercambios comerciales (como es la OMC). En este marco, la Administración se orienta a facilitar la actividad de los agentes a través de una estrategia de negociación comercial que promueva la remoción de los obstáculos al comercio tanto dentro del mercado interior europeo como el acceso a mercados de países terceros.

Tras esta visión global de la política comercial española, tuvimos la oportunidad de conocer las líneas estratégicas de la política comercial en los diferentes mercados, a través de la participación de cuatro responsables de la Red de Oficinas Comerciales de España en el exterior. Para ello, se estructuró la exposición en cuatro grandes áreas geográficas (Europa, América, África y Asia y Oceanía), analizando los problemas y especificidades de cada zona y señalando las grandes líneas en que deberíamos incidir en cada área para mejorar nuestra presencia en ellas.

Por último, y antes de la clausura del Foro por el Presidente del Gobierno, tuvimos ocasión de conocer de nuevo la visión del sector privado, a través de la intervención del Presidente del Consejo Superior de Cámaras, don José Manuel Fernández Norniella, que identificó una serie de líneas sobre las que trabajar en el futuro, tales como aprovechar las oportunidades que ofrecen las nuevas tecnologías, incrementar los recursos que se destinan a la investigación relacionada con la innovación empresarial y pasar a fases más maduras de la internacionalización de la empresa sin olvidar el fomento de vocaciones empresariales.

En definitiva, este Foro de Internacionalización (cuyas ponencias e intervenciones se publican íntegramente en este número) debe considerarse como un paso más en el proceso de compromisos de la Administración comercial española con los sectores exportadores para continuar perfeccionando y poniendo al día nuestro sistema de apoyo a la exportación y la internacionalización, de modo que sirvan cada vez más eficazmente a nuestras empresas.



FORO DE INTERNACIONALIZACIÓN