

Nuevo Plan de Promoción de la Inversión española en el exterior

Dirección General de Información e Inversiones del ICEX*

El proceso de internacionalización de la economía española

Existen determinados lugares comunes a los que en algunas ocasiones conviene referirse, si bien para que el autor cuente con el beneplácito de sus lectores es cuestión ineludible que los mismos vayan rigurosamente acompañados de datos fehacientes y objetivos que atestigüen dentro de lo posible la veracidad de lo afirmado.

Este es el caso del creciente proceso de internacionalización por el que ha transitado la economía española en los últimos lustros y los datos que lo reafirman: por un lado, el grado de apertura de nuestra economía, esto es, la suma de exportaciones más importaciones de bienes y servicios como porcentaje del Producto Interior Bruto ha pasado del 33 por 100 en 1990 al 66,9 por 100 en 2004, con lo que estaríamos por encima de países de nuestro entorno como Francia, Gran Bretaña ó Italia. Por otro lado, con respecto a la inversión, los datos muestran que la inversión española en el exterior ha crecido a una tasa media anual acumulativa del 34,2 por 100 durante el periodo 1993-2004, de manera que en la actualidad el número de empresas españolas con inversiones en el exterior supera las 4.000 y el valor esti-

mado de la inversión española acumulada en el exterior es de 114.000 millones de euros.

Por lo tanto, se puede ya inferir que la participación de la empresa española en el proceso de globalización es notoria, con una participación significativa en el mercado de flujos de capital, como lo demuestra el hecho de que de acuerdo con los datos más recientes de la UNCTAD nos hayamos convertido en el cuarto inversor mundial y el séptimo receptor de capitales extranjeros.

Ante este escenario, es especialmente relevante que la empresa española asimile las consecuencias de dicho proceso de globalización y tenga pleno conocimiento de los principales desafíos a los que ineludiblemente se está ya enfrentando y en cualquier caso tendrá que enfrentarse en el futuro inmediato. Dichos desafíos se podrían resumir en la necesidad, por una parte, de mantener un tejido empresarial innovador que pueda continuar compitiendo mediante un incremento de la productividad basado en la utilización de las nuevas tecnologías, y, por otra parte, en la necesidad de intensificar su presencia en aquellos mercados en los que la diferenciación de productos permita soportar mejor nuestros actuales costes y en los que la competencia dependa más de otras características como la innovación, la calidad y el conocimiento.



EN PORTADA

* El artículo ha sido elaborado por Mario Buisán.

En este sentido, la relocalización de empresas en otras áreas geográficas no es sino la respuesta a las nuevas pautas de competencia que rigen el comportamiento de los agentes económicos, y al mismo tiempo, es un nítido reflejo del proceso de búsqueda de más eficiencia económica. Factores como el progreso tecnológico, los cambios institucionales y de entorno explican la aparición de desventajas competitivas de algunos países para determinadas actividades. Paralelamente, aparecen ventajas de similar naturaleza en otras zonas o áreas geográficas que justifica la adopción de decisiones de reorganización y adaptación de las empresas a las nuevas oportunidades internacionales. Por último, a estos factores deben añadirse otros como la incorporación de determinadas regiones a la economía mundial y la introducción de regulaciones de ámbito transnacional, que conllevan nuevos retos para la inversión exterior, y que refuerzan el convencimiento de la necesidad que la empresa española de tratar de aprovechar las posibilidades que se le abren en este nuevo escenario.



EN PORTADA

Adecuación de los instrumentos de apoyo a la internacionalización a la nueva realidad empresarial

Ante un escenario como el descrito, la Administración comercial española se encuentra con la necesidad de adaptar sus productos y servicios de apoyo a la empresa para que cumplan las exigencias que les demandan los agentes económicos y permita la satisfacción de los requerimientos procedentes del mundo empresarial. En este sentido, el Instituto Español de Comercio Exterior, como cualificado representante de la Administración comercial española, ha tratado de transi-

tar por una senda de constante modernización.

En 1982, año de creación del INFE —antecesor de ICEX—, aún eran relativamente escasas las empresas que asumían que la venta de sus productos en los mercados exteriores constituía un requisito fundamental para el crecimiento. Por entonces, las actividades del Instituto se centraban, como reflejaba su propio nombre —*Instituto de Fomento de la Exportación*— en la promoción de la etapa inicial de la internacionalización, dado que eran muy pocas las empresas preparadas para implantarse en los mercados exteriores.

En estos más de veinte años transcurridos desde entonces, el ICEX ha acompañado a la empresa en el proceso de cambio desde una producción de bienes y servicios exclusivamente doméstica y una inversión exterior pobre y claramente inferior a la inversión exterior en España, a una economía muy abierta, con una cuantiosa inversión exterior, que supera los flujos de entrada de capitales extranjeros.

En este proceso de progresivo enfoque internacional de la actividad de los agentes económicos, el Instituto ha venido prestando su apoyo a las empresas que desean desarrollar estrategias más comprometidas en los mercados exteriores. Esta estrategia se ha llevado a cabo bien a través del desarrollo de acuerdos de cooperación empresarial con empresas locales, ó bien a través de su implantación productiva en el exterior. Por lo tanto, a los servicios de apoyo centrados en las actividades tradicionales de participación en ferias y a la organización de misiones comerciales se han ido uniando otros programas de apoyo a las etapas más avanzadas del proceso de internacionalización.

Como parte de este proceso de adaptación, la Secretaría de Estado de Turismo y Comercio pone en marcha el *Plan de Promoción de la Inversión Española en*

el Exterior que tiene por objeto fomentar el incremento del número de empresas españolas con presencia estable en el exterior a través de fórmulas de internacionalización productiva adecuadas a sus propias capacidades financieras y técnicas, mediante el diseño de nuevos instrumentos que complementen a los ofrecidos hasta ahora por el Instituto. Este Plan sitúa a la Administración española en la vanguardia de aquellos países que han entendido de forma meridiana que el refuerzo de la competitividad de la empresa pasa necesariamente por la búsqueda de espacios de eficiencia que no debe estar limitada por fronteras geográficas y que los resultados de estas estrategias empresariales en relación con el objetivo último de la política económica y comercial, como es la creación de riqueza nacional, deben evaluarse con una perspectiva alejada de la inmediatez trascendiendo por tanto los efectos que se producen en un horizonte poco dilatado.

El Nuevo Plan de Promoción de la Inversión Española en el Exterior

El nuevo Plan de Promoción de la Inversión Española en el Exterior nace con una vocación integral, de manera que recoge instrumentos que se enmarcan en los ámbitos de la información, la formación y la promoción y apoyo a los proyectos de inversión en el exterior, con el objetivo de dotar a la empresa de una mayor preparación para poder abordar con fundamento la decisión de internacionalizar su actividad productiva.

Al mismo tiempo, este Plan trata de encuadrarse de forma natural, como el resto de instrumentos del Instituto, en el grupo de apoyos que la Administración comercial pone a disposición de la empresa española en función del estado y situación

de su proyecto de internacionalización, de manera que en algunos casos sirva como culminación de dichos apoyos y en otros, que serán previsiblemente los más numerosos, se constituirá como un apoyo previo a los que sucesivamente pueden otorgar otras entidades de naturaleza mayoritariamente públicas como COFIDES o el ICO.

Las grandes líneas del nuevo Plan estarían centradas por tanto en los siguientes aspectos:

1. *Intensificar las labores de información*, profundizando, en el conocimiento que los potenciales inversores españoles tengan de los apoyos que pueden recibir tanto desde los servicios de las distintas entidades españolas, de carácter nacional o regional, como de aquellas entidades extranjeras que se dedican a fomentar la atracción de inversiones hacia sus países de origen.

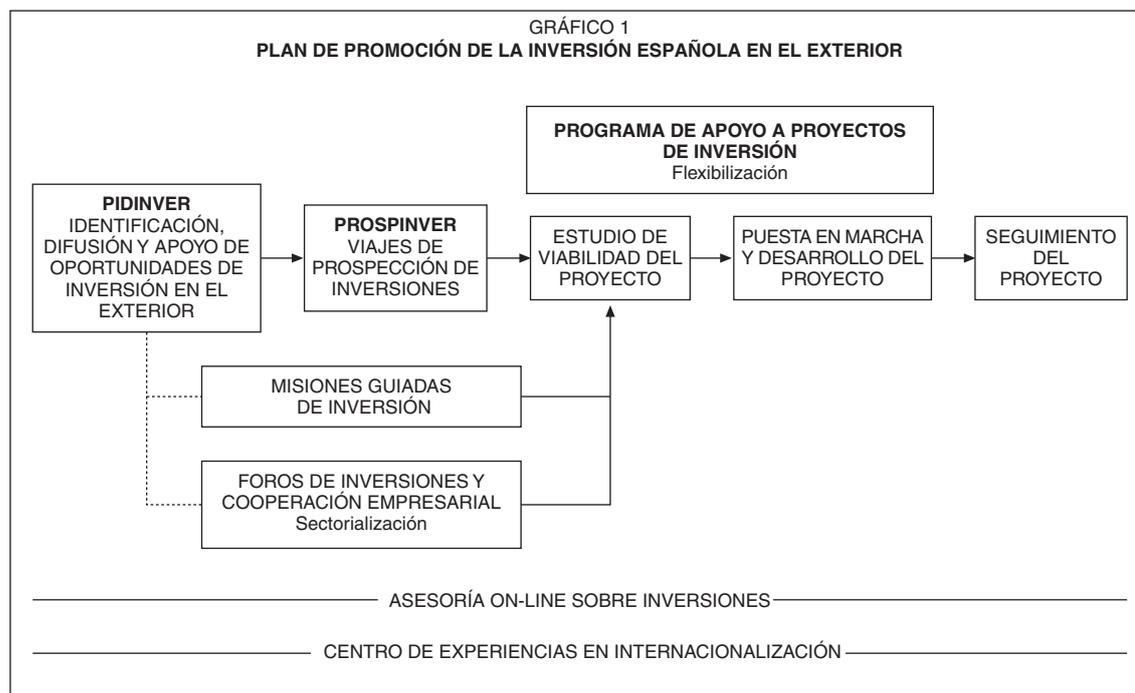
2. *Ampliar las facilidades para que le potencial inversor acceda a un amplio conocimiento del proyecto que idealmente sería destino de sus recursos*, fortaleciendo el apoyo a la realización de estudios de viabilidad de proyectos de inversión y al desarrollo de los proyectos en sí, de forma que pueda tomar decisiones con el menor nivel de incertidumbre posible.

3. *Reforzar las labores de formación de los recursos dedicados a la implantación en nuevos mercados*, primando la posibilidad de trasladar experiencias a aquellas empresas que por su tamaño o por encontrarse en una etapa inicial del proceso de internacionalización tienen un mayor desconocimiento de los mercados exteriores.

4. *Potenciar las actividades de promoción de las inversiones mediante la puesta a disposición de la empresa de espacios y marcos de encuentro con potenciales socios extranjeros que permitan colaboraciones en todos los ámbitos.*



EN PORTADA


EN PORTADA

5. *Facilitar la identificación de proyectos singulares de inversión, incluyendo una valoración objetiva sobre su viabilidad y realizando una difusión selectiva de los mismos.*

6. *En el Gráfico 1 se recoge de forma esquemática el conjunto de servicios que integran el Plan, de manera que se puede observar la complementariedad de los distintos elementos que lo componen. Estos servicios van a ser desarrollados más pormenorizadamente en las líneas que siguen.*

Asesoría on-line sobre inversiones y apoyos a la inversión en los países de destino

En el área de información sobre inversiones, está previsto ofrecer un nuevo servicio de *asesoría on-line* que permitirá, a través de la página web de ICEX, la resolución de consultas desde los servicios centrales del Instituto y la red exterior. El objetivo es que a través de este servicio

se pueda resolver cualquier duda que pueda plantearse la empresa en lo relativo a la internacionalización de su actividad y que dichas respuestas se realicen en un periodo de tiempo limitado.

También dentro del ámbito de la información, otro instrumento incluido en el Plan es el catálogo de ayudas en los países de destino. En este sentido, se ha realizado un esfuerzo de identificación y recapitulación de los apoyos que los países de destino de la inversión española ofrecen para la implantación, a través normalmente de sus agencias de atracción de inversión extranjera. Las ayudas pueden cubrir una amplia gama de ámbitos, tales como el fiscal, financiero o laboral, y está previsto que esta información esté disponible en el portal del Instituto.

Centro de experiencias en internacionalización

El intercambio de experiencias es una fuente de información de especial valor en

el desarrollo de estrategias comprometidas de internacionalización, especialmente para aquellas empresas que no han tenido la oportunidad de internacionalizarse o incluso que no han observado resultados positivos de sus proyectos. Con la finalidad de promover el intercambio de este tipo de información, el ICEX, dentro del nuevo Plan, y con la colaboración de la Fundación de Estudios Económicos y Comerciales (CECO), está creando un denominado Centro de Experiencias en Internacionalización, en el que se organizarán mesas redondas y jornadas informativas en beneficio de nuevos y potenciales inversores.

Programa de Identificación y Difusión de Nuevas Iniciativas de Inversión en el Exterior (PIDINVER)

Uno de los factores que la empresa considera más críticos para su desarrollo internacional es la accesibilidad a información sobre oportunidades en mercados exteriores y potenciales socios locales. Para contribuir a paliar las dificultades de acceso a este tipo de información, ICEX, a través del Programa PIDINVER, y con la ayuda de expertos procederá a la búsqueda e identificación de proyectos de inversión y de potenciales socios en los mercados de destino prioritarios, y a su difusión en España con objeto de encontrar empresas españolas interesadas en el desarrollo de los mismos.

De esta forma, como consecuencia de una oportunidad de inversión o cooperación empresarial en el exterior que resulte identificada e inicialmente analizada por el Instituto y los servicios de la Administración comercial española en el exterior, se pretende fomentar el surgimiento de nuevas empresas inversoras cuyos proyectos podrían además recibir un posterior apoyo de ICEX.

El Programa se estructura en las siguientes fases:

1. *Identificación de proyectos y potenciales socios extranjeros.* En esta fase será fundamental la labor de la red de Oficinas Económicas y Comerciales en el exterior, apoyadas en las agencias locales de atracción de inversiones,.

2. *Análisis y selección de proyectos y empresas extranjeras.* Una vez identificados los proyectos y socios de potencial interés para las empresas españolas, se procederá a realizar un análisis de la situación económico-financiera y técnica de las empresas locales y un estudio de previabilidad de los proyectos identificados. A la luz de la información obtenida de este análisis, ICEX procederá a seleccionar los proyectos que serán finalmente difundidos entre las empresas españolas.

3. *Difusión de los proyectos en España.* Los proyectos identificados y seleccionados en las fases anteriores serán objeto de difusión en España entre posibles empresas interesadas. En esta fase, y con objeto de lograr una amplia difusión de los proyectos, ICEX contará con la colaboración de la red de Direcciones Territoriales y Regionales, así como también, eventualmente, de otras instituciones.

El Programa se destina inicialmente a la gran mayoría de aquellos mercados que han sido designados por la Secretaría de Estado de Turismo y Comercio integrantes del Plan Integral de Desarrollo de Mercados y que merecen por tanto una atención preferente de la Administración comercial. Dichos mercados son: Argelia, Brasil, China, Estados Unidos, India, Marruecos, México y Rusia.

Una vez que la empresa muestre interés por los proyectos identificados y previamente analizados, éstos podrán recibir apoyo de ICEX para su estudio y desarrollo.



EN PORTADA

Programa de Prospección de Inversiones en el Exterior (PROSPINVER)

Las empresas interesadas en desarrollar estrategias comprometidas de internacionalización precisan de un profundo conocimiento del mercado de destino, de forma que además de otras fuentes de información las empresas consideran que una valiosa herramienta para adquirir un conocimiento profundo del mercado es el desplazamiento al país de destino de la inversión.

PROSPINVER pretende facilitar una inicial toma de contacto de la empresa con el mercado, el socio potencial, o la oportunidad concreta de inversión de forma que la empresa esté en disposición de desestimar la idea inicial sobre el proyecto o, eventualmente, analizar en profundidad la viabilidad técnica, financiera y comercial del mismo.

El Programa contribuye así a que la empresa se encuentre mejor preparada para solicitar el apoyo del Instituto a través de la ayuda contemplada en la primera fase del Programa de Apoyo a Proyectos de Inversión (PAPI), al que nos referiremos más adelante.

PROSPINVER apoya los gastos vinculados al desplazamiento inicial de personal propio o externo de la empresa española que plantea un análisis preliminar del proyecto de inversión o cooperación empresarial, de potenciales socios locales o la valoración de una oportunidad concreta de inversión en el exterior. El apoyo consiste en bolsas de viaje fijadas anualmente por ICEX por persona desplazada, de la empresa o consultor externo.

El Programa no prevé restricción alguna por razón del país en que se materialice el proyecto. No obstante, son considerados prioritarios los proyectos que pretendan acometerse en los países que se

incluyen en el denominado Plan Integral de Desarrollo de Mercados.

Actividades de promoción de inversiones: misiones y foros

Una de las decisiones con mayor trascendencia en el desarrollo de proyectos de inversión en el exterior es la adecuada selección del socio con el que acometer conjuntamente la aventura de invertir, y es precisamente la inadecuada elección la responsable en muchos casos del fracaso de un proyecto.

Los *Foros de Inversiones y Cooperación Empresarial* se han constituido como un importante instrumento de apoyo en la difícil labor de identificación de socios locales. Tras una rigurosa labor de difusión de proyectos y de selección de potenciales contrapartes, como elemento fundamental de la organización del Foro, ICEX elabora agendas de trabajo que se materializan a lo largo de la celebración del mismo en la realización de entrevistas individuales, en las que se negocian las condiciones de colaboración entre la empresa española y la extranjera.

Los foros, que cuentan con el certificado de registro de empresa de AENOR por la implantación de un sistema de gestión de la calidad en su organización conforme a la norma ISO 9001:2000, ofrecen además un conjunto de servicios adicionales a las empresas españolas participantes, entre los que destacan la asesoría permanente a las empresas y la elaboración de estudios sectoriales e individuales sobre la estrategia de acceso al mercado.

Dentro del nuevo Plan de Promoción de la Inversión Española en el Exterior está previsto organizar Foros de Inversiones y Cooperación Empresarial de carácter sectorial con la finalidad de promover las inversiones productivas y la cooperación empresarial y estratégica de determina-



EN PORTADA

dos sectores, mediante la identificación de socios y el mejor conocimiento del mercado en destino.

Por otra parte, y dentro de esta misma línea de actuación, se va a potenciar la organización de *misiones de inversores* con la colaboración de instituciones locales, en las que se dará prioridad a los aspectos técnicos y de financiación de los proyectos.

Por último, debe destacarse dentro del nuevo Plan el fortalecimiento de las actividades de seguimiento de los Foros de Inversiones y Cooperación Empresarial, que se extenderán en un horizonte temporal más amplio del actualmente existente, con el objetivo de manejar datos más precisos sobre los resultados de los mismos.

Programa de Apoyo a Proyectos de Inversión (PAPI)

El Programa de Apoyo a Proyectos de Inversión, operativo desde 1995, ha permitido el apoyo a 430 proyectos de carácter productivo en el exterior, cuya inversión estimada globalmente se acerca a los 2.000 millones de euros.

Este Programa ofrece apoyo financiero para hacer frente a los costes derivados de la realización de actividades de preinversión y de asistencia técnica y formación durante el periodo inicial de vida del proyecto; en el estudio de la viabilidad del proyecto y en el momento de su puesta en marcha.

En una primera fase el programa ofrece un anticipo sin intereses de hasta el 50 por 100 de los costes derivados de actividades emprendidas durante la fase de preinversión (gastos de viaje, manutención y estancia; honorarios de consultores y costes de personal técnico propio; gastos de constitución, registro de patentes, defensa jurídica de la marca, homologación y salario de expatriados), que se con-

vierte en subvención en el caso de inviabilidad del proyecto.

En una segunda fase, el PAPI ofrece una contribución no reembolsable de hasta el 50 por 100 de los costes derivados de las actividades de asistencia técnica y formación del personal local, para los mismos conceptos que en la fase anterior.

Dentro del nuevo Plan de Promoción de la Inversión Española en el Exterior, se ha incrementado el tope máximo de ayuda de este Programa, de 65.000 a 90.000 euros por proyecto y 150.000 por año y empresa, y se han incluido como nuevos conceptos de gasto apoyables los de constitución, defensa jurídica de la marca, homologación y salario de expatriados.

Otros servicios de apoyo

Entre el grupo de medidas más puntuales que se incluyen dentro del Plan cabría destacar la potenciación de la organización de actividades dentro de programas europeos de promoción de inversiones y la potenciación de la firma de convenios de colaboración con instituciones extranjeras con competencias en materia de atracción de inversiones.

Conclusión

El Nuevo Plan de Apoyo a la Inversión en el Exterior se constituye por tanto como una decidida apuesta de la Administración comercial española por el reforzamiento de los servicios a las empresas en una etapa más sofisticada y avanzada de su proceso de internacionalización.

Es indudable en este sentido que el marco en el que se mueve la economía española de principios del siglo XXI, y con ella sus principales actores como son las empresas españolas, ha variado sustancialmente respecto al último cuarto del pa-



EN PORTADA

sado siglo. En este nuevo escenario los organismos públicos deben hacer un esfuerzo por liderar o marcar el camino por el que deben transitar las empresas y por lo tanto deben ser innovadores en la medida de sus posibilidades en la elaboración de nuevos instrumentos de internacionalización, y en este sentido el ICEX, como agencia de internacionalización de la Administración comercial española, trata de adaptarse a la realidad cambiante que gobierna el entorno económico internacional.

Por otra parte, las iniciativas que integran el nuevo Plan de Promoción de la In-

versión Española en el Exterior forman parte de la estrategia de la Administración de crear las condiciones adecuadas para mejorar la competitividad de las empresas españolas, con objeto de que puedan hacer frente al incremento de competidores internacionales y propiciar de esta manera el crecimiento del empleo y la riqueza nacional. Se trata en definitiva de dinamizar la economía a través de la mejora de su eficiencia y competitividad, es decir, del aumento de las cuotas de mercado de sus empresas y de su presencia internacional, con un objetivo permanente de crecimiento y diversificación.



EN PORTADA