

PRESENTACION

Rodrigo de Rato y Figaredo
Vicepresidente Segundo y Ministro de Economía

Según los cronistas de la época, la España del siglo XIX era, junto con Rusia, el país más cerrado y protegido del mundo. Posteriormente, a lo largo del siglo XX, nuestra economía se enfrentó incluso a períodos de autarquía que llevaron a la economía española a una situación prácticamente insostenible.

Afortunadamente, estos tiempos quedan muy lejanos. Sin embargo, no debiéramos olvidar que la apuesta irreversible por un modelo de crecimiento abierto a la competencia exterior es un fenómeno muy reciente. De hecho, hasta hace relativamente poco tiempo, todavía nuestras empresas consideraban la exportación como una actividad marginal, que sólo se producía cuando el mercado interior estaba saturado o deprimido. Hoy en día, la mayoría de nuestras empresas consideran la venta en los mercados internacionales como un objetivo en sí mismo, máxime cuando compartimos una misma moneda con la zona que constituye el principal destino de nuestras exportaciones.

Dicho proceso de apertura al exterior ha dado paso desde mediados de la década de los noventa a una auténtica internacionalización de nuestras empresas. El resultado es que, por primera vez, España cuenta con auténticas empresas multinacionales y también por primera vez, desde 1997, la inversión española en el exterior es superior a la inversión extranjera en España.

Obviamente, sería un error considerar que dicho proceso ha finalizado. Hoy en día los mercados internacionales nos demuestran permanentemente su elevado dinamismo y la necesidad no sólo de ser capaces de reaccionar ante los cambios que se producen sino, incluso, de anticiparlos. De hecho, y a pesar de los evidentes logros alcanzados y de que el proceso de internacionalización sea, probablemente, el mayor cambio estructural que ha experimentado nuestra economía en los últimos años, resulta fundamental ser conscientes de que todavía dicho proceso plantea innumerables retos que sólo podrán ser afrontados con un conocimiento profundo de otros mercados y otras realidades.

Precisamente, con este número de *Información Comercial Española* se pretende ofrecer, por un lado, un marco analítico que nos permita entender mejor la internacionalización de la actividad económica y, por otro, conocer la experiencia de algunas de nuestras principales empresas multinacionales en su estrategia de internacionalización.