

ANÁLISIS DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS DE APOYO A LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS

- **Autora: Ana Isabel Soler Donat**
- **Director: Josep Domènech i de Soria**
- **Universidad Politécnica de Valencia**
- **Facultad de Dirección y Administración de Empresas**
- **Grado en Gestión y Administración Pública**



ÍNDICE

1. Introducción	5
1.1 Resumen	6
1.2 Objetivos del “Trabajo Final de Grado”	6
1.3 Metodología.....	7
1.3.1 Metodología académica.....	7
1.3.2 Metodología técnica.....	7
2. Las barreras a la internacionalización de las empresas	9
2.1 El proceso de internacionalización	9
2.1.1 El modelo secuencial.....	10
2.1.2 Empresas <i>Born Global</i>	12
2.2 Barreras artificiales	12
2.2.1 Barreras arancelarias.....	13
2.2.2 Barreras no arancelarias	13
2.3 Barreras naturales.....	15
2.3.1 Dificultad de acceso al crédito: recursos financieros, materiales y personales..	15
2.3.2 Dificultad de acceso a la información.	17
2.3.3 Dificultades de formación y conocimientos: recursos personales.....	18
2.3.4 Desconocimiento del mercado de destino	19
2.4 Conclusión.....	21
3. Evolución del comercio exterior en España	22
3.1 Plan Nacional de Estabilización económica de 1959	22
3.2 Expansión y crecimiento en los años sesenta.....	24
3.3 La apertura económica de los años 80	25
3.4 La década de los noventa	26
3.5 Crisis económica	27
4. Políticas actuales de apoyo a la internacionalización de las empresas españolas	29
4.1 ICEX	31

4.1.1	Programas y servicios de apoyo	31
4.1.2	Financiación para la internacionalización	37
4.1.3	Servicios a medida.....	42
4.1.4	Información de mercados	44
4.2	CESCE	45
4.2.1	Productos	46
4.3	COFIDES.....	60
4.3.1	Productos	60
4.3.2	Instrumentos financieros	61
4.4	ICO.....	63
4.4.1	Instrumentos	63
4.5	CÁMARAS DE COMERCIO.....	68
4.6.1	Servicios.....	69
5.	CONCLUSIONES	71
	Bibliografía.....	74

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Gastos y financiación del programa Ice Next	32
Ilustración 2: Accionistas CESCE.....	45
Ilustración 3: Detalles de la póliza de garantías bancarias	47
Ilustración 4: Detalles Póliza Individual de Crédito Suministrador	48
Ilustración 5: Detalles Póliza Crédito Comprador	49
Ilustración 6: Detalles Póliza de Seguro por Riesgo de Ejecución de Fianzas	50
Ilustración 7: Detalles Póliza de Seguro a Fiadores por Riesgo de Ejecución de fianzas, línea para pymes.....	51
Ilustración 8: Detalle Póliza Individual de Créditos Documentarios	52
Ilustración 9: Detalle Póliza de Créditos Documentarios.....	53
Ilustración 10: Detalle Póliza de Seguro de Operaciones <i>Project-Finance</i>	54
Ilustración 11: Detalle a seguro a Exportadores por Riesgos de Fianzas/avales	55
Ilustración 12: Detalles Póliza Individual de Crédito Suministrador	56
Ilustración 13: Detalles Póliza de Crédito Suministrador.....	57
Ilustración 14: Póliza de Seguro de Obras y Trabajos en el Exterior	58

CAPÍTULO 1

1. Introducción

Según los últimos datos disponibles del Instituto Nacional de Estadística existen, repartidas por el mundo, 4.670 filiales de empresas españolas. Todas ellas han llevado a cabo un proceso de internacionalización que les ha permitido posicionarse y participar de los millones de transacciones comerciales que se realizan en el mundo.

Actualmente, todo el mundo se encuentra conectado entre sí, tanto a nivel social como económico. La progresiva globalización ha permitido que cualquier persona de cualquier parte del mundo pueda comprar y vender productos en cualquier otra. Una de las piezas clave para que esto ocurra es la internacionalización de las empresas. Si bien la internacionalización de la empresa no es sólo la exportación de productos, transportar productos de un país a otro, pues la internacionalización es el mecanismo por el cual una empresa decide ampliar sus expectativas de negocio y tener presencia fuera de su país de origen, de forma que integra los mercados extranjeros dentro de su propia estrategia de negocio. Sin embargo, la internacionalización de una empresa y de su producción no es una tarea trivial, pues se requieren grandes cantidades de recursos, tanto financieros como no financieros y que deben articularse de forma óptima pues el mercado mundial es muy competitivo y cambiante.

España cuenta en su tejido productivo con un 99,88% de pymes que, tras la gran crisis económica mundial iniciada a finales de 2007, han visto cómo su volumen de facturación y su estabilidad económica han ido empeorando. De las 4.670 filiales de empresas españolas establecidas en el mundo en 2013, la mitad (2.392), son microempresas (entre 0 y 9 empleados) pues éstas han visto la posibilidad de hacer frente a dicha situación a través de la internacionalización de su actividad. Las barreras para afrontar el proceso de internacionalización en las pequeñas y medianas empresas son más elevadas si cabe que para las grandes corporaciones. Por este motivo, necesitan apoyo tanto institucional como crediticio pues la salida al exterior es, en muchos casos, un mecanismo de crecimiento natural para hacer frente a la escasez de demanda del mercado interior.

A las pequeñas y medianas empresas que se plantean internacionalizar su actividad comercial y productiva les pueden surgir muchas preguntas como: ¿A qué organismo me dirijo si quiero iniciar la exportación de mis productos? ¿Qué ayudas existen para el fomento de la exportación? ¿Qué documentación se requiere para el asentamiento de una filial en otro país? Y un sinnúmero de preguntas más las cuales este trabajo se propone, entre otras cosas, resolver.

Para ello se analizan las principales barreras (tanto naturales como artificiales) a las que deben enfrentarse las empresas españolas que deciden emprender actividad exterior. Además se revisan las principales líneas de apoyo a la internacionalización que ofrecen los distintos niveles de gobierno y algunas entidades público privadas pues estos organismos

con su actividad de fomento y apoyo a la internacionalización de nuestras empresas cooperan junto con éstas a que más de la mitad de nuestro Producto Interior Bruto se vea representado por el comercio exterior.

1.1 Resumen

La internacionalización del tejido productivo es uno de los elementos que favorecen el dinamismo y el crecimiento de una economía así como la exportación de productos y el asentamiento de filiales de empresas alrededor del mundo. Por este motivo, los distintos niveles de gobierno dedican parte de su presupuesto a las políticas de apoyo a las exportaciones y a la internacionalización de las empresas. El fomento de la internacionalización de las empresas se realiza a través de distintos organismos, en su mayoría públicos aunque también existen algunos privados o público-privados que ponen a disposición de los empresarios que desean internacionalizar la actividad de su empresa líneas de ayuda y planes de desarrollo internacional.

1.2 Objetivos del “Trabajo Final de Grado”

El objetivo general del presente trabajo es analizar las políticas públicas existentes para el apoyo y fomento de la internacionalización del tejido productivo español. Para llegar a este objetivo general, se han planteado los siguientes objetivos específicos:

- Estudio y análisis de las barreras naturales a las que se enfrentan las empresas cuando deciden internacionalizar su actividad.
- Estudio y análisis de las barreras comerciales a las que se enfrentan las empresas en el desarrollo de la actividad comercial en el exterior.
- Descripción y análisis del modelo secuencial de salida al exterior de una empresa.
- Exposición de la evolución del comercio exterior español y de las políticas públicas aplicadas por los diferentes gobiernos desde la dictadura franquista hasta los últimos años.
- Revisión de las entidades públicas que participan en el fomento de la internacionalización de las empresas españolas.
- Exponer las líneas de ayuda económica que cada entidad ofrece al empresario español según la actividad comercial, los objetivos de la empresa y sus requerimientos.
- Revisión de los mecanismos crediticios ofrecidos por las entidades financieras específicos para empresas con actividad exterior.
- Servir de guía para empresas que deciden iniciar la internacionalización de su empresa.

1.3 Metodología

Según la Real Academia de la lengua española la metodología es el conjunto de métodos que se siguen en una investigación científica o en una exposición doctrinal. En el caso que nos compete se va a presentar un trabajo final de grado y por ello se procede a indicar los métodos utilizados para su realización y redacción, diferenciando por una parte los métodos académicos y por otra los técnicos.

1.3.1 Metodología académica

Para la realización del presente trabajo se ha seguido la normativa académica aprobada por la Facultad de Dirección y Administración y Dirección de empresas para la elaboración del Trabajo Final de Grado (TFG) y Trabajo Final de Master (TFM). Se han cumplido con las directrices de dicha normativa en cuanto a estructura y contenidos así como para la elaboración de la bibliografía y la citación de autores. Para la citación de bibliografía cumpliendo con la ISO 690, que establece los datos mínimos de mención, el estilo UNIVERSIDAD DE CHICAGO, concretamente la mención autor-año, más recomendada las ciencias sociales.

El trabajo ha sido realizado individualmente y el tema y autor han sido asignados según la elección propia del alumno y las normas para asignación de TFG. Éste cumple con los contenidos mínimos exigidos por la normativa ya que cuenta en su primer capítulo con la introducción al trabajo, se presenta el objeto, y los objetivos del trabajo. Además en capítulos posteriores se describe la situación actual y se exponen unas conclusiones que recogen las reflexiones surgidas de los distintos apartados del trabajo.

1.3.2 Metodología técnica

Para llevar a cabo la realización del trabajo se ha seguido una metodología que se ha estructurado en cinco grandes fases:

1. Definición del objeto y objetivos del trabajo, reflexión sobre los puntos más relevantes que deben aparecer en el trabajo para que el objeto quede adecuadamente reflejado.
2. Estudio de los aspectos relativos al comercio exterior de la historia económica española reciente, estudio de la situación actual de las empresas españolas en general, estudio de los problemas más significativos a los que se enfrentan y análisis de éstos.

3. Elección de los puntos a incluir en el trabajo teniendo en cuenta la evolución del comercio exterior en España, la situación de las empresas españolas, los problemas a los que se enfrentan y las necesidades que se plantean para resolverlos.
4. Análisis, estudio y ejercicio de síntesis de las políticas públicas actuales desarrolladas por las entidades y organismos relacionados con el apoyo a la internacionalización.
5. Reflexión sobre los puntos expuestos en el trabajo y desarrollo de las conclusiones.

CAPÍTULO 2

2. Las barreras a la internacionalización de las empresas

En este capítulo se lleva a cabo una exposición y análisis de todos los aspectos relacionados con las dificultades a las que las empresas se enfrentan cuando pretenden internacionalizar su actividad. Para entender los obstáculos a los que se enfrentan, se expone un modelo secuencial del proceso de internacionalización. En él, se explican las fases por las que debe pasar la empresa para llegar a tener presencia en mercados exteriores.

Posteriormente se analiza, teniendo en cuenta cada fase de la internacionalización las barreras o dificultades más significativas, desgranando previamente qué tipo de barreras existen y cómo afectan en el proceso de salida a mercados exteriores.

2.1 El proceso de internacionalización

La internacionalización de las empresas, la comercialización de sus bienes y servicios en el mercado exterior, es un proceso complejo influido por todo el entramado de variables económicas oscilantes y también por el momento o situación en que se encuentra la empresa para iniciar, expandir o mejorar su presencia exterior. Si la empresa no nace con vocación internacional, normalmente la expansión exterior se empieza a desarrollar tras crearse y consolidarse su producción en el mercado interior. Existen empresas que desde su creación, en su plan estratégico marcan como objetivos la expansión internacional y el desarrollo de su negocio en distintos países, éstas no pasarán por las fases de exportación ocasional y experimental, pues desde sus primeros pasos encaminan sus actuaciones al desarrollo de las actividades para tener presencia internacional, sin embargo una empresa que nace y posteriormente de forma inesperada empieza a desarrollarse internacionalmente pasa por las fases de exportación de sus productos de forma inesperada y de una exportación ocasional y experimental.

La empresa que no nace con vocación de desarrollarse internacionalmente se plantea este mercado cuando controla de forma holgada la producción y venta de su producto en el mercado interior o cuando éste no tiene capacidad para absorber su producción y/o cuando la demanda interior cae y necesita de otros mercados para asegurar la presencia de la empresa.

2.1.1 El modelo secuencial

Se ha elegido el modelo secuencial de entrada a los mercados exteriores como base, pero existen otros como los que se basan en el ciclo de vida del producto. Poniendo el énfasis en el modelo secuencial se debe tener en cuenta que no todos los autores recogen las mismas fases de internacionalización. Según Alejandro Sosa licenciado en Gerencia del comercio internacional por la *Caribbean International University* y basándose en (Keegan 1998) afirma que existen cuatro fases en el proceso de salida al exterior; La etapa de negocios locales, apertura a las primeras exportaciones, consolidación de éstas y la etapa global. Existe un blog sobre la internacionalización y la exportación impulsado por (Bussines School EAE 2016) que también plantea cuatro fases, la exportación ocasional, habitual, la creación de una delegación y las filiales de producción. Aunque existen muchos autores y las fases varían de unos a otros en este caso se ha elegido el modelo secuencial de entrada a un mercado por fases, Gabriel Olamendi, experto en marketing y ventas, defiende un modelo con cinco fases (Olamendi 2002) que es el que se expone a continuación.

1. Exportación ocasional

La empresa recibe pedidos de otro país, normalmente sin haberlo propiciado y no se tienen en cuenta las variables influyentes en el marketing de la empresa pues sus objetivos comerciales no son la internacionalización de sus productos y no tienen un plan de marketing encarado a ello, únicamente se acuerda o negocia el precio de venta.

2. Exportación experimental

La empresa decide iniciar la exportación de sus productos, pues está consolidada en el mercado interior y busca los mercados de destino para expandirse comercialmente. Otras causas por las que la empresa puede decidir internacionalizarse son el éxito de un competidor nacional en el extranjero o una caída de la demanda en el mercado interior. En esta fase ya empieza a realizar actividades de promoción hacia sus clientes o hacia potenciales clientes, ya se ha planteado como objetivo la internacionalización de su actividad. No tiene la capacidad de fijar el precio de venta, sino el precio de coste para el distribuidor pues empieza a exportar sus productos pero recurriendo a distribuidores externos que hagan llegar los productos a sus clientes.

3. Exportación regular

Si la empresa ha tenido éxito en la fase de exportación experimental empieza a formalizar una base de datos de clientes en el exterior y a reservar una parte de su capacidad productiva para la exportación de sus productos.

Es en este momento cuando surge la necesidad de crear un departamento que se encargue exclusivamente del proceso exportador. Puesto que la actividad ya es regular las variables de marketing se encaminan al desarrollo del proceso de exportación, haciendo necesaria la creación de un plan de marketing que recoja todas las variables influyentes.

El diseño externo del producto se vuelve un tema de gran importancia, se controla, de igual manera que la fijación de precios donde se colabora con el cliente para la fijación de éstos. Además inicia la promoción de los productos a detallistas.

4. Establecimiento de filiales de venta

Este es un punto de gran importancia pues establecer presencia física en mercados exteriores requiere una gran inversión de recursos materiales y humanos, y por tanto financieros. En este momento la empresa ya controla los precios respecto de los detallistas aunque todavía promociona sus productos a través de distribuidores externos a ella pues todavía son estos quienes hacen llegar los productos a los clientes en el país de destino.

5. Establecimiento de filiales de producción

Esta etapa es el final del proceso de internacionalización de la empresa y el asentamiento de las bases para convertirse en una empresa multinacional. Esta fase también implica una inversión de recursos de gran importancia, pues el riesgo al que se enfrenta es muy superior al de las etapas anteriores.

Aunque las etapas expuestas consideran de inicio a fin el proceso de internacionalización se debe tener en cuenta que el proceso o etapas analizadas anteriormente constituyen el proceso teórico y óptimo de internacionalización de una empresa pero se debe considerar que algunas empresas no pasen por todas las fases, bien porque no es su objetivo, porque no cuentan con los recursos suficientes o porque la misión de la empresa no las contempla.

La empresa puede asentarse en la tercera fase, la exportación regular, y desarrollar su actividad respecto a este modo precoz de internacionalización. Exportar es vender géneros a otro país, no implica ni a la producción ni a la presencia de la empresa en el mercado de destino, únicamente se establecen clientes en otros países y se hacen llegar los productos.

Existe también la posibilidad de realizar una inversión directa en el país escogido bien asentando allí los procesos productivos y/o los puntos de venta. Aunque es inusual que una empresa apueste directamente por esta opción sin pasar por la exportación desde el país de origen, puede darse el caso en que se quiera tener presencia física en otro país y una vez controlado el mercado interior se decida apostar por otros mercados.

En este capítulo se lleva a cabo un análisis de las principales barreras que dificultan la internacionalización de las empresas y los diferentes obstáculos a los que se enfrentan las empresas según la etapa de internacionalización en que se encuentren o el modelo utilizado para internacionalizarse. Cabe mencionar que se ha utilizado el modelo secuencial para explicar el proceso de internacionalización aunque existen otros como el modelo de internacionalización basado en el ciclo de vida del producto, el modelo temporal, según la fase de desarrollo de la empresa. Se ha elegido el modelo secuencial porque permite estudiar de forma detallada las barreras a las que se enfrentan las empresas según las necesidades que van surgiendo en las distintas fases por las que pasan hasta llegar a una plena internacionalización de su producción, pues las pymes que son actualmente las más emprendedoras en este aspecto no nacen con vocación internacional y esta secuencia permite ver el proceso de internacionalización de principio a fin. Este modelo además es capaz de adecuarse a cualquier empresa que se encuentre en alguna de las fases y no necesariamente parta de cero en la internacionalización de su actividad.

2.1.2 Empresas *Born Global*

Actualmente existen las llamadas *born global*, empresas que desde establecimiento operan en los mercados internacionales. Son generalmente pequeñas y medianas empresas que se caracterizan y diferencian de las pymes por tener desde su creación un enfoque estratégico de su actividad de cara al mercado exterior. Lo que propicia que las *born global* puedan desarrollar su actividad en el mercado exterior teniendo recursos limitados, por su tamaño y edad, es que desarrollan su actividad mediante estrategias de diferenciación o enfoque y además ponen el énfasis en despertar la demanda haciendo llegar los activos sin hacer una inversión previa.

2.2 Barreras artificiales

Las denominadas barreras comerciales o barreras artificiales, son elementos dirigidos por los gobiernos, medidas proteccionistas de cara a los bienes y servicios provenientes de otros países para el fomento y protección de la producción y la comercialización de los productos nacionales. Según una sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea, es “toda reglamentación comercial de un Estado susceptible de obstaculizar directa o indirectamente, real o potencialmente el comercio”. Para que una medida sea considerada una barrera al comercio internacional ésta debe ser oficial, es decir establecida por la Administración estatal, autonómica o local, y que reporte efectos restrictivos sobre el comercio.

Este tipo de restricciones existen principalmente por diferencias históricas respecto de los requisitos a exigir para proteger la seguridad, salud y el medio ambiente de un país y por la diferencias entre los diferentes países para el desarrollo de normas técnicas y procedimientos de normalización, homologación y certificación.

Existen diferentes tipos de barreras al comercio, según la clasificación de los acuerdos internacionales en materia de libertad de intercambios comerciales, las barreras comerciales se pueden agrupar en dos grandes categorías, las barreras arancelarias y no arancelarias.

2.1.2 Barreras arancelarias

Son impuestos que se deben satisfacer en las aduanas tanto por exportadores como por importadores cuando las mercancías entran o salen de un país. Los tipos de barreras arancelarias más comunes son:

- Derechos de aduana: son impuestos que gravan los productos importados de terceros países, se gravan con un arancel aduanero común completado por el Arancel Integrado de las Comunidades Europeas (TARIC). Si los productos provienen de algún país de la UE este arancel no es aplicable.
- Tasas de efecto equivalente a los derechos de aduanas: son impuestos que gravan los productos importados de terceros países y no constituyen un derecho de aduana propiamente dicho.
- Imposiciones de naturaleza fiscal: gravan directa o indirectamente las mercancías que entran a un país.

2.2.2. Barreras no arancelarias

Barreras a la importación de productos del exterior que no están basadas en la aplicación de un arancel sino que se apoyan en la legislación, regulaciones o políticas comerciales y que tienen como objetivo la restricción del acceso a productos procedentes del exterior.

- Licencias de importación: Autorizaciones o permisos especiales que se dan como condición previa para importar un determinado producto. Constituyen un instrumento para regular y limitar el flujo y la cantidad de las importaciones. Son extendidas por entidades oficiales del país que las (López 2010).
- Normas de origen: Criterios necesarios para determinar la procedencia nacional de un producto. Su importancia se explica porque los derechos y las restricciones aplicados a la importación pueden variar según el origen de los productos importados. Las prácticas de los gobiernos en materia de normas de origen pueden variar considerablemente. Se

utilizan en algunos casos como en los casos de los derechos antidumping y las medidas de salvaguardia (Organización Mundial del Comercio 2016).

- Normas técnicas: Disposiciones o medidas gubernamentales que tienen el objetivo de proteger la salud pública, el medio ambiente y los derechos del consumidor. Estas normas son especificaciones técnicas por las que se determinan las características de un producto según las dimensiones, ingredientes, calidad, rendimiento o seguridad. Se exigen los mismos requisitos para los productos nacionales que internacionales dispuestos para la venta.

- Normas sanitarias, fitosanitarias y zoosanitarias: Normas destinadas a la protección de la vida y la salud humana, animal y vegetal, mediante el control de plagas, enfermedades y tóxicos de animales, plantas y alimentos. (López 2010). Se aplican según las recomendaciones del Código Alimentario de la FAO (*Food and Agriculture Organization*) que pertenece a Naciones Unidas.

- Restricciones cuantitativas a las importaciones: Las restricciones cuantitativas son límites explícitos o cuotas sobre las cantidades de productos en particular que pueden ser importadas o exportadas durante un período específico. Generalmente, son medidas por volumen y, en ocasiones, por valor. (López 2010). Las principales son:

- Cuotas: son topes a la importación de un producto por un plazo determinado, los topes pueden ser globales, por países o por estaciones.
- Prohibiciones: Pueden ser totales o se pueden establecer excepciones a discreción de la autoridad competente.
- Autorizaciones discrecionales y condicionales de importación: las primeras se otorgan por la autoridad competente y las segundas implican algunas condiciones como a que el importador del producto se comprometa a la adquisición de cantidades equivalentes de productos nacionales.

2.3 Barreras naturales

2.3.1 Dificultad de acceso al crédito: recursos financieros, materiales y personales

Toda actividad emprendida en una empresa tiene un coste dinerario o material al que ésta debe hacer frente, el proceso de internacionalización no es una menos y lleva consigo un alto coste para la empresa que decide salir al mercado exterior.

Se dividen los costes en financieros, materiales y personales puesto que aunque acceso al crédito es un elemento básico para emprender el proceso también la empresa que lo inicie deberá contar con recursos materiales donde se apoyen las actividades y unos recursos personales que las dirijan y desarrollen. Los recursos personales se tratan en posteriormente en el apartado 2.3.3: “Dificultades de formación y conocimientos: recursos personales.

Desde el momento que la empresa decide que desea exportar la necesidad de los recursos financieros se hace patente. Si únicamente la empresa tiene como objetivo la exportación ocasional de sus productos tan solo debe preocuparse por tener capacidad y solvencia para la contratación de los distribuidores que hagan llegar la mercancía a su destino. En principio la contratación de este servicio no supone una gran dificultad, si bien puede darse el caso en que una empresa no pueda contratar estos servicios por no gozar de una liquidez que le permita contratar con empresas distribuidoras. Las empresas distribuidoras de mercancías por carretera suelen consultar a través de bases de datos online la liquidez de las empresas con las que contratan y quizás si éstas no gozan de una situación financiera holgada pueden decidir no contratar con ellas por temor al impago del servicio.

A partir de la segunda fase los costes se hacen verdaderamente patentes, ya con la exportación experimental se necesita una actividad de promoción dirigida a los clientes o potenciales clientes, esta actividad promocional necesita de un plan de marketing que fije las bases para la presentación de la empresa y sus productos a los clientes. Si la empresa no es de grandes dimensiones y no posee en su estructura un departamento de marketing y publicidad debe recurrir a una empresa externa que realice el plan arreglo los deseos y necesidades de la empresa, esta actividad lleva asociada un coste dinerario, por ejemplo la Cámara de Comercio de España ofrece un Plan de acceso al mercado y un Plan de Marketing a un precio de 2.885€ + IVA, coste relativamente asequible según tamaño y capacidad financiera de determinadas empresas.

Cuando la empresa ya exporta sus productos de forma regular se hace necesaria la creación de un departamento que se encargue de todo el proceso exportador. La creación de este departamento supone la necesidad de un espacio mayor y la provisión de los materiales necesarios además de la contratación de empleados que lleven a cabo la

actividad en cuestión. La contratación de profesionales especializados incrementa el gasto que la empresa debe realizar si el objetivo es una internalización correcta, de calidad y bajo los parámetros exigidos para este tipo de actividades.

Aunque existen líneas de ayuda públicas y también privadas para estos momentos de la expansión internacional de la empresa todas ellas subvencionan únicamente una parte del coste que puede no ser suficiente para las empresas, éstas deben pues recurrir a entidades financieras que pueden o no ayudarlas según el proyecto de la empresa, su solvencia, sus actuaciones anteriores respecto de la banca o su liquidez, entre otras. Así pues si la empresa es capaz de financiarse mediante créditos ya posee una deuda de la que debe responder o si es capaz, puede financiar la actividad con recursos propios, en ambos casos realiza una gran inversión de la que debe responder. Dar inicio a la actividad exportadora y mantenerla es complicado, el proceso de internacionalización constituye un riesgo para la empresa y este riesgo se traslada a las expectativas de las entidades financieras cuando se negocian créditos a favor de la empresa. Los riesgos asociados a la actividad de la empresa se trasladan al tipo de interés del crédito en cuestión y por tanto al pago de los intereses, que aumentan proporcionalmente con el riesgo de la actividad empresarial a desarrollar.

Si la fase de internacionalización sigue su curso habitual y la fase anterior ha concluido con éxito es posible que se desee por parte de la empresa establecer filiales de venta y posteriormente las filiales de producción, momento en el que los costes se disparan pues el establecer la presencia física de la empresa en un país extranjero se convierte en un gran proyecto de inversión.

Existen planes de financiación públicos de estas fases de la que serán expuestas y analizadas en el capítulo cuarto: Políticas públicas actuales. Cabe mencionar que existen unos duros requisitos para el acceso a la mayoría de planes de financiación que obligan a la empresa a invertir previamente unas cantidades para poder optar a este plan y que dificultan así el acceso al crédito para el desarrollo internacional.

Estos programas de igual forma que la concesión de créditos por parte de entidades bancarias comprometen la capacidad financiera de la empresa a largo plazo y no siempre son garantías del éxito del proyecto. En muchas ocasiones la concesión de éstos va ligada a la rentabilidad futura de la inversión.

En conclusión existe una gran barrera para el desarrollo de la internacionalización de las empresas y especialmente de las pymes que parten normalmente de cero y no pueden hacer frente a los costes que se les presentan. Las pymes son por definición las empresas que más desean iniciarse en el comercio internacional pues es una vía de contrarrestar la caída del comercio interior, pero a su vez son a las que más dificultades se les presentan pues las inversiones que debe hacer son de gran envergadura y quizás no puedan hacerles frente por el mismo motivo por el que desean internacionalizar su actividad, porque la caída del mercado interior en los últimos años las ha sumido en una situación financiera complicada.

2.3.2 Dificultad de acceso a la información.

La información de tipo económico, administrativo, legal, empresarial, comercial... es un recurso necesario e indispensable para realizar cualquier actividad encaminada a la internacionalización de una empresa. Desde el momento en que la empresa recibe su primer pedido de forma inesperada desde el exterior es vital la información, debe comprobar si verdaderamente se encuentra ante una oportunidad comercial o existen otros motivos, para ello debe averiguar qué y quién están detrás de la empresa y como hacer llegar los productos al destino.

Para la empresa que inicia el proceso de internacionalización es inevitable recabar información sobre los procedimientos que debe seguir ya que según el país donde se opere los procedimientos administrativos y legales varían, de igual modo que los procesos de certificación u homologación.

La información puede provenir de fuentes primarias y/o secundarias, la información considerada primaria es nueva, original y no ha existido anteriormente, la secundaria contrariamente, es el resultado de un análisis, estudio o reorganización de información existente.

En la tercera fase del proceso de internacionalización, cuando se exportan productos de forma regular es donde la información toma un papel relevante, no sin tener en cuenta que siempre en todo el proceso es de gran importancia. En esta fase se empieza a construir una base de datos de clientes, pero para ello se debe contactar con ellos y formalizar las relaciones comerciales y para ello es básico recurrir a fuentes secundarias; bases de datos, páginas web, agentes comerciales... donde encontrar potenciales clientes.

Cuando la exportación de productos es regular se debe crear un departamento que se encargue exclusivamente del proceso exportador, la empresa necesita en este momento saber qué tipo de recursos va a necesitar este departamento en temas informáticos, administrativos, profesionales... para poder acceder a esta información debe recurrir a empresas especializadas en gestión de proyectos internacionales para que asesoren a la empresa y pueda desarrollar un buen departamento en el que se cubran las necesidades del proyecto de salida al exterior. El acceso a esta información suele tener un coste elevado puesto que son empresas que se dedican en exclusiva a estos temas y son especializadas en este tipo de actividades. Si la empresa no dispone del capital necesario para este proyecto el acceso a la información supone una barrera para el desarrollo de la internacionalización, pues el asentamiento de un buen departamento con los medios adecuados puede ser la pieza clave del buen inicio del proceso exportador.

Cuando la empresa ya ha decidido asentar filiales de venta en otros países la información se vuelve aún más indispensable pues para ello es necesario conocer muy bien los requisitos administrativos, legales, comerciales... las posibles restricciones y el lugar idóneo para la construcción del punto de venta entre otros.

Muchas entidades público y/o privadas españolas ofrecen información de este tipo para que las empresas puedan conocer las exigencias y los requisitos que les van a demandar

en el país para el desarrollo de la filial de venta. En algunos casos se debe pagar por el servicio y en otros está disponible de forma gratuita, lo sea o no la empresa la necesita, sin un buen conocimiento previo de los requisitos el éxito está comprometido desde la base, la empresa debe ser capaz de conseguir una buena cobertura informativa por los distintos medios y que esta sea fiable y de calidad, pues una información mala o incompleta puede paralizar el proceso de establecer el punto de venta.

En el mismo caso se encuentra cuando el objetivo es la fijación en destino de filiales de producción. El posible desconocimiento de cuestiones legales o administrativas puede suponer que el proyecto de la empresa no pueda desarrollarse en el país objetivo pues las licencias de importación, las normas de origen, las normas técnicas, las normas sanitarias, fitosanitarias y zoonosanitarias y las restricciones cuantitativas a las importaciones varían según países.

Aunque existen entidades que ponen a disposición de las empresas información de forma gratuita una información relevante de calidad y a medida para cada caso y empresa

supone un coste que todas las empresas no pueden afrontar. En definitiva la dificultad de acceso a la información representa una barrera para las empresas que por su situación no tienen capacidad para sufragar los gastos que ésta supone ya que su salida al exterior se verá repercutida de forma negativa.

La información administrativa y los requerimientos técnicos y legales son esenciales para el desarrollo de la actividad de internacionalización desde las primeras fases hasta el asentamiento de las filiales de producción pero el conocimiento de la cultura del país y de sus ciudadanos puede condicionar también el éxito de la exportación o asentamiento de la empresa en el país. Las diferentes culturas de los distintos países condicionan en muchas ocasiones las actuaciones de sus habitantes respecto de los productos nuevos o las nuevas empresas asentadas en sus ciudades. Se deben conocer las preferencias de los consumidores locales para adaptar los productos a sus necesidades y que éstos sean acogidos de la mejor forma posible.

2.3.3 Dificultades de formación y conocimientos: recursos personales.

Desde la primera fase del proceso de internacionalización de una empresa se debe tener en cuenta la necesidad de que los encargados de llevar a cabo el proceso deben tener un nivel de formación y conocimientos acorde a la función que desarrollan.

Cuando la empresa se encuentra en las primeras fases, exportación experimental y ocasional puede que no se haya considerado la necesidad futura de tener en las filas de la empresa profesionales especializados en mercados internacionales puesto que hasta el momento quizás el personal ya contratado ha podido ir encaminando el proyecto aunque sin tener certeza de que hayan dado los pasos adecuados, es ya con la exportación regular y la creación de un departamento reservado únicamente al proceso exportador cuando se

hace necesaria la existencia en la empresa de profesionales formados para el desarrollo de estos trabajos específicos.

No es habitual que en una empresa que no nació con vocación internacional trabajen profesionales que hablen varios idiomas, agentes comerciales expertos en mercados internacionales o administrativos especializados en legislación y contabilidad. Esta situación puede ir frenando el proceso de internacionalización mientras éste intenta avanzar, pues la falta de conocimiento ralentiza todas las actividades incluso las impide en muchas ocasiones. Por ejemplo es imprescindible el conocimiento de idiomas que permitan la comunicación con proveedores, clientes o consumidores de los distintos países pues si la empresa no es capaz de comunicarse con los intermediarios el éxito de la actividad exportadora o productora en el país se verá gravemente dificultada o incluso impedida.

Como se ha mencionado anteriormente es inevitable poseer información para operar con seguridad y certeza en los distintos destinos pero si esta información no es analizada y estudiada por profesionales puede que no sirva para favorecer al proceso de internacionalización. La información debe adecuarse a las características y necesidades de la empresa para que le sea útil en su proceso de salida al exterior. La barrera surge cuando los trabajadores no reúnen las capacidades y competencias que requiere el proceso pues el desconocimiento de los factores esenciales en cada fase puede abocar en un fallo del proceso de internacionalización.

La falta de conocimiento y formación constituye una gran barrera para cualquier acción de desarrollo del proceso de internacionalización que debe ser suplida mediante la contratación de nuevos profesionales especializados y a través de la formación de los que ya son trabajadores de la empresa.

2.3.4 Desconocimiento del mercado de destino

En los inicios del proceso de internacionalización los mercados de destino son inusuales y aleatorios. Cuando la exportación pasa a ser un objetivo de la empresa, en la fase de la exportación experimental, la definición del mercado objetivo es esencial pues las relaciones con el país o países en cuestión son necesarias y se deben conocer las formas de proceder en los distintos destinos.

Cuando la exportación de productos se realiza de forma regular y ésta se convierte en un objetivo estratégico de la empresa y se empiezan a diseñar y realizar las primeras bases de datos es ineludible la elección del mercado al que dirigirse, estudiar su oferta, demanda, tendencias de compra, costumbres comerciales...

Conocer las características económicas, legales y sociales del país es esencial para partir de un mínimo margen de éxito en la comercialización y venta de los productos. El conocimiento del mercado de destino está íntimamente ligado a las barreras

anteriormente mencionadas: la dificultad de acceso al crédito, la dificultad de acceso a la información y la falta de formación y conocimientos. Pues teniendo un buen presupuesto para el proceso de internacionalización, buenos profesionales especializados en comercio internacional y acceso a una información de calidad, el conocimiento del mercado de destino es fácilmente alcanzable.

Para conocer cómo se desarrollan las actividades comerciales en diferentes países es necesario o bien acudir a profesionales que se dediquen a realizar estudios de mercado en los países seleccionados por la empresa que busca la presencia internacional o que los propios trabajadores de la empresa se dediquen en parte o totalmente, durante un periodo, a buscar información que les permita conocer el funcionamiento comercial y legal de la actividad a desarrollar en el país de destino. Ambas opciones acarrear costes, bien económicos si se encomienda a una empresa externa o bien costes materiales y de tiempo pues los empleados deben dedicar tiempo y esfuerzo a recabar la información necesaria para una correcta expansión en el país de destino. Para que el producto pueda ingresar al mercado de interés para el exportador debe cumplir con los requisitos de entrada; esto repercute directamente en los costos y en el tiempo requerido para que el exportador pueda iniciar la comercialización de su producto en ese mercado. Asimismo, el precio final del producto se ve afectado, lo que tiene incidencia en su competitividad (López 2010).

En las primeras fases del proceso de internacionalización la empresa no conoce apenas nada sobre el país al que va a exportar sus productos, únicamente los hace llegar a través de un distribuidor. Cuando la internacionalización está en los puntos álgidos, desarrollo de un punto de venta en destino y asentamiento de filiales es cuando la necesidad de conocer el país de destino resulta esencial. En el momento de asentar el punto de venta físico en el país de destino se deben conocer los factores socioculturales del lugar, las leyes que regulan la venta de productos y establecimientos de negocios, la demanda del producto a vender en ese lugar...

Existen entidades como el ICEX que prestan servicios sobre información de mercados a través de buscadores que tienen la capacidad de filtrar la información por países y sectores productivos, ofrece también servicios jurídicos y sobre contratación internacional además de calendarios sobre actos como ferias de comercio y gráficos que muestran las tendencias comerciales en el país en cuestión. Aunque acceder a este servicio no supone grandes complicaciones analizar la información y adecuarla a la empresa y sus productos necesita una inversión material y económica elevada.

El desconocimiento de la ley no exime de su cumplimiento y a la empresa le pueden surgir algunas complicaciones por el desconocimiento de los procedimientos legales del país donde comercializará sus productos, aún más todavía cuando desea asentar filiales de producción donde los procedimientos legales y administrativos se complican y un mal conocimiento de ellos puede acarrear grandes pérdidas.

En definitiva el conocimiento del mercado de destino es esencial para una buena puesta en marcha y desarrollo del proceso de internacionalización, una vez estudiados los comportamientos comerciales de los ciudadanos, la oferta y la demanda en el país de los

productos a comercializar, los procedimientos legales y administrativos... y asentados tanto el punto de venta como el de producción la empresa debe permanecer informada constantemente de los posibles cambios normativos y de las alteraciones de la demanda entre otros para así asegurar la correcta evolución de la actividad en el mercado de destino.

2.4 Conclusión

Como se ha visto a lo largo del capítulo las empresas se enfrentan a grandes obstáculos desde el momento que deciden internacionalizar su actividad.

En primer lugar deben hacer frente a las barreras artificiales, barreras a las que se ven abocadas todas las empresas de cualquier lugar del mundo por el mero hecho de participar en un proceso de intercambio de bienes y servicios. Los gobiernos articulan estas medidas para preservar y mantener la comercialización de los bienes y servicios nacionales frente a terceros.

Las barreras naturales son las que afectan directamente a las empresas que inician o quieren mantener una actividad comercial fuera del mercado nacional, las barreras naturales conviven al mismo tiempo con las artificiales y las empresas hacen doble esfuerzo para que ninguna de ellas frene o dificulte su actividad. La dificultad de acceso al crédito es la barrera natural que más dificulta el desarrollo de la actividad de internacionalización ya que sin una posición financiera holgada la empresa no puede hacer frente a todo lo que necesita para desarrollarse internacionalmente. El acceso al crédito se convierte en la mayoría de ocasiones en el mecanismo elegido para hacer frente a los costes del proceso de internacionalización. La financiación de los costes supone la adquisición de una deuda con la entidad y un pago de intereses ligado al riesgo de la actividad, que en estos casos es elevado.

Las demás barreras naturales: el acceso a la información, el conocimiento del mercado y los recursos personales también están ligados al crédito ya que sin capacidad financiera la empresa no puede tener acceso a una información de calidad, no puede hacer estudios de mercado que le permitan conocer las preferencias de los consumidores ni contratar a profesionales especializados en las distintas ramas.

Como se ha visto es verdaderamente complicado llevar a cabo la internacionalización de una empresa desde las primeras fases del modelo secuencial presentado hasta el final donde la empresa ya fabrica sus productos en diferentes países. Es un proceso que presenta grandes dificultades en cada una de las fases pero que con mecanismos y procedimientos adecuados pueden llevarse a cabo con éxito.

CAPÍTULO 3

3. Evolución del comercio exterior en España

El objetivo del capítulo, por una parte, es recoger la evolución histórica de las políticas públicas en España desde la dictadura franquista hasta el comienzo y desarrollo de la democracia. Por otra parte el capítulo pretende examinar y exponer qué tipo de medidas se desarrollaron y aplicaron respecto al fomento y apoyo de la exportación de bienes y servicios españoles además de la expansión de las empresas nacionales en el mercado exterior. Por ello se ven expuestas las políticas públicas y demás medidas de tipo económico que han influido a lo largo de la historia económica de España más reciente.

3.1 Plan Nacional de Estabilización económica de 1959

Desde 1945 España sufría un aislamiento internacional debido al alineamiento con las potencias fascistas durante la Segunda Guerra Mundial. Aunque tuvo una actitud no neutral y no beligerante simpatizaba con la Alemania nazi y la Italia de Mussolini.

Durante los años 50 el gobierno franquista necesitaba hacer frente la situación de anclaje a un sistema productivo sin vistas al exterior que había producido que España fuera, junto a Portugal uno de los países más pobres de Europa (María 2013). En 1950 ese alineamiento con las potencias fascistas empezó a romperse, la Guerra Fría había comenzado y la posición de aislamiento frente a las potencias del Eje hizo que España fuera vista desde el exterior como un antiguo aliado del frente fascista y un país anticomunista, por ende, fiable respecto al resto del mundo. En 1950 la Organización Mundial de las Naciones Unidas (ONU) revocó la medida aprobada en 1946 de aislamiento diplomático de España (Carreras y Tafunell 2006).

España debía discernir entre dos alternativas: recortar drásticamente el volumen de importaciones ajustándolo a los bajos ingresos aportados por las exportaciones (para preservar los principios autárquicos) o reestablecer el equilibrio exterior e impulsar el crecimiento económico mediante la liberación del comercio exterior, atracción del capital extranjero y la plena integración en los organismos de cooperación económica internacional (Carreras y Tafunell 2006) pues el deseo de forjar una base industrial amplia y fuerte con recursos nacionales empezaba a dar síntomas de ser equívoca e insuficiente.

En julio de 1959 el gobierno franquista elaboró el Plan de Estabilización Económica apoyado por la OCE (Organización Europea de Cooperación Económica) y el FMI (Fondo Monetario Internacional), un plan que supuso decisiones muy importantes que fueron

plasmadas en duras políticas. Los motivos por los cuales este plan se llevó a cabo fueron una industria interior ahogada, una gran inflación y las reservas de divisas en negativo, hecho que hacía verdaderamente difícil o casi imposible la importación de bienes, pues en 1959 España estaba virtualmente en suspensión de pagos exteriores.

El último objetivo del Plan de Estabilización según Enrique Fuentes Quintana, participante en la elaboración del Plan, fue introducir “la economía de mercado”.

El objetivo central del Plan de Estabilización fue corregir el déficit de la balanza exterior (Carreras y Tafunell 2006).

El segundo objetivo, a largo plazo, eran reformas estructurales profundas, que necesitaban de la desregulación y liberalización interna y externa de la economía.

Se suprimieron las emisiones de deuda pública y se subieron los tipos de interés por parte de las autoridades monetarias. Se estableció un tipo de cambio único y realista (60 pesetas por dólar) frente al sistema de cambios múltiples anterior. Se produjo un descenso del gasto público que entre los años 1959 y 1960 que no podía superar el techo de 80 mil millones de pesetas (Carreras y Tafunell 2006).

Descendió el crédito al sector privado y se produjo un aumento de los impuestos y de los precios en productos como las tarifas telefónicas, el tabaco o los hidrocarburos.

El plan supuso la liberalización de la economía española, especialmente en las áreas del comercio y la inversión extranjera, España empezaría a ser un destino atractivo para empresas e inversores internacionales. El turismo también empezó a florecer y España se convirtió en uno de los países preferidos por los turistas europeos.

El Plan de Estabilización Económica fue aprobado mediante Decreto Ley el 21 de julio de 1959 y cabe mencionar que, aunque tuvo éxito en muchas áreas de la economía tuvo costes sociales significativos, aunque se contuvo la caída del empleo por la rigidez del sistema se vivió una gran salida de emigrantes españoles, entre 1950 y 1973 fueron 1,5 millones. La renta disponible de las familias experimentó una fuerte caída ya que las empresas redujeron drásticamente las retribuciones complementarias, que representaban una parte muy importante de la retribución de trabajadores y empleados.

Aun así se puede afirmar que el Plan de Estabilización Económica de 1959 tuvo un gran éxito ya que propició la desaparición de la inflación y se rehicieron las reservas de divisas, objetivo de radiante importancia en el Plan. El éxito del Plan supuso el llamado “Milagro Español”. En los años 60 hubo un gran crecimiento de la economía española, el más alto vivido hasta entonces que sólo fue superado por Japón, Sin embargo, en esta misma época surgieron posiciones proteccionistas e intervencionistas debidas principalmente a cuestiones políticas y económicas que impidieron que España fuera competitiva y dificultaría la modernización de España durante la transición (María 2013).

3.2 Expansión y crecimiento en los años sesenta

El Plan Nacional de Estabilización de 1959 fue una gran medida para la contención de algunos parámetros macroeconómicos como la inflación y supuso además un aumento de las reservas de divisas, objetivo indiscutible del Plan. Supuso como su nombre indica una actuación que estabilizó la economía pero que frenó el crecimiento económico entre los años 1958 y 1960 mientras se reajustaban todas las variables económicas.

Aunque no se puede afirmar que España rompió radicalmente con el pasado, en esta década las exportaciones fueron una fuente importante de expansión. Los motivos por los que las exportaciones de productos tuvieron ese gran impulso fueron: el nuevo tipo de cambio que eliminó la penalización a los productos exportados hasta 1959, el contexto de desarrollo acelerado de todos los países europeos, la renovación tecnológica de la industria nacional, la política de fomento de la exportación por parte de las autoridades y el Acuerdo Preferencial con la CEE firmado en 1970.

En 1970 gobierno franquista firmó tras años de negociaciones un Acuerdo Preferencial con la entonces Comunidad Económica Europea, en adelante, CEE. Éste incluyó importantes medidas liberalizadoras del comercio exterior, como la progresiva eliminación de las restricciones cuantitativas al comercio de modo que en 1976 solamente el 5% del total de importaciones españolas de la CEE estaban sujetas a cuotas e importantes reducciones arancelarias que hicieron que el 60 por ciento de las importaciones españolas procedentes de la CEE se vieran afectadas por tales reducciones de aranceles. El índice de apertura pasó del 27,4% en 1970 al 30,8% en 1975 (Aguado 2010). Además a estas medidas de fomento a las exportaciones se añadieron: la devolución a los exportadores de los impuestos indirectos que gravaban la producción y la provisión de créditos y seguros de crédito a la exportación y una tarifa fiscal a las importaciones.

Aunque el comercio exterior por fin había despegado en España el crecimiento no fue equitativo pues algunos sectores se vieron más beneficiados que otros: las exportaciones de maquinaria, buques y otros bienes de equipo. Conjuntamente a este proceso de maximización de las exportaciones la agricultura creció entre 1960 y 1973 tan sólo el 2,4 por 100 anual y la productividad lo hizo a una tasa anual del 5,8 por 100 entre 1960 y 1974.

A partir de 1973 las economías industrializadas como la española se vieron afectadas por dos elementos: el parón en la política de liberalización interior y exterior y la aparición de un nuevo tipo de intervencionismo. Además tres fuerzas perturbaron el crecimiento y funcionamiento eficiente de la economía: las restricciones a la competencia exterior e interior, la política de planificación de la Administración y la mediatización por la misma de la acción crediticia de las entidades financieras (Carreras y Tafunell 2006).

Tras la muerte del General Franco y con la formación del nuevo gobierno democrático la inflación seguía siendo el gran problema a resolver, para ello se devaluó la peseta en dos años consecutivos, 1976 y 1977, pues España vivía un periodo con hiperinflación pues la

inflación media (6,52 por 100) muy superior a la británica (4,81), a la francesa o la italiana (4,48) (Ruiz 2000).

En 1977 se requerían nuevas políticas económicas para cortar los desequilibrios más desestabilizadores. Este mismo año el programa económico del primer gabinete de la democracia se concretó mediante los Pactos de la Moncloa, éste tuvo como objetivo principal frenar la escalada de precios. Las políticas que se aplicaron para conseguirlo fueron por una parte un control más riguroso de la cantidad de dinero y por otra una política de contención del aumento de los salarios. En este momento se devaluó como se ha mencionado por segunda vez la peseta en un 20 por 100.

Se prosiguió con las disminuciones de aranceles y el desmantelamiento del sistema de cuotas, ayudados por varios acontecimientos en la escena internacional. Uno se llevó a cabo en 1979, se firmó un Acuerdo Comercial con los países miembros de la entonces E.F.T.A (Asociación Europea de Libre Comercio) (Aguado 2010).

Los países con los que se firmó el acuerdo fueron Austria, Dinamarca, Gran Bretaña, Noruega, Portugal, Suecia y suiza.

3.3 La apertura económica de los años 80

En Julio de 1980, concluye exitosamente la Ronda Tokio del G.A.T.T (Acuerdo General sobre Comercio y Aranceles) y el Gobierno español aprueba una reducción arancelaria que se extiende a todos los países miembros del G.A.T.T. Las disminuciones fueron progresivas, “las nuevas rebajas no se aplicarán de una sola vez, sino que se ajustaran a un calendario de ocho etapas anuales, comenzando su aplicación el día uno de julio de mil novecientos ochenta, para alcanzar su total valor el día uno de enero de mil novecientos ochenta y siete” (RD 1523/1980, de 4 de julio). El indicador de apertura económica de la economía española pasa, en ese período, del 30,95% del año 1977 al 33,8% de 1980. (Aguado 2010)

La entrada de España en la Comunidad Económica Europea (CEE) el 1 de enero de 1986 aceleró y fortaleció el crecimiento de su economía, ya en funcionamiento. La entrada a la Comunidad Europea requirió que el país se abriera económicamente al exterior, se produjo una fuerte inversión extranjera y un impulso modernizador de la empresa española ante la competencia exterior, se empezaba a exportar esporádicamente productos de consumo, bienes intermedios y bienes de equipo (Gormaz 2013).

La entrada de España en la CEE inicia el último, y más importante, episodio de liberalización comercial de la economía española reciente (Aguado 2010). Los aranceles para los productos provenientes de la actual Unión Europea se eliminaron, además se siguió trabajando sobre las medidas arancelarias y España adoptó el Arancel Externo

Común para productos provenientes de terceros países. El tejido empresarial español tuvo que cambiar y adaptarse a las políticas de la CEE. El sector agrario sufrió un gran retroceso debido a que la emigración obligó al incremento de los salarios y a consecuencia se sustituyó la mano de obra por maquinaria que conduciría a una espectacular mejora de la productividad. El sector agrícola vio muy mermado su participación del PIB debido también a los cambios en la demanda interna y a causa de la urbanización y el aumento de la renta en términos generales de los españoles.

El sector terciario español también presentó una gran expansión debida al proceso de urbanización llevado a cabo en pueblos y ciudades y el desarrollo de los servicios que ello lleva consigo como el alumbrado o las canalizaciones de agua. Se desarrollaron los medios de transporte y las comunicaciones. Esta expansión pudo mantenerse por los grandes aportes del turismo.

Así pues el contexto económico internacional de apertura de los mercados y economías a lo largo de esta década favoreció el crecimiento económico y la apertura al exterior de España, es decir la integración en la economía mundial. En 1985 el PIB creció a una tasa anual de 4,4 por 100.

3.4 La década de los noventa

En esta década se realizaron grandes esfuerzos por parte del Gobierno español para controlar la inflación reinante, ésta se controló en 1998 tras una serie de acontecimientos entre los que cabe destacar la entrada, en 1989, de la peseta en el Sistema Monetario Europeo. Los objetivos fundamentales de El Sistema Monetario Europeo eran estabilizar los tipos de cambio para corregir la inestabilidad existente, reducir la inflación y preparar mediante la cooperación la unión monetaria europea (elEconomista.es 2016). Todo esto acompañado de medidas restrictivas tanto en políticas monetarias como en políticas fiscales.

Se podría afirmar que el año 1990 es el punto de inflexión entre la fase expansiva y la contractiva, en 1991 la economía española inició una desaceleración que se convirtió entre 1992 y 1993 en una severa desaceleración. La inversión sufrió una caída muy intensa, el consumo privado fue sensible a los cambios coyunturales y por contra el consumo público mantuvo la tendencia al alza por la tendencia de aumento del gasto ligada al desarrollo del Estado del Bienestar y la celebración de los Juegos Olímpicos en Barcelona 1992., la Expo de Sevilla y la capitalidad cultural de Madrid.

Esta situación agravó el déficit público y la situación de la balanza por cuenta corriente y para contrarrestar dicha situación la demanda interna tuvo que contraerse. Se rebajó el volumen de las importaciones para permitir el aumento de las exportaciones y se desvió la producción hacia los mercados exteriores. La peseta se devaluó para reajustar los desequilibrios y con ello se mejoró notablemente la situación de las cuentas exteriores

pero no tuvo el mismo efecto sobre la inflación y el paro y la caída de la productividad. El paro se situó en 1993 en una cifra récord hasta el momento, un 24 por 100.

Podría afirmarse que el ítem que marcó esta década fue la entrada de España en la moneda única, para ello se tuvieron que cumplir unos requisitos estipulados en el tratado de Maastricht; la inflación (no debía superar en más de 1,5 puntos porcentuales la media de los tres países con menor inflación), el déficit público (no debía rebasar el 3 por 100 del PIB), la deuda pública (no debía ser superior al 70 por 100 del PIB), los tipos de interés nominales a largo plazo (no debían superar en más de dos puntos porcentuales la media de los tres países con menor inflación), el tipo de cambio (la moneda no debía haberse devaluado en los dos años anteriores) (Carreras y Tafunell 2006).

A finales de los años noventa, y en paralelo al proceso de globalización comercial, la economía española evidencia los primeros síntomas de un incipiente cambio en el patrón de crecimiento sectorial (BBVA-Research 2012).

Respecto al crecimiento económico, en la década 1998-2007 se articula en la creación de empleo en sectores de baja productividad relativa y, fundamentalmente, en la producción de bienes y servicios no comercializables con el resto del mundo (BBVA-Research 2012), aun así se produjo una tendencia de creciente desarrollo económico a partir de 1995 y hasta finales de 2007.

3.5 Crisis económica

En 2007, justo antes del inicio de la crisis económica, las exportaciones de bienes y servicios suponían el 26,9% del PIB, ligeramente por encima del 26,8% de 1999. Tras la intensa caída del comercio mundial en 2009, las exportaciones españolas han crecido a tasas muy superiores a las del PIB, sobrepasando su nivel anterior a la crisis, y aumentando considerablemente su peso sobre el conjunto de la actividad económica (BBVA-Research 2012). Esta tendencia tiene su justificación en la necesidad de las empresas españolas de buscar mercados capaces de absorber sus productos ante la gran contracción de la demanda española.

La crisis económica que empezó a hacerse patente a finales de 2007 tiene su origen en una suma de factores que se desencadenaron en EE.UU. El sistema financiero estadounidense se colapsó ya que durante años había estado financiando mediante préstamos a tipos de interés elevados a particulares y empresas calificadas de alto riesgo, cuando éstos no pudieron hacer frente a las deudas con las entidades financieras y la situación se generalizó el sector bancario estadounidense se encontraba estancado pues las pérdidas ocasionadas por los préstamos no devueltos sobrepasan la capacidad de acción del sector financiero.

Por otra parte en EE.UU se construyeron, entre los años 2002 y 2008 más de 10 millones de viviendas, generando un exceso de tres millones, que originaría en el largo plazo una

contracción importante en la construcción al verse gravemente impedido de ser absorbido por el crecimiento poblacional. Para el año 2010, este sector decreció en 60% y se perdieron dos millones de empleos en la construcción y cuatro millones más por las repercusiones en otros sectores de la economía (Rivarola Ganoza 2013).

En septiembre de 2008 cae el banco de inversiones *Lehman Brothers* que posteriormente se declaró en quiebra, el *Merrill Lynch* y el *American International Building (AIG)* se declararon en crisis y esta situación provocó un derrumbe de Wall Street, pronto la situación financiera de crisis se contagió al resto del mundo.

Por lo que respecta a España, la crisis económica provocó un descenso del volumen de concesión créditos a empresas y familias, el empleo se destruyó a un ritmo frenético y la tasa de paro aumentó al mismo tiempo que el PIB real descendía, concretamente en 2008 la tasa de paro en España pasó del 8,6% al 13,9% y la tasa de empleo del 54% al 51,8%.

En España se aplicaron medidas contractivas pues el gasto público descendió drásticamente desde 2008 en los presupuestos anuales, cinco puntos de PIB en apenas dos años, según Eurostat. La caída de los bancos y las inyecciones de capital público para evitar el colapso total de sistema financiero español han elevado la deuda pública hasta casi el 100% del PIB.

Actualmente el paro en España es del 20,5%.

CAPÍTULO 4

4. Políticas actuales de apoyo a la internacionalización de las empresas españolas.

En la mayor parte de los procesos de internacionalización de las empresas intervienen agentes externos a ellas que asisten a éstas en el proceso de salida al exterior. Estas instituciones ponen a disposición de las empresas que los requieren una serie de instrumentos de diversa índole para apoyar, asistir y empujar la salida al exterior de las empresas españolas.

Existen diversos tipos de instituciones y entidades que tienen como objetivo último ser pilar para que las empresas españolas tengan presencia en el exterior, la mayoría de estas instituciones son públicas o están mayoritariamente participadas con capital público ya que los beneficios obtenidos de la internacionalización de las empresas españolas no únicamente se ven reflejados en el aumento de sus ingresos, sino que indirectamente éstos influyen y hacen fluctuar otras variables económicas. Numerosos trabajos de investigación, tanto los que recurren a modelos clásicos como los que lo hacen a otros más recientes, vienen presentando notables avances empíricos que confirman la fuerte correlación existente entre la creación de nuevas empresas y el crecimiento económico (García Tabuenca , Intituto Universitario Alcalá de Henares y Fernando 2013).

Los gobiernos tienen como instrumentos para desarrollar su actividad las políticas públicas, éstas tiene como objetivo el desarrollo y aplicación de las medidas necesarias para conseguir los objetivos que el Gobierno ha marcado en un proyecto concreto.

Las políticas públicas para el fomento de la internacionalización de las empresas tienen carácter económico y más concretamente en su mayoría son políticas de financiación.

Las políticas de financiación de los gobiernos se articulan a través de tres grandes tipos de instrumentos:

1. Créditos que conceden directamente los gobiernos con sus propios recursos, canalizados a través de instituciones financieras públicas o fondos públicos con su propia personalidad jurídica, tanto para financiar exportaciones como inversiones en el exterior.
2. Garantías públicas para créditos concedidos por instituciones financieras privadas. Estas garantías posibilitan que los bancos ofrezcan créditos para financiar operaciones de exportación ya que, sin ellas, no estarían dispuestos a asumir los riesgos de impago de dichos créditos.
3. Capital para operaciones de inversión en el exterior. Los gobiernos pueden participar, a través de diversos instrumentos, en el capital de empresas constituidas en el exterior por empresas nacionales. De esta forma aumentan la financiación disponible

para dichas inversiones. Por otro lado, el “efecto confianza” que su participación genera puede contribuir a que aumenta la financiación disponible de otros inversores.

Este tipo de instrumentos se desarrollan mediante la presencia y actuación de las entidades a tratar. Éstas se ven justificadas por la presencia de fallos de mercado los cuáles éstas intentan mitigar con la puesta a disposición de sus instrumentos a los empresarios españoles. Además de combatir los fallos que presenta el mercado estas entidades trabajan para minimizar al máximo las barreras naturales con las que los empresarios deben lidiar.

Las barreras naturales más frecuentes, que se analizan en el capítulo tercero, son: la dificultad de acceso al crédito, la falta de formación y conocimientos de los trabajadores, el desconocimiento del mercado de destino y la dificultad de acceso a la información. Así pues las entidades y en consecuencia, las políticas que se analizan en el presente capítulo tienen como objetivo aminorar los problemas que surgen en el proceso de internacionalización. Las diferentes entidades proponen a los empresarios planes de actuación que tienen por objeto minimizar alguna de las barreras mencionadas anteriormente.

En este capítulo se lleva a cabo un análisis y descripción de las políticas públicas que desarrollan las instituciones más importantes y representativas en el ámbito del apoyo empresarial para la internacionalización de las empresas españolas, como se instrumentalizan estas políticas y su posterior aplicación.

Además, se expondrán los instrumentos de los que disponen así como de los planes que desarrollan y hacia qué tipo de empresas o sectores se dirigen, dando además una visión global del tipo de organización.

4.1 ICEX

El Instituto español de Comercio es un ente público empresarial adscrito al Ministerio de Economía y Competitividad re denominado actualmente como “España, Exportación e Inversiones” su misión es promover la internacionalización de las empresas españolas para contribuir a su competitividad y aportar valor a la economía en su conjunto, así como atraer inversiones exteriores a España. (Ministerio de Economía y Competitividad 2015)

Presta sus servicios a través de una red de 31 Direcciones Provinciales y Territoriales de Comercio en España y casi 100 Oficinas Económicas y Comerciales en el exterior, en adelante Ofecomes. Dispone, además, de 19 Centros de Negocio en el extranjero.

España, Exportación e Inversiones ofrece como eje central de los servicios de los que dispone los programas y servicios de apoyo, cuenta con un apartado para la financiación en el que se orienta y ayuda en la vertiente financiera de la internacionalización, cuenta con un apartado de servicios a medida, pone a disposición grandes volúmenes de información, ayudas, visitas a mercados, formación y capacitación empresarial...

Las políticas públicas encaminadas a la promoción y ayuda para la internacionalización de la empresa española se instrumentalizan mediante los programas y servicios de apoyo de este antiguo instituto y todos los demás servicios que el ICEX pone a disposición de las empresas españolas. A continuación se describen los servicios que ofrece el ICEX:

4.1.1 Programas y servicios de apoyo

a) Ice Next

Es un programa que tiene como objetivos la internalización de un negocio, aumentar su facturación exterior y diversificar el riesgo empresarial además de mejorar su competitividad global. Está dirigido a pymes que deseen internacionalizar su negocio y que deben cumplir los siguientes requisitos:

- Presentar un producto o servicio propio
- Su cifra de exportación no debe superar el 30% de su total de facturación.
- Contar con factores de competitividad diferenciales
- Debe existir en su plantilla personal cualificado, motivado y comprometido con el proyecto.
- La empresa debe disponer de capacidad de financiera para abordar la internacionalización

Ice Next es un programa que ofrece el diseño de un plan de negocio en el exterior introduciendo a la empresa en nuevos mercados y que tiene una duración de veinticuatro meses, el plan de negocio se divide en dos partes principales; el asesoramiento y el apoyo económico.

Profesionales expertos en competitividad y comercio exterior realizan un asesoramiento estratégico para el diseño de un Plan de Internacionalización y desarrollo de un Business Plan por mercados. Esta primera parte de asesoramiento consta de treinta horas de obligado asesoramiento a las que siguen otras treinta voluntarias para asesoramiento en el destino y cualquier cuestión específica para la mejora de la competitividad. La empresa además puede escoger entre los diferentes profesionales que *Ice Next* ofrece y que ésta considera que serán de mayor utilidad para su negocio.

La segunda parte del programa tiene en cuenta el apoyo económico para gastos de prospección, para promoción exterior y para la contratación de personal para el Departamento Internacional. ICEX cofinancia el 50% de los gastos a los que se enfrente la empresa, con una aportación máxima de doce mil cuatrocientos euros.

FINANCIACIÓN	TOTAL	100% ICEX	EMPRESA
Análisis modelo de negocio	300 €	300 €	0 €
Análisis financiero	270 €	270 €	0 €
Análisis de marketing digital	300 €	300 €	0 €
FINANCIACIÓN	TOTAL	50% ICEX	50% EMPRESA
Asesoramiento personalizado global	4.800 €	2.400 €	2.400 €
Asesoramiento personalizado obligatorio	2.400 €	1.200 €	1.200 €
Asesoramiento personalizado voluntario	2.400 €	1.200 €	1.200 €
Gastos promoción + personal	20.000 €	10.000 €	10.000 €
TOTAL	25.670 €	13.270 €	12.400 €

Ilustración 1: Gastos y financiación del programa Ice Next

b) PLAN ICEX CONSOLIDADA2

Este plan tiene como objetivo convertirse en un elemento que favorezca la entrada y consolidación de las PYMES españolas en los mercados exteriores (a excepción de Estados Unidos), con una política definida de marca española propia (Ministerio de Economía y Competitividad 2015)

El programa contempla diferentes modalidades de acceso a los países y apoya, como máximo, tres países por solicitud y empresa.

La cuantía de la ayuda para el acceso al nuevo mercado elegido podrá alcanzar hasta el 50% de los conceptos susceptibles de apoyo, con un máximo de aportación de veinte mil euros por empresa al año y pudiendo solicitar esta ayuda como máximo para la entrada en tres mercados diferentes.

Los porcentajes de apoyo finales resultantes a aplicar, quedarán marcados por la selección que realice la empresa en el impreso de solicitud en base a las siguientes opciones que sumarán porcentaje adicional al 25% de apoyo base:

- Opción a): Apoyo a actividades en países de la Unión Europea sin filial: las actividades en países de la Unión Europea donde la empresa no tenga filial no sumarán ningún porcentaje adicional y se mantendrán con el apoyo base.
- Opción b): Apoyo a actividades en países donde la empresa tenga filial: +10%.
- Opción c): Apoyo a actividades en países fuera de la Unión Europea: +10%.
- Opción d): Apoyo a actividades en países fuera de la Unión Europea y que además sean países donde la empresa tenga filial: +20%
- La empresa podría llegar a obtener un 5% adicional si pertenece a un sector de intensidad tecnológica media-alta.¹

Los criterios de selección utilizados por el ICEX para establecer el orden de prelación de las empresas que recibirán ayudas de este programa son:

- Plan de Internacionalización (máximo 2 puntos)
- Eficacia del esfuerzo inversor en internacionalización (máximo 2 puntos)
- Crecimiento neto del número de empleados (2 puntos)
- Actividades en países considerados prioritarios- PIDM- (1 punto)
- Certificado de calidad (1 punto)
- Informe de Oficina Económica y Comercial (1 punto)
- Informe de Dirección Territorial y Provincial de ICEX (1 punto)

Los gastos a subvencionar deben realizarse entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2015. También recibirán ayuda los gastos previos de constitución y primer

¹ Según la clasificación definida por la OCDE.

establecimiento de la filial para la que se solicita la ayuda, que hayan sido realizados en 2014. Siempre y cuando se hayan llevado a cabo, como máximo, en los cuatro meses anteriores a la creación de dicha filial.

La solicitud para solicitar la adhesión al plan debe realizarse por vía telemática o presentando una solicitud escrita en los Servicios Centrales de ICEX.

c) ICEX GRAN DISTRIBUCIÓN

Es un programa que tiene como objetivo incrementar el número de empresas españolas incluidas en las redes de suministro de las compañías de distribución de talla mundial, especialmente europeas, que buscan proveedores en los mercados internacionales. (Ministerio de Economía y Competitividad 2015)

Para que este plan cumpla con los objetivos es necesaria una estrecha colaboración entre el ICEX y la red de Oficinas Económicas y comerciales de España en el exterior. El servicio se ofrece a los empresarios aunque su desarrollo es bajo demanda y para cualquiera de las cadenas internacionales que esté interesada.

El grupo de distribución internacional contacta con la Oficina Económica y Comercial a quien comunica su demanda. Esta Ofecome remite la solicitud recibida a ICEX, quien se encarga de la tramitación de la prestación del servicio.

d) ICEX SOURCING

El programa está orientado a la obtención de información y al conocimiento de las oportunidades de negocio en los diferentes mercados internacionales, el objetivo del programa es potenciar la presencia y actividad de las empresas de españolas en los mismos.

La finalidad es que los distintos operadores extranjeros dispongan de información de primera mano sobre las empresas españolas y su contacto para poder satisfacer cualquier necesidad profesional de esta índole. Esta información se encuentra a disposición tras la labor prospectiva del ICEX con las Oficinas Económicas.

El desarrollo y procedimiento del servicio empieza con la solicitud por parte de las empresas locales a las Ofecomes, datos de contacto de compañías españolas que actúen como proveedoras. Las Ofecomes conectadas envían la solicitud recibida por las empresas locales en el exterior al ICEX quien se encarga de tramitar la prestación del servicio.

e) ICEX INTEGRA

El objetivo de este programa es que las grandes empresas españolas que licitan en los mercados internacionales, ejerzan un efecto arrastre y tractor de otras pequeñas y medianas empresas favoreciendo soluciones integrales que hagan más competitivas las ofertas y que por lo tanto aumente y consolide la presencia de estas pequeñas y medianas en los mercados exteriores (Ministerio de Economía y Competitividad 2015).

Las grandes empresas españolas que tienen presencia exterior y que este programa pretende que ejerzan un efecto arrastre sobre las pequeñas y medianas ejercen en sectores de infraestructuras de transporte, agua y energía entre otros, sin embargo el tejido empresarial español está excesivamente atomizado y el objetivo último de este plan es que las pequeñas y medianas empresas aumenten su tamaño a través de la prospección exterior de su actividad.

El programa se dirige a empresas que hayan resultado adjudicatarias de un proyecto o proyectos internacionales, presentado una oferta para una licitación en el exterior o estén preparando una oferta para licitar fuera de España.

El programa se ejecuta en base a dos ejes de actuación. INTEGRA en España, que identifica a los posibles proveedores en base a las áreas de actuación o en base a los proyectos de las empresas participantes en el programa. INTEGRA en los mercado objetivo, que acerca a posibles proveedores a las empresas beneficiadas del plan y que prevén su actuación en un mercado determinado.

La solicitud para la participación en el plan será por vía telemática rellenando el formulario de solicitud y ésta acompañada de una breve descripción del proyecto para los que solicita la identificación de empresas.

f) PLANES INTEGRALES DE DESARROLLO DE MERCADOS 2015

Los Planes Integrales de Desarrollo (PIDM) se iniciaron con el propósito de proporcionar una guía de internacionalización hacia mercados que tienen importancia estratégica para España teniendo en cuenta que la mayoría de las empresas españolas con presencia exterior están localizadas en Europa.

Los PIDM identifican mercados prioritarios pero además analizan y proponen las oportunidades que éstos pueden proporcionar a las empresas españolas. Estas oportunidades se acompañan de unos objetivos y unas líneas de actuación marcadas por el plan.

Los países PIDM 2015 son Argelia, Australia, Brasil, China, Consejo de Cooperación del Golfo, EEUU, Filipinas, India, Indonesia, Japón, Marruecos, México, Rusia, Singapur, Sudáfrica y Turquía.

Las líneas de actuación que proponen los PIDM cuentan con los siguientes ejes:

I. Apoyo Institucional:

- Mantenimiento de un contacto fluido con las autoridades locales, reforzando la presencia institucional de España en el país, a través de viajes y actividades conjuntas con instituciones del país, cámaras de comercio etc. Apoyo al comercio y acceso a mercados.
- Impulso a la firma y desarrollo de los tratados de libre comercio, APPRIs, y Convenios de doble Imposición.
- Identificación y lucha contra las barreras comerciales.
- Impulso al apoyo financiero tanto al comercio como a la inversión, a través de los instrumentos de la Secretaría de Estado de Comercio, FIEM, COFIDES, mejora de las coberturas de CESCE y dar a conocer las líneas de internacionalización del ICO para estos países.
- Impulso a la participación de las empresas españolas en países PIDM en proyectos con financiación multilateral.

II. Apoyo a la inversión

- Apoyo a la inversión española a través de los mecanismos de financiación adecuados y promoviendo el conocimiento de nuestras empresas y de los convenios que garanticen la seguridad jurídica de las inversiones españolas en estos países
- Elaborar y diseminar una información actualizada sobre las condiciones para la inversión en los países PIDM, costes de establecimiento etc
- Apoyo a la inversión extranjera en España procedente de países PIDM, a través de campañas y seminarios de presentación sobre España y programas como el de Sedes de *Invest in Spain* o *ICEX Sourcing* del ICEX
- Potenciación de los portales inversos, en lenguas distintas al inglés.

III. Acciones de formación e información

- Mantenimiento y mejora de las páginas de las OFECOMES
- Desarrollo de Apps para estos mercados que está realizando el ICEX
- Jornadas de información: Conecta, seminarios, “webminarios”
- Continuación de la capacitación de expertos en estos mercados, a través de las becas para jóvenes profesionales del ICEX.

Además de todos los tipos de planes y programas descritos existen otros como Plan País USA, Plan ICEX Target USA y Programa LFP *World Challenge*.

4.1.2 Financiación para la internacionalización

El ICEX ofrece un servicio de orientación para la financiación de las empresas que desean ampliar o iniciar su presencia en mercados exteriores y que cuenta con diferentes servicios integrados, todos en el eje de la financiación.

Presentan un servicio de orientación que asesora a la empresa según sus características y necesidades financieras hacia fuentes públicas o privadas que cuentan con recursos disponibles. Es un servicio gratuito y se accede mediante solicitud vía email.

Los Convenios ICEX-Organismos Públicos son otros de los mecanismos del ICEX en materia de financiación, aunque el ICEX no financia directamente los planes o programas mantiene acuerdos con entidades públicas para facilitar el acceso y difundir la financiación a las Pymes. A continuación se describen de forma breve algunos de los convenios con algunas entidades del sector público.

a) Programa Pyme-Invierte (ICEX-COFIDES)

Es un programa nacido de un convenio de colaboración entre el ICEX y COFIDES que tiene como objetivo el apoyo integral a las implantaciones en el exterior de las PYMES españolas facilitando el asesoramiento a la empresa por parte del ICEX y el acceso a la financiación de COFIDES (Compañía Española de Financiación del Desarrollo) para sus implantaciones productivas y/o comerciales. La solicitud de la financiación se canaliza a través de ICEX.

Los beneficiarios del programa serán PYMES españolas que deseen emprender un proyecto de inversión productiva fuera de España, que tengan necesidades de financiación a medio o largo plazo, más de tres años.

El programa se ejecuta conjuntamente entre ICEX y COFIDES y por eso según la fase de inversión en la que se encuentre el proyecto realizan las actividades necesarias para el desarrollo del proyecto, uno u otro. Existen dos variantes del programa:

1. PYME Invierte Inversiones Productivas:

- Primera fase: Preparación del proyecto (ICEX)
 - Modalidad de apoyo o financiación: El Servicio ICEX-Asesoramiento sobre inversiones en el exterior valora la capacidad de la empresa y la oportunidad del proyecto en el exterior acompañándolo de un estudio de factibilidad.
 - Requisitos: Debe existir un proyecto de inversión productiva en el exterior.

- Segunda fase: Financiación de la Inversión (COFIDES-FONPYME)
 - Modalidad de apoyo o financiación: están disponibles importes entre 75.000 y 10.000.000 euros, el programa puede cubrir hasta el 80% de las necesidades de financiación a medio y largo plazo del proyecto. Además existe la posibilidad de los préstamos ordinarios y de coinversión (con remuneración ligada a los resultados del proyecto) a la empresa española, a la filial o a la sucursal en el exterior.
 - Requisitos: situación económica y financiera equilibrada, estados financieros auditados, trayectoria consolidada y experiencia en el sector y mayor parte de capital depositado en la filial o sucursal. Eso respecto a las empresas, en cuanto a los proyectos, éstos deben tener como objetivo la creación, ampliación de una empresa o adquisición de una ya existente. La financiación está destinada principalmente a activos no corrientes y activos financieros.

- Tercera fase: Desarrollo Inversión (OFICOMES)
 - Modalidad de apoyo o financiación: esta fase está orientada para profundizar en la inversión ya realizada través de servicios personalizados; identificación de socios, elaboración de agendas apoyo logístico e in formación personalizada.
 - Requisitos: haber participado en las dos fases anteriores y haber obtenido el certificado positivo emitido por el ICEX.

2. Pyme Invierte Implantaciones Comerciales :

- Primera fase: Preparación del Proyecto (ICEX)
 - Modalidad de apoyo o financiación: asesoramiento por parte del ICEX en implantaciones.
 - Requisitos: existencia de un proyecto de implantación comercial en el exterior.

- Segunda fase: Financiación de la Inversión (COFIDES-FONPYME)

- Modalidad de apoyo o financiación: Dispone este proyecto para esta fase de entre 75.000 y 1.000.000 de euros y podría cubrir hasta el 80% de las necesidades de financiación de los gastos asociados a la implantación comercial de la empresa (sueldos y salarios, gastos de estructura o de promoción, asumidos por la filial o sucursal). Además existe la posibilidad de los préstamos ordinarios y coinversión.
 - Requisitos: situación económica y financiera equilibrada, estados financieros auditados, trayectoria consolidada y experiencia en el sector y mayor parte de capital depositado en la filial o sucursal y además la matriz deberá otorgar afianzamiento solidario de la financiación concedida a la filial. Todo ello respecto a la empresa, respecto a los proyectos debe existir una cartera de clientes que en el país de destino de la inversión genere un cierto ingreso
- Tercera fase: Desarrollo Inversión (OFECOMES)
- Modalidad de apoyo o financiación: esta fase está orientada para profundizar en la inversión ya realizada través de servicios personalizados; identificación de socios, elaboración de agendas apoyo logístico e in formación personalizada.
 - Requisitos: haber participado en las dos fases anteriores y haber obtenido el certificado positivo emitido por el ICEX.

b) Convenio ICEX-CERSA

La Compañía Española de Reafianzamiento, S.A. (CERSA), adscrita a la DGPYME, y las SGRs (Sociedades de Garantía Recíproca) facilitan el acceso de las PYMEs a la financiación de sus proyectos en el exterior para sus operaciones de exportación, implantación o licitación, a través de la emisión de garantías financieras y técnicas frente a los bancos. El importe máximo del aval depende de cada SGR y CERSA reafianzaría hasta el 75% de estos avales.

La solicitud de la financiación se canaliza a través de ICEX y las Pymes que deseen participar deben cumplir los siguientes requisitos:

- Patrimonio neto positivo.
- Sin pérdidas continuadas en los dos últimos ejercicios.
- Endeudamiento financiero no supere el 80% de la cifra de negocio/pasivo total en el último ejercicio fiscal.
- Al corriente de las obligaciones con Hacienda-Seguridad Social.
- Presenten un proyecto con viabilidad económico-financiera.

Este convenio proporciona a las pymes diferentes productos sobre los que escoger:

1. Avales financieros:

a) Inversión en activo fijo o financiero (préstamos y leasing):

- Instalaciones técnicas, reformas y obras de acondicionamiento.
- Maquinaria y bienes de equipo.
- Construcciones.
- Adquisición de empresas

b) Circulante (en principio plazo superior a un año):

- Pre-post financiación de exportaciones
- Gastos relacionados con procesos de internacionalización (como participación en ferias, estudios de mercado, constitución de filiales en el extranjero, etc.).

c) Comerciales

- Avales que garantizan ante proveedores y clientes las obligaciones dinerarias de la actividad comercial que se hubiese dado con ellos.

2. Avales No Financieros o avales técnicos:

- Licitación Internacional
- Avales técnicos de licitación o garantía de adjudicación de obra.
- Se pueden llegar a considerar otras operaciones de internacionalización con necesidad de ser avaladas.

El convenio puede aportar a los proyectos encuadrados en él un límite máximo para las operaciones con avales financieros de entre 600.000 y 1.000.000 de euros. Para los avales no financieros el máximo es de 1.500.000 euros. Avales por la SGR 50%-100% de la operación y los re avalados por VERSA hasta el 75%.

c) Convenio ICEX-ENISA

ENISA financia mediante préstamos participativos a la empresa española con un proyecto de internacionalización.

ENISA es una empresa pública cuyo objetivo es participar activamente en la financiación de proyectos de empresas españolas que sean viables e innovadores, por eso desarrolla y mantiene tres líneas de financiación para estos fines. Las líneas son “de creación” que cuenta con unos fondos para su desarrollo de un máximo de 75.000€ por proyecto, “de crecimiento” con un máximo de inversión por proyecto de 1.500.000€ y “de consolidación” que también cuenta con unos fondos máximos por proyecto de 1.500.000€, cada una de apoya a las empresas según la situación de desarrollo en el proceso empresarial. Las solicitudes para la participación en estos proyectos se realizan directamente a ENISA.

d) Póliza 1 millón Cesce

La Póliza 1 Millón ICEX-CESCE, con bonificaciones de hasta un 50% en la prima. CESCE es un grupo de empresas que ofrece soluciones integrales para la gestión del crédito comercial en parte de Europa y Latinoamérica y también la Agencia de Crédito a la Exportación (ECA) española que gestiona el seguro de crédito a la exportación por cuenta del Estado en España.

El objetivo de este Convenio es facilitar el acceso al seguro de crédito a las Pymes españolas que inician la internacionalización de su negocio poniendo a su disposición un instrumento ágil y flexible y con carácter preferente en relación a las condiciones del mercado. Así tanto las pequeñas como las medianas empresas tienen la oportunidad de crecer y expandirse.

Los beneficiarios de la póliza podrán ser las pymes españolas que del total de su facturación durante tres años no el más del 30% sea a consecuencia de las exportaciones realizadas y quieran iniciarse en el proceso de internalización o consolidarlo. Otro requisito a cumplir es que no estén las empresas adscritas disfrutando ya de una póliza de estas características.

Las características de la póliza son: la duración de ésta que son doce meses, el volumen máximo de ventas previsto de 1.000.000 de euros, la cobertura del 85% de los riesgos comerciales, la cobertura de riesgos políticos y extraordinarios del 99%, el límite por deudor del 20-25% del volumen de ventas anual, el mantenimiento del límite de riesgo (30 días al 50%), el plazo de indemnización por riesgo comercial es de 60 días, la indemnización máxima anual es 25 veces la prima mínima, el importe mínimo indemnizable son 150 euros, la declaración de ventas debe ser mensual y detallada y la declaración de cobros mediante asignación por factura.

Los beneficios de adhesión a la póliza son que las tarifas que manejan a las que va asociadas bonificaciones son de hasta un 50% en la prima aplicable al convenio firmado entre ICEX y CESCE. Además debe tenerse en cuenta que CESCE asiste durante todo el proceso el proyecto, gestiona los riesgos del proyecto, se obtienen los Certificados de Seguro y Títulos de Liquidez para facilitar el descuento comercial de dichas operaciones aseguradas en entidades de crédito, se obtiene el *Dun Trade* (comportamiento de pagos en la cartera de deudores).

Además la póliza al fin del recorrido da a la empresa un mayor acceso a las bases de datos mundiales con información de millones de empresas en doscientos países y así éstas pueden crear sus propias bases de datos para así desempeñar entre otras las actividades de marketing necesarias. De la póliza también se desprende la prensa mail que es un servicio de prensa e incidencias jurídicas y el Certificado on line que permite certificar la identidad de la empresa (OTS).

4.1.3 Servicios a medida

El ICEX tiene un apartado de Servicios a Medida, personalizados para cada empresa según sus características de negocio. Cuentan con un servicio de consultoría internacional con información disponible de más de ciento cincuenta mercados. El servicio se gestiona a través de las Ofecomes y cumple con un riguroso control de calidad que garantiza y afianza el valor añadido que el ICEX desea transmitir a todas las empresas y clientes que han obtenido sus servicios.

De entre los servicios a medida se distinguen:

a) Los servicios personalizados

Estos servicios se dirigen a todas las empresas españolas y sus filiales en mercados exteriores con un proyecto de internacionalización, previamente analizado por los profesionales del ICEX. También para organismos e instituciones relacionadas con el comercio internacional.

El servicio incluye, entre otros; selección de socios comerciales, análisis de competencia en diferentes mercados, acceso a informes comerciales de empresas extranjeras, comparación de precios en puntos de venta, gestión de licitaciones y concursos públicos, alquiler de espacios en las Ofecomes, diseño de acciones de marketing y promoción comercial, localización de espacios para eventos, envío de muestras de productos...

Es decir un servicio completo de asesoramiento que una empresa necesita para su recorrido internacional, todo ello teniendo en cuenta sus características, pretensiones y necesidades.

Este servicio es de pago, el montante total se calcula mediante tarifas y éstas se determinan en función del tipo de servicio, la amplitud de la información solicitada, la existencia de OFECOME en el país y de la pertenencia o no a la UE del país escogido por la empresa cliente como mercado objetivo. Se puede acceder al servicio por vía telefónica, en una Ofecome o mediante un formulario de contacto.

b) ICEX CONECTA

El servicio ofrece a las empresas españolas un asesoramiento individualizado mediante entrevistas entre un representante de la empresa y los especialistas del ICEX mediante encuentros en las Ofecomes a través de videoconferencias. El objetivo de la videoconferencia es poder resolver cualquier duda en tiempo real.

c) VENTANA GLOBAL

Este es un servicio puesto a disposición de los empresarios sea cual sea su actividad o experiencia en el mercado exterior. Es una ventana global porque incide sobre todos los procesos de internacionalización de la empresa.

Esta ventana apoya el inicio de la actividad exportadora analizando el potencial de la empresa exportadora y elaborando la estrategia de internacionalización, realiza la actividad de promoción de la exportación identificando las oportunidades de negocio e investigando para la apertura de nuevos mercados. Además esta ventana impulsa la implantación en el exterior de las empresas españolas realizando previamente análisis de viabilidad del proyecto, selección de socios, optimizando costes y solucionando los posibles conflictos que puedan surgir en el desarrollo de la actividad.

Aporta soluciones financieras adaptadas según fase y proyecto y además pone a disposición de la empresa un asesoramiento personalizado y la oportunidad de formar a los integrantes del proyecto ya que existe un amplio catálogo de cursos de formación.

d) SIMULADOR DE COSTES DE ESTABLECIMIENTO

Es una herramienta de cálculo que prevé los costes de establecimiento que supondrá el establecimiento en el exterior de una empresa teniendo en cuenta determinados factores, las características de la empresa y el mercado y los requerimientos del empresario.

Es un servicio online que permite conocer el coste aproximado de la implantación en el exterior y que permite la comparación de costes en diferentes países. Este servicio ofrece información en dos niveles, el primero, supone la información gratuita, permite que el empresario se haga una idea o conozca a primera vista el mercado en el que operará mediante informaciones de carácter general. El segundo nivel, requiere darse de alta en el

servicio de pago, el usuario puede acceder a la información cuantitativa sobre los gastos de los costes de establecimiento.

4.1.4 Información de mercados

El ICEX dispone dentro de la sección diferentes tipos de información; la búsqueda por países posee un buscador que utiliza como criterio de búsqueda el país en cuestión, los resultados de búsqueda proporcionan información de la situación económica, comercial y productiva, entre otras, del país en cuestión, además muestra y da a conocer los diferentes programas, planes, ferias o actos de diversa índole celebrados en esos países que dan información de gran relevancia e interés para los empresarios españoles que quieren conocer el mercado de destino de su actividad empresarial.

Dispone dentro del mismo servicio de un buscador pero en este caso sobre diferentes sectores productivos: agroalimentarios, bebidas, bienes de consumo, industria y tecnología y servicios. También es un buscador por países pero en este caso se especifica como criterio de búsqueda el sector productivo en el país.

Dispone de asesoramiento jurídico para la internacionalización, especialmente asesoramiento en contratación internacional. Dispone también de información para trámites y gestiones para la exportación, una información básica y de gran ayuda canalizada mediante un manual que se puede consultar a través de la web de forma rápida y sencilla.

Dispone de estadísticas, gráficos y tablas que recogen todos los datos del comercio español, europeo y mundial y comparativo de exportación e importación. Son de gran ayuda para conocer de inmediato la realidad del comercio exterior y son actualizados mensualmente.

Así pues la información sobre mercados tiene un gran volumen y es muy variada, además está clasificada según las diferentes necesidades que le pueden surgir a una empresa ya que la información es un arma básica para emprender un proyecto internacional y por ello el ICEX tiene un servicio diferenciado y exclusivo sobre información de mercados.

4.2 CESCE

Compañía Española de Seguro de Crédito a la Exportación, creada en 1970 mediante la Ley 10/1970 de 4 de julio, una ley que otorgaba la gestión del seguro por cuenta del Estado. Sin embargo, la pérdida de la participación mayoritaria del Estado en el capital de CESCE por lo previsto en el Real Decreto-Ley 20/2012, de medidas para garantizar la estabilidad presupuestaria y de fomento de la competitividad, hace necesaria una nueva ley (García Tabuenca, Instituto Universitario Alcalá de Henares y Fernando 2013).

Esta nueva ley es requerida ya que la pérdida de la participación mayoritaria del Estado en CESCE hace que varíe la forma de gestión de la entidad. Aparece la figura del “Agente Gestor”. Es una Entidad designada por el Estado para gestionar por cuenta de éste y en exclusiva determinados riesgos de internacionalización mediante un Convenio de Gestión. Se aplica en la actuación de éste el principio de subsidiariedad y el Estado no respalda los riesgos susceptibles de ser cubiertos por la iniciativa privada.

Así pues, actualmente CESCE está formado por un grupo de empresas que ofrece soluciones integrales para la gestión del crédito comercial en parte de Europa y Latinoamérica. CESCE es también la Agencia de Crédito a la Exportación (ECA) española que gestiona el seguro de crédito a la exportación por cuenta del Estado en España (CESCE 2015).

Así pues CESCE actúa como un “Agente Gestor” y apoya crediticiamente, y por cuenta del Estado, a las empresas españolas que necesitan financiación para llevar a cabo proyectos internacionales. El capital social de CESCE está aportado por algunas empresas y por el Estado:



Ilustración 2: Accionistas CESCE

En este apartado se describen y analizan los servicios que ofrece CESCE en relación a las actividades que ofrece por cuenta del Estado, es decir, todas aquellas actividades, programas o servicios que ofrece en su figura de agente gestor de la Agencia de Crédito a la Exportación.

4.2.1 Productos

CESCE cuando actúa como ECA, la Agencia de Crédito a la Exportación Española, gestiona por cuenta del Estado español los riesgos políticos, comerciales y extraordinarios asociados a la internacionalización de las empresas españolas. No tiene capacidad de financiación directa por ella misma sino que ofrece a las entidades financieras diferentes tipos de seguros que cubren los riesgos en que estas pueden incurrir al financiar actividades empresariales en el exterior. La otra modalidad consiste en ofrecer diferentes tipos de seguros a las mismas empresas que desean emprender el proyecto en cuestión.

Hay que matizar que la ECA puede cubrir por cuenta del Estado los riesgos definidos como “no negociables”. Estos son los riesgos políticos, comerciales y extraordinarios en todos los países del mundo con excepción de los siguientes: EEUU, EU (excepto Grecia), Noruega, Suiza, Islandia, Japón, Australia, Nueva Zelanda, y Canadá (CESCE 2015).

En los países exceptuados CESCE cubre únicamente:

- Hasta 24 meses - no hay cobertura por cuenta del Estado
- 24 a 36 meses - únicamente riesgo político aislado o cobertura conjunta políticos y comerciales
- Más de 36 meses - políticos y/o comerciales sin restricciones

Así pues CESCE proporciona coberturas de seguro en diferentes modalidades en función del tipo de entidad contratante del seguro, las características de la operación y de los riesgos a cubrir. Por todo ello los productos ofrecidos por CESCE se subdividen según el tipo de entidad:

a) Soluciones para entidades financieras

Los bancos tienen un papel clave en la actual economía y en especial en las empresas ya que facilitan la financiación a éstas o las garantías bancarias que hacen posibles transacciones que no serían capaces de asumir por sí solas.

CESCE proporciona a las entidades bancarias cobertura de los principales riesgos que de ellas se derivan:

1. Financiación a la empresa exportadora mediante:➤ **Garantías bancarias**

Se materializan mediante una póliza concebida para operaciones en las que la entidad financiera concede al exportador un crédito de prefinanciación para hacer frente a diferentes gastos como salarios o materias primas. Por ser una prefinanciación se materializara durante la etapa de fabricación o para el descuento bancario de los efectos en moneda extranjera. CESCE cubre a la entidad el riesgo del crédito (comerciales 50%, porcentajes más altos caso a caso).

En caso de que el solicitante del préstamo no cumpliera con sus obligaciones CESCE cubre a la entidad reembolsándole en caso de impago total o parcial las cantidades fijadas para la póliza.



Ilustración 3: Detalles de la póliza de garantías bancarias

➤ **Póliza Individual de Crédito Suministrador**

Cuando el exportador desee llevar a cabo un contrato con un importador y éste acepte el aplazamiento del pago, puede solicitar a CESCE mediante la póliza Individual de Crédito Suministrador la cobertura del riesgo de resolución del contrato y/o del riesgo de impago por parte del importador.

Si cubre el riesgo de resolución de contrato, en caso de que la ejecución del contrato quede interrumpida o imposibilitada con anterioridad al nacimiento del riesgo de crédito como resultado de los riesgos contemplados en la póliza de seguro, CESCE indemnizará al exportador asegurado en los términos establecidos

en la póliza, por la pérdida neta definitiva derivada de la resolución del contrato. (CESCE 2015)

En la medida en que el exportador cumple con sus obligaciones contractuales, la deuda nace a favor del exportador y es esta el objeto de la póliza, si el importador no cumple con sus obligaciones CESCE indemnizará al exportador asegurado.

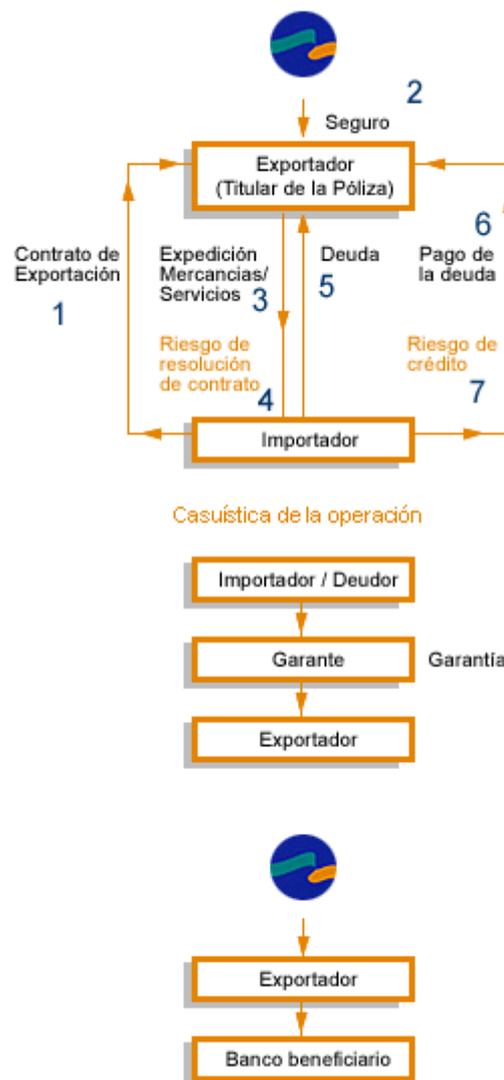


Ilustración 4: Detalles Póliza Individual de Crédito Suministrador

2. Financiación al comprador extranjero:➤ **Póliza de Crédito Comprador**

En esta póliza la entidad financiera tiene garantizado el reembolso del crédito otorgado a un comprador extranjero con el cual éste ha adquirido bienes y servicios españoles. La entidad financiera concede el crédito al importador extranjero y la entidad a su vez solicita a CESCE la cobertura por el riesgo de impago. Una vez formalizado el contrato entre importador y exportador y el convenio con la entidad financiera a medida que se cumplen las condiciones del contrato la entidad realiza los pagos correspondientes al exportador por cuenta del importador. Así nace la deuda con la entidad bancaria y aquí es donde la póliza tiene cabida. Los riesgos comerciales, políticos y extraordinarios están cubiertos al 99%, en el caso de que el importador no saldase la cuenta con la entidad lo haría CESCE.

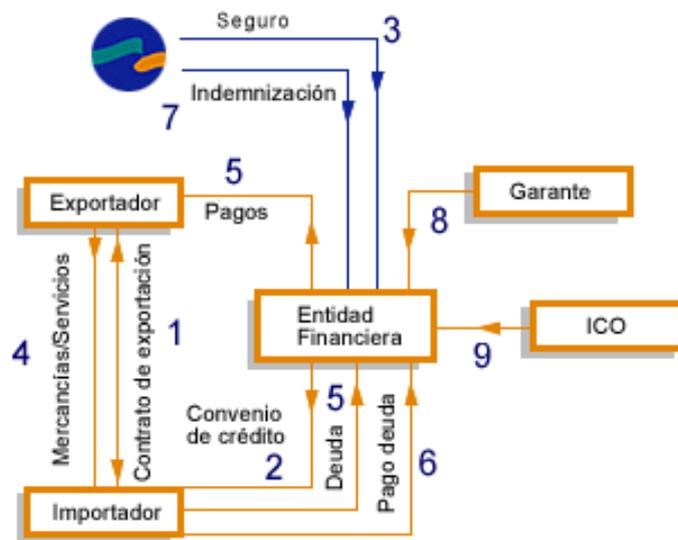


Ilustración 5: Detalles Póliza Crédito Comprador

3. Garantías o avales que responden de obligaciones contractuales

➤ **Póliza de Seguro a Fiaadores por Riesgo de Ejecución de Fianzas**

Esta póliza está diseñada para las operaciones en las que el exportador deba prestar una fianza debido a la formalización de un contrato de exportación en el que el comprador extranjero o las autoridades del país la exijan. La entidad financiera española y fiadora ejecutará, a petición del exportador, la fianza en nombre de éste y así nace un crédito del exportador frente a la entidad financiera, a su vez la entidad solicita a CESECE mediante la Póliza de Seguro a Fiaadores por Riesgo de Ejecución de Fianzas la cobertura del riesgo de ejecución de la fianza por parte del importador. El seguro de riesgo de impago cubre ese crédito. Los riesgos cubiertos son los comerciales al 50%.

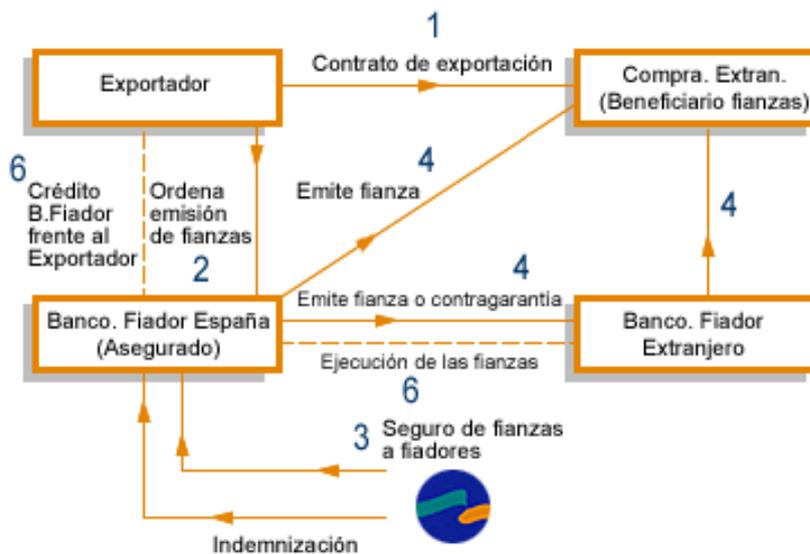


Ilustración 6: Detalles Póliza de Seguro por Riesgo de Ejecución de Fianzas

➤ **Línea de Fianzas para PYMES y empresas no cotizadas**

Es una línea diseñada para las empresas técnicamente solventes, que cuentan con un buen número de trabajadores y se han lanzado al exterior en busca de una nueva línea de negocio que les permita el mantenimiento de la actividad que realizan. En ocasiones necesitan de fianzas o avales. Esta póliza permite que cuando

el exportador ya haya negociado un contrato con un cliente extranjero y éste le pida una fianza, por orden del exportador a su banco, la entidad financiera emita las fianzas solicitadas. A su vez la entidad financiera solicita a CESCE mediante la Póliza de Seguro a Fiadores por Riesgo de Ejecución de Fianzas la cobertura del riesgo de ejecución. En el caso de que algunas de las fianzas sean ejecutadas nace una deuda del exportador frente al banco fiador, en caso de impago de la deuda CESCE indemniza al banco por las pérdidas derivadas del impago parcial o total.

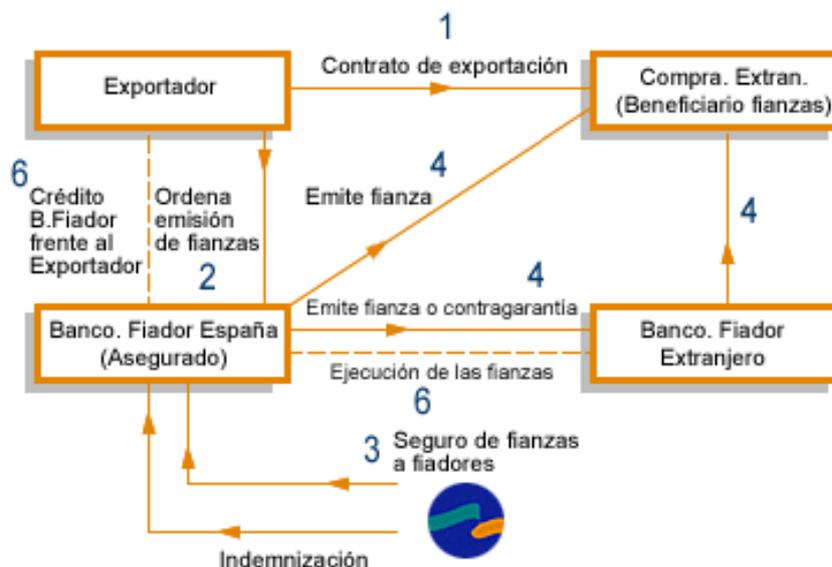


Ilustración 7: Detalles Póliza de Seguro a Fiadores por Riesgo de Ejecución de fianzas, línea para pymes

4. Financiación de una inversión española en el exterior

➤ **Póliza de Seguro de Inversiones en el Exterior**

Esta póliza ofrece una cobertura a las empresas españolas frente a los riesgos políticos que puedan surgir de las inversiones en el exterior con el objeto de fomentar la internacionalización de las empresas españolas.

La cobertura se ofrece a aquellos bancos que concedan un préstamo a la filial extranjera de la empresa española para hacer frente si se diera el caso a situaciones y consecuencias de un acaecimiento político. El porcentaje de cobertura máximo de un 99%.

5. Confirmación de un crédito documentario emitido por banco extranjero➤ **Póliza Individual de Créditos Documentarios**

Esta póliza está diseñada para hacer frente a los posibles riesgos de la formalización de un pedido o contrato comercial. Cuando el empresario español ha cerrado un pedido con un importador, éste pide a una entidad financiera local la apertura de un Crédito Documentario para instrumentar el pago, la entidad emite una Carta de Crédito y solicita a una entidad financiera española que confirme la operación. Posteriormente la entidad española solicita a CESCE mediante la Póliza Individual de Créditos Documentarios la cobertura del crédito. Cuando se ha expedido la mercancía y remitido los documentos de embarque a la entidad confirmadora española ésta, que es la deudora de la operación, paga al exportador y remite la documentación al banco emisor para que éste reembolse las cantidades pagadas. CESCE permite una cobertura del posible impago del emisor extranjero hacia la entidad española.

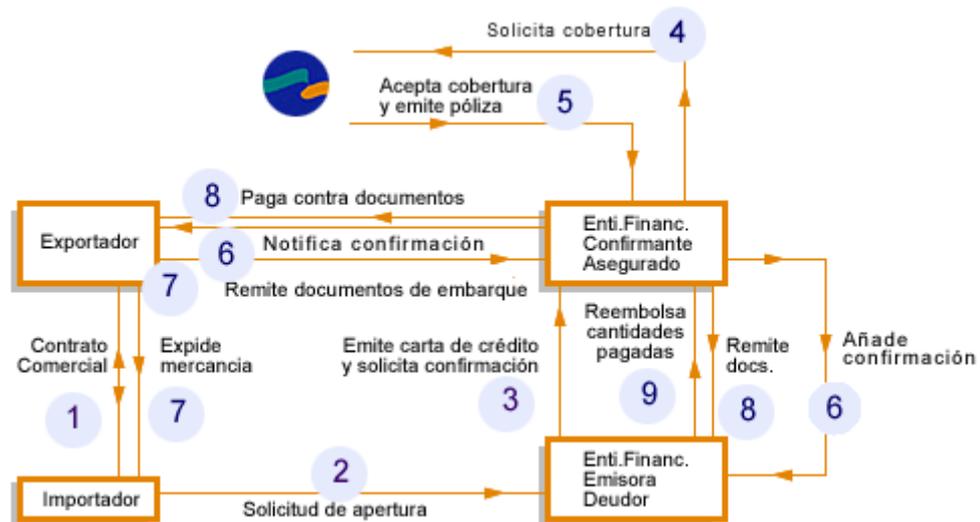


Ilustración 8: Detalle Póliza Individual de Créditos Documentarios

➤ **Póliza Abierta de Créditos Documentarios**

La póliza Abierta de Créditos Documentarios tiene como objetivo hacer frente de manera global a los riesgos inherentes a la formalización de un contrato entre un empresario español y un empresario extranjero en el que se exija la emisión y remisión de una determinada documentación de embarque a las entidades correspondientes. El sistema de la póliza es el mismo que la Póliza Individual de Créditos Documentarios con la diferencia de que la Póliza Abierta tiene la capacidad de cubrir los riesgos de los créditos con las diferentes entidades emisoras incluidas en ella.

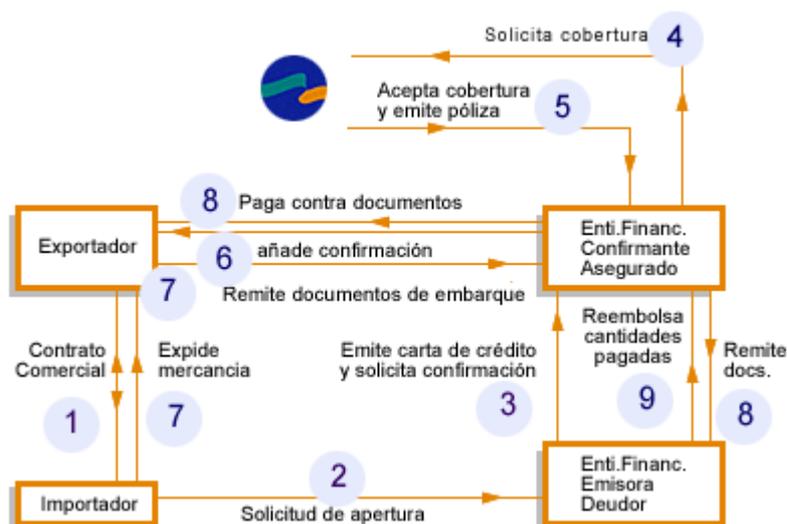


Ilustración 9: Detalle Póliza de Créditos Documentarios

6. Financiación a una sociedad de proyecto (*Project finance*)

- Esta póliza se dirige a las actividades en las que se establece como figura central de las operaciones económicas una Sociedad de Proyecto en la que la financiación viene en dada por el capital de los socios y a través de los préstamos de los bancos. La característica de esta póliza es que en estas operaciones los créditos están únicamente avalados por la garantía del propio proyecto, de los recursos que sea capaz de generar. En el proyecto intervienen contratistas que deben poner a punto las instalaciones productivas, suministradores o insumos habitualmente vinculados al proyecto a través de contratos a largo plazo. CESCE cubre el riesgo de que la producción no sea puesta en el mercado al ritmo establecido y sea compensada por ello.

Esta póliza también es utilizada en la financiación de proyectos públicos a través de la figura de La Sociedad de Proyecto cuando el Estado encomienda bien directa o indirectamente, a través de un contrato de concesión o mediante una empresa pública la realización de determinados contratos.

Existen distintas modalidades y estructuras para sectores como la electricidad, el transporte o las telecomunicaciones entre otros en los que

los precios del producto final suele ser determinado por las autoridades públicas.

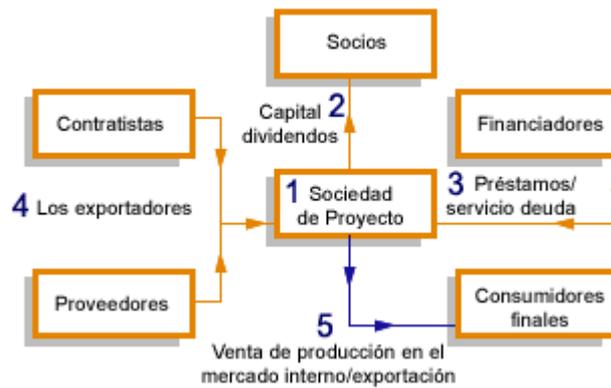


Ilustración 10: Detalle Póliza de Seguro de Operaciones *Project-Finance*

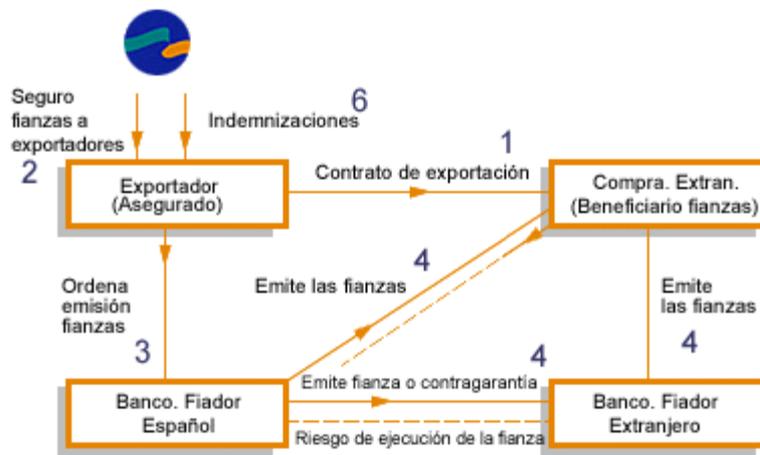
b) Soluciones para empresas

CESCE apoya a las empresas españolas que quieren iniciar o consolidar proyectos de inversión en los que se den contratos de exportación, para ello pone a disposición de los empresarios los siguientes instrumentos:

1. Ejecución indebida de avales/fianzas

➤ **Seguro a Exportadores por Riesgo de Ejecución de Fianzas**

Este seguro está diseñado para los contratos que requieren de una fianza por parte del exportador ante el comprador extranjero. Cuando se ha negociado entre ambos el contrato y el importador solicita la emisión de algún tipo de fianza el exportador solicita a CESCE mediante esta póliza que cubra el riesgo de la ejecución indebida de la fianza por parte del exportador. También cabe la posibilidad de que el exportador solicite a un banco extranjero la emisión de la fianza a favor del importador. En el caso de que la ejecución del contrato se realice indebidamente y el importador haya incumplido alguna de las fianzas establecidas o cuando se haya incurrido en algunos de los riesgos recogidos por las fianzas CESCE indemnizará al exportador en los términos establecidos.



Casuística de la operación

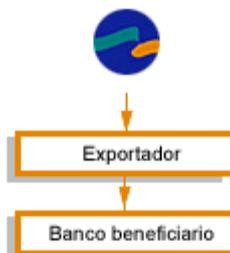


Ilustración 11: Detalle a seguro a Exportadores por Riesgos de Fianzas/avales

2. Impago de un contrato de exportación

➤ **Póliza Individual de Crédito Suministrador**

Cuando el exportador ha negociado un contrato de exportación con su cliente al que concede un aplazamiento de pago solicita a CESCE mediante la Póliza de Crédito Suministrador la cobertura del riesgo de resolución del contrato o del impago por parte del cliente o importador.

Se ejecuta el contrato y en el caso de que éste quede interrumpido o imposibilitado por riesgos recogidos en la póliza, CESCE indemnizará al exportador. A medida que el exportador cumple con sus obligaciones contractuales nace la deuda del importador hacia el exportador que irá liquidando según lo previsto. En el caso de que se produzca un impago como consecuencia de los riesgos contemplados en la póliza CESCE indemnizará al exportador por las pérdidas del impago anterior.

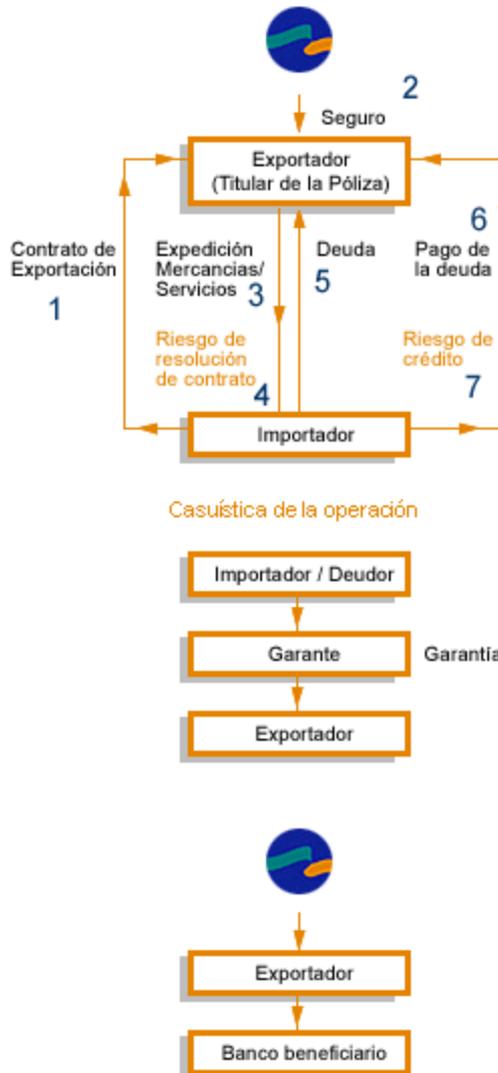


Ilustración 12: Detalles Póliza Individual de Crédito Suministrador

3. Resolución injustificada de un contrato

➤ **Póliza Individual de Crédito Suministrador**

Una vez negociado un contrato de exportación entre exportador e importador y el primero acepta un aplazamiento del pago, el exportador solicita a CESCE mediante la Póliza de Crédito Suministrador la cobertura del riesgo de resolución del contrato y/o del riesgo del impago por parte del importador.

Cuando se haya cubierto el riesgo de resolución del contrato, si la ejecución del mismo ha sido interrumpida o inacabada antes del nacimiento del riesgo de crédito CESCE indemnizará al exportador en los términos establecidos en la póliza. A medida que el exportador cumple con el contrato establecido la deuda pasa al importador siendo el objeto del seguro el riesgo de que el importador no efectúe el pago al exportador, en ese caso CESCE indemnizará al exportador en los términos establecidos en la póliza.

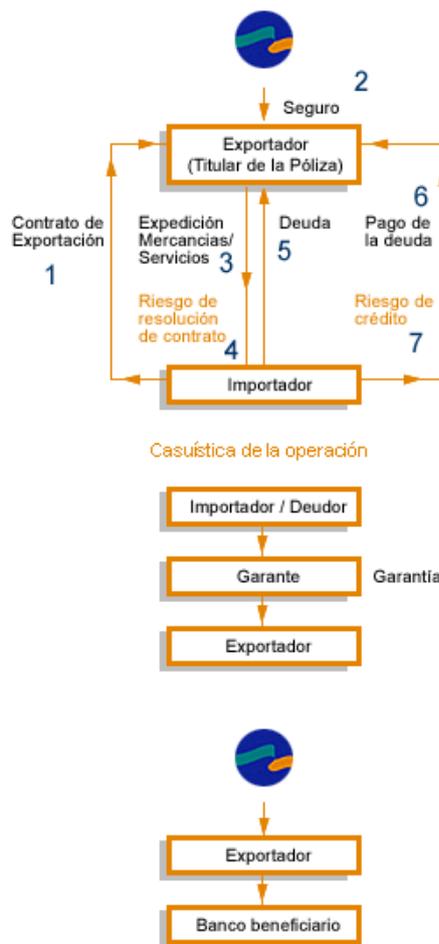
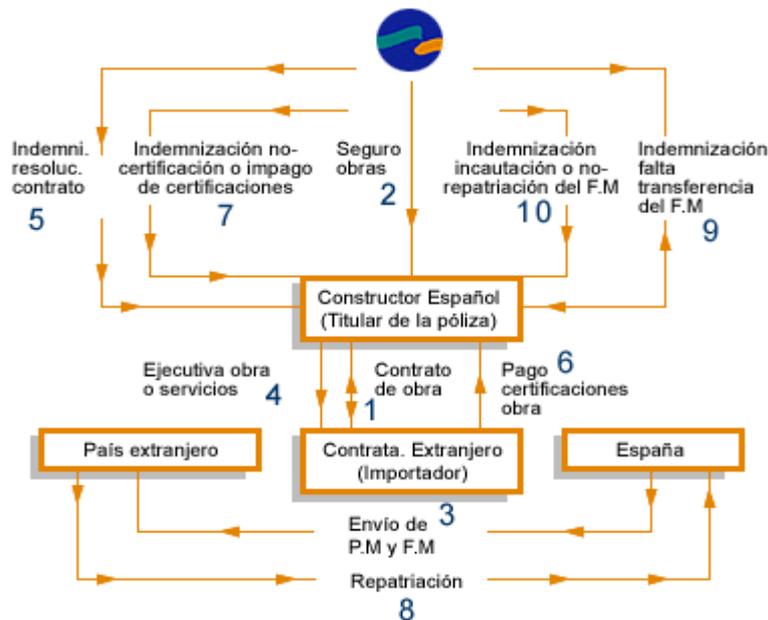


Ilustración 13: Detalles Póliza de Crédito Suministrador

4. Riesgos específicos derivados de operaciones de obra civil

➤ **Póliza de Seguro de Obras y Trabajos en el Exterior**

Esta póliza está diseñada para las empresas españolas que realizan trabajos relativos a la prestación de servicios como obras de construcción o montajes fuera de España. CESCE da cobertura a los riesgos que se dan durante la fase de construcción o ejecución de dichos trabajos. Además CESCE da cobertura de la pérdida neta definitiva que puedan sufrir los contratistas españoles a causa de los riesgos de obra que enmarcan la resolución del contrato, la negativa a certificar, el impago de certificaciones y el impago del crédito. También CESCE cubre al contratista del riesgo de incautación o no-repatriación del parque de maquinaria y el riesgo de falta de transparencia a España del fondo de maniobra.



Casística de la operación

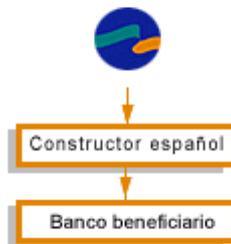


Ilustración 14: Póliza de Seguro de Obras y Trabajos en el Exterior

5. Riesgos políticos derivados de una inversión en el exterior

Esta cobertura ofrecida por CESCE trata de hacer frente a los riesgos políticos derivados de las inversiones en diversos países de las empresas españolas, la cobertura tiene como objetivo la expansión de la economía española y la internacionalización de las empresas nacionales.

A través de la Póliza a Financiadores se ofrece una cobertura a los bancos para que concedan préstamos a las filiales extranjeras de empresas españolas en otros países. Lo que cubre la póliza es el riesgo de impago de ese préstamo como consecuencia del desarrollo de un suceso de índole política que ponga en peligro las inversiones realizadas.

4.3 COFIDES

Compañía Española de Financiación del Desarrollo. Es una sociedad mercantil estatal creada en 1988 cuyo objeto es facilitar financiación, a medio y largo plazo, a proyectos privados viables de inversión en el exterior en los que exista interés español, para contribuir, con criterios de rentabilidad, tanto al desarrollo de los países receptores de las inversiones como a la internacionalización de la economía y de las empresas españolas (COFIDES 2015).

Para cumplir con ese doble objetivo COFIDES utiliza dos mecanismos, por una parte usa sus recursos propios para la financiación de proyectos de inversión en países emergentes o en desarrollo, por otra, gestiona por cuenta del Estado dos fondos; FIEY Y FONPYME. Éstos han sido creados para llevar a cabo proyectos de inversión fuera de España independientemente del grado de desarrollo del país de destino de la inversión.

COFIDES combina basándose en un criterio de adicionalidad los recursos que ofrece por sí mismo el mercado y aquellos aportados por los propios inversores de los proyectos. El riesgo asociado a los proyectos es compartido.

Así pues el instrumento utilizado por la Compañía Española de Financiación del Desarrollo es básicamente la financiación o cofinanciación de proyectos de inversión.

En el capital social de COFIDES participan ICEX, ICO Y ENISA ostentando el 53%, el resto del capital es aportado por el Banco BBVA, Banco Santander, Banco Sabadell, Banco Popular y por último CAF (Banco de desarrollo de América Latina).

4.3.1 Productos

Como se puede observar en su página web <http://www.cofides.es/> la Compañía Española de Financiación del Desarrollo presenta los siguientes productos:

a) Participaciones en el capital de la empresa que se crea en el país receptor.

Estas participaciones de capital son siempre minoritarias, transitorias y con pacto de recompra con el inversor español. COFIDES no participa en la gestión diaria del proyecto, que corresponde a sus promotores.

b) Instrumentos próximos al cuasi-capital.

Estos pueden ser: préstamos de coinversión (con remuneración ligada a los resultados del proyecto) subordinados o participativos. Estos préstamos pueden denominarse en Euros o en otras monedas convertibles.

c) Préstamos a medio y largo plazo a la empresa que se crea en el país receptor.

Con plazos relacionados con el período de retorno previsto para el proyecto, normalmente entre 3 y 10 años y períodos de carencia amplios en los primeros años de vida del proyecto.

d) Préstamos a medio y largo plazo al inversor español.

Con plazos relacionados con el período de retorno previsto para el proyecto, normalmente entre 3 y 10 años y períodos de carencia amplios en los primeros años de vida del proyecto.

e) Préstamos multi-proyecto.

Se conceden a un inversor para que éste pueda acometer a lo largo de un determinado período de tiempo varios proyectos de inversión en países diferentes.

En este capítulo se tratarán los instrumentos utilizados por COFIDES para financiar inversiones en el exterior pero teniendo en cuenta aquellos instrumentos que son gestionados por cuenta del Estado, es decir los fondos FIEY Y FONPIME ya que son los que verdaderamente llevan a cabo políticas de fomento de la internacionalización de las empresas españolas desde el punto de vista de la Administración Pública.

4.3.2 Instrumentos financieros

Los instrumentos mediante los cuales se financian las inversiones y proyectos son variados pero se describen y analizan los llamados fondos. Un fondo es un conjunto de dinero que sale del erario público para dedicarse en exclusiva y por unos motivos determinados a unas acciones concretas.

a) FONPYME

El fondo lleva a cabo participaciones directas al capital social de la empresa, éstas son temporales y minoritarias, ya que la aportación de COFIDES nunca será mayor que la aportada por el titular de la actividad susceptible de financiación, y tiene como objetivo que las empresas que reciban financiación por parte de FONPYME se internacionalicen o se amplíe y mejore el desarrollo de aquellas que ya tienen presencia en el exterior.

Los proyectos potencialmente elegibles para ser financiados por FONPYME son los presentados por pymes en los que exista algún tipo de interés español. Se entiende por interés español, según (Inversores Españoles, Cámaras de Comercio y Club de Exportadores 2007) todo aquel proyecto en el que concurren alguna o todas las siguientes actividades: Inversión española, Operación, exportación o transferencia de tecnología,

subcontratación o franquicia por parte de las empresas españolas, Otros proyectos de relevancia para la internacionalización de las empresas españolas, Penetración de marcas españolas y de la imagen de España, Obtención para España de derechos de emisión de CO2, Otros proyectos de relevancia para la política comercial o economía españolas o de los países elegibles.

El apoyo financiero que ofrece se basa en aportaciones en capital y cuasi-capital²

El fondo fija como límite a la financiación de un proyecto 5 millones de euros, también existe una mínima aportación por parte de FONPYME que es de setenta y cinco mil euros por operación. La elección del proyecto que podrá gozar de esta financiación se realiza mediante la presentación de una solicitud que es atendida por COFIDES ya que es el gestor del fondo.

b) FIEX

Al igual que FONPYME este fondo también permite realizar participaciones temporales y minoritarias directas sobre el capital de la empresa para fomentar y apoyar su internacionalización o para ser pilar y aumentar el desarrollo de aquellas que ya cuentan con presencia en el exterior.

Son susceptibles de recibir financiación mediante estos fondos proyectos de carácter privado que se consideren viables en los que exista algún interés español. El apoyo financiero se lleva a cabo mediante participaciones de capital o próximos al cuasi-capital.

La gran diferencia con FONPYME son los límites en las cuantías a aportar a los diferentes proyectos. La dotación mínima para las inversiones financiadas por FIEX es de doscientos cincuenta mil euros, con una aportación máxima de treinta millones de euros. Estas cifras nos dejan entrever que este fondo se dirige a empresas de mayor tamaño y de mayor expansión internacional que las pymes ya que este tipo de empresas por su volumen y trayectoria ya desarrollan inversiones que requieren de grandes inversiones.

Al igual que FONPYME las solicitudes para recibir este tipo de financiación deben dirigirse a COFIDES, encargado de la gestión del fondo.

² Instrumento de financiamiento que tiene características de capital y de deuda, ej. Acciones preferentes con derechos de conversión, deuda con warrants, deuda convertible.

4.4 ICO

El Instituto de Crédito Oficial es un banco público con forma jurídica de entidad pública empresarial, adscrita al Ministerio de Economía y Competitividad a través de la Secretaría de Estado de Economía y Apoyo a la Empresa.

Tiene naturaleza jurídica de Entidad de Crédito, y la consideración de Agencia Financiera del Estado, con personalidad jurídica, patrimonio y tesorería propios, así como autonomía de gestión para el cumplimiento de sus fines. (Ministerio de Economía y Competitividad 2015)

Su financiación proviene tanto de los mercados internacionales como nacionales y las deudas y obligaciones que contrae, gozan frente a terceros de la garantía explícita, irrevocable, incondicional y directa del Estado español.

ICO se constituye además de por el Instituto de Crédito, por Axis, sociedad de capital riesgo, y por la Fundación ICO.

El Instituto de Crédito Oficial participa como accionista de sociedades como la Compañía Española de Reafianzamiento (CERSA), la Compañía Española de Financiación del Desarrollo (COFIDES) y el Fondo Europeo de Inversiones (FEI)

En este apartado se analizan y estudian los instrumentos de los que dispone ICO pero centrándose en aquellos directamente financiados y por cuenta del Estado. Como se ha mencionado el Instituto de Crédito Oficial es accionista de diferentes entidades y también financia indirectamente proyectos internacionales de inversión. Estos instrumentos y políticas que también apoyan la internacionalización de las empresas se mencionan pero no se detallan ya que el objeto de este capítulo es recoger aquellos instrumentos utilizados por el Estado a través de diferentes entidades y mediante las políticas económicas de fomento a la internacionalización de las empresas españolas.

4.4.1 Instrumentos

El ICO tiene como objetivo apoyar a las empresas en cuestiones financieras, actúa mediante tres modelos de financiación o cofinanciación; directa, indirecta y por cuenta del Estado.

Se analizan aquí las líneas de financiación proveídas y apoyadas por el Estado:

a) Fondo para la Internacionalización de la Empresa (FIEM)

El fondo fue creado con el objetivo de promover actividades de exportación de empresas españolas así como las de inversión española directa en mercados internacionales. Para llevar a cabo este apoyo a la internacionalización de las empresas españolas se provee a éstas de financiación de operaciones y proyectos de interés especial para la economía española. Además este fondo también financia asistencias técnicas que las operaciones y proyectos llevados a cabo por los empresarios españoles requieren. No existe condición por tipo de país, es decir, el fondo apoya tanto operaciones y proyectos en países desarrollados como en vías de desarrollo. FIEM no participa ni apoya en la exportación de material de defensa, paramilitar y policial ni tampoco a proyectos vinculados a servicios sociales básicos como la educación, la salud y la nutrición.

Pueden ser beneficiarios de este Fondo los Estados, Administraciones Públicas regionales, provinciales y locales extranjeras, instituciones públicas extranjeras, así como empresas, agrupaciones, consorcios de empresas públicas y privadas extranjeras, tanto de países desarrollados como de países en vías de desarrollo.

Podrán ser beneficiarios de forma excepcional organismos internacionales siempre que su apoyo resulte de interés comercial para la internacionalización de la economía española.

No podrán otorgarse créditos reembolsables a países pobres altamente endeudados aunque de forma excepcional podría aplicarse lo contrario por aprobación en Consejo de Ministros.

FIEM Se financia mediante dotaciones presupuestarias provistas en las leyes que aprueban los presupuestos generales del Estado. A esta dotación se suman los recursos provenientes de las devoluciones o cesiones onerosas de créditos y préstamos concedidos y de los intereses devengados por éstos.

Generalmente la financiación a las empresas se lleva a cabo mediante préstamos, créditos o líneas de crédito con carácter reembolsable. Sin embargo las asistencias técnicas y consultorías no son reembolsables y tampoco proyectos u operaciones cuando por circunstancias especiales así se requiera.

Las modalidades de financiación que provee este fondo son:

- Préstamos, créditos o líneas de crédito reembolsables en condiciones comerciales.
- Préstamos, créditos o líneas de crédito reembolsables en condiciones concesionales.
- Financiación no reembolsable.

Los proyectos de los beneficiarios pueden ser financiados al 100% y mediante las distintas modalidades mencionadas, la utilización de éstas no excluye al beneficiario de la posibilidad de financiarse por otros medios tanto públicos como privados.

No todos los proyectos presentados al ICO son financiados, son seleccionados. La decisión final de financiar un proyecto y no otro se precede de un estudio de cada uno de los casos presentados, elaboración de perfiles y estudio de viabilidad. Además se estudian también las modalidades de financiación propuestas y posteriormente se revisa la ejecución del proyecto en cuestión.

b) Contrato de Ajuste Recíproco de Intereses (CARI)

Instrumento financiero que se asemeja a un seguro de tipo de interés, cuyo objetivo es favorecer las exportaciones españolas incentivando la concesión de créditos a tipo de interés fijo por parte de las entidades financieras (Ministerio de Economía y Competitividad 2015)

El tipo de crédito acogido al CARI es el concedido por una Entidad Financiera con un plazo de amortización que supere los dos años. El tipo de interés es fijo y es determinado según las reglas acordadas en el Consenso OCDE.

El ajuste recíproco de intereses se realiza mediante una operación:

Rendimiento real obtenido por la Entidad financiera (concedido al tipo de consenso) menos el coste de financiarse en el mercado interbancario más un margen de gestión.

Según el resultado el ICO realiza el pago correspondiente a la entidad o la entidad al ICO.

Las ventajas de este instrumento son; para el deudor se reduce el riesgo de financiación ya que se elimina la incertidumbre sobre la evolución del tipo de interés y el exportador puede conocer de antemano el coste de endeudamiento que posteriormente ofrecerá a sus compradores y así podrá verse en igualdad de condiciones que su competencia en otros países.

c) Fondo de la Promoción del Desarrollo (FONPRODE)

El Fondo tiene como finalidad de la erradicación de la pobreza, la reducción de las desigualdades e inequidades sociales entre personas y comunidades, la igualdad de género, la defensa de los derechos humanos y la promoción del desarrollo humano y sostenible en los países empobrecidos (Ministerio de Economía y Competitividad 2015).

FONPRODE es gestionado por el Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación, a través de la Secretaría de Estado de Cooperación Internacional y el ICO actúa como Agente Financiero de éste.

El fondo se financia mediante dotación presupuestaria y a ésta se suman los recursos provenientes de las devoluciones o cesiones onerosas de créditos y préstamos concedidos y de los intereses devengados por éstos.

Los destinos prioritarios de las ayudas concedidas por FRONPODE son aquellos países que el Comité de Ayuda al Desarrollo califica como menos adelantados, de renta baja o media-baja. Esta clasificación se complementa con los Planes Directores de la Cooperación Española y los Planes Anuales de Cooperación Internacional.

➤ Instrumentos de FONPRODE

La gama de instrumentos de los que dispone el fondo se dividen en instrumentos de financiación directa e indirecta y además de los métodos de evaluación de rentabilidad y transparencia. Las modalidades de actuación que ejecuta son:

- Donaciones a Estados y al sector público estatal de países en vías de desarrollo.
- Contribuciones voluntarias y aportaciones a organismos multilaterales de desarrollo no financiero, incluidos programas y fondos fiduciarios de desarrollo.
- Asistencias técnicas, estudios de viabilidad, así como las evaluaciones ex ante y ex post de los programas.
- Aportaciones a fondos constituidos en instituciones financieras internacionales de desarrollo, así como a programas y fondos de evaluación y fondos multi-donantes gestionados o administrados por dichas instituciones.
- Créditos, préstamos y líneas de financiación en términos concesionales y con carácter no ligado a Estados y al sector público estatal de países en vías de desarrollo.
- Créditos, préstamos y líneas de financiación en términos concesionales y con carácter no ligado a Estados y al sector público estatal de países en vías de desarrollo.
- Líneas de financiación dirigidas a la concesión de microcréditos y créditos rotatorios, así como adquisición de participaciones directa o indirectas de capital o cuasi capital en entidades dirigidas a actividades de micro-finanzas.

➤ Beneficiarios de FONPRODE

- Estados y sector público estatal (Administraciones públicas regionales, provinciales y locales) de países en vías de desarrollo.
- Organismos multilaterales de desarrollo no financieros.
- Instituciones financieras Internacionales de desarrollo.
- Empresas que realicen asistencias técnicas, estudios de viabilidad, así como las evaluaciones ex ante y ex post de los programas.
- Instituciones gestoras de micro-finanzas.

d) Fondo de Cooperación para Agua y Saneamiento (FCAS)

Instrumento de cooperación española que tiene como finalidad conceder ayudas, fundamentalmente no reembolsables y, en su caso, préstamos dirigidos a financiar los proyectos en los ámbitos del agua y saneamiento, bajo el régimen de cofinanciación con las autoridades nacionales de América Latina y el Caribe (Ministerio de Economía y Competitividad 2015).

Las actuaciones que el fondo FCAS es capaz de financiar son infraestructuras para la facilitación del acceso al agua potable, de accesos a servicios básicos de saneamiento y actividades dirigidas a reforzar el sistema institucional para la gestión del sector del agua.

Tienen posibilidad de pedir las ayudas al fondo las administraciones públicas y organizaciones de la sociedad civil de países socios. Las solicitudes son tramitadas directamente en la Oficina Técnica de Cooperación ubicada en el país en cuestión.

4.5 CÁMARAS DE COMERCIO

La cámara de comercio de España es una corporación de derecho público que tiene como objetivo último el apoyo al empresario y la empresa española. La composición de la Cámara de Comercio de España es representativa de la vida económica empresarial del país y forman parte de ella las Cámaras de Comercio autonómicas, las Cámaras en el exterior, grandes empresas, organizaciones empresariales, asociaciones de autónomos y algunos de los ministerios del Gobierno.

Dispone de ochenta y ocho Cámaras de Comercio en el territorio nacional y treinta y seis en el exterior, trescientos cincuenta puntos de atención y una delegación ante la Unión Europea, además cuenta con más de 3,2 millones de empresas adscritas.

Aunque no es una entidad dependiente directamente del Estado éste participa con ella mediante algunos de sus ministerios ya que las actividades empresariales que apoyan proporcionan a la economía y las empresas españolas la posibilidad de crecer tanto nacional como internacionalmente, y este apoyo repercute sobre la economía exterior española.

Los objetivos de la Cámara de Comercio son:

- Contribuir a la recuperación económica.
- Aumentar el número y tamaño de las empresas.
- Incrementar la capacitación mediante la formación.
- Impulsar la internacionalización empresarial.
- Fomentar la innovación, tecnología y economía digital.
- Conseguir un marco institucional y regulatorio favorable para las empresas.
- Mejorar la competitividad de las pymes.
- Contribuir en el aumento de la empleabilidad.
- Colaborar con las Administraciones Públicas en relaciones institucionales internacionales.

Por ello las actividades principales de la Cámara de Comercio son: la creación de empresas, el fomento de la innovación y competitividad y del comercio exterior, el apoyo a la formación y el empleo, la ayuda a la intermediación y el arbitraje y las relaciones institucionales.

Como se ha mencionado la Cámara de Comercio realiza diferentes actividades todas ellas dirigidas al fomento del crecimiento económico empresarial español actuando tanto en territorio nacional como internacionalmente. En este apartado se analizará la actividad de la Cámara centrada en el comercio exterior y en los proyectos relacionados con las empresas españolas internacionalizadas o que quieren iniciar el proceso de salida al exterior.

4.6.1 Servicios

El apartado disponible en la página web de la Cámara de Comercio dedicado al comercio exterior divide las actividades relacionadas en:

a) **Guía de pasos**

Esta guía ofrece dos opciones para las empresas; una opción para aquellas empresas que aún no ha iniciado la actividad exportadora y desean hacerlo y otra para las que ya se han internacionalizado pero quieren incrementar sus exportaciones.

Para las que no han iniciado todavía su actividad en el mercado exterior la Cámara de Comercio ofrece unas directrices y recomendaciones que las empresas que quieren iniciar la actividad exportadora deben tener en cuenta. Plantea cuestiones que parecen obvias para iniciar el proceso exportador pero que algunas empresas pueden no tener bien definidas en sus planes estratégicos.

Para las empresas que ya tienen presencia en el mercado exterior y su objetivo es incrementar las exportaciones también se ponen a disposición unas directrices para reforzar aquellos aspectos que bien se han ido deteriorando o en su día no se realizaron de la forma más adecuada y así ampliar e intensificar el proceso exportador.

b) **Servicios**

➤ Asesoría para la internacionalización

Este servicio está dirigido a empresas españolas, fundamentalmente pymes que deseen iniciarse en el proceso exportador o consolidarlo y también a las CCAA de Aragón, Baleares, Cantabria, Cataluña, La Rioja, Madrid, Navarra y País Vasco.

Se trata de una consultoría flexible que asiste y ayuda a tomar las decisiones básicas y fundamentales para iniciar o expandir la actividad exportadora. Esta consultoría ofrece unos servicios por módulos que son; selección de mercados, acceso a mercados, plan de marketing y un plan de negocio. No es un servicio gratuito y el coste total del plan son 3.900€ más IVA aunque se pueden seleccionar módulos de forma individual.

➤ Compras en Asia

Se trata de un servicio que realiza conjuntamente la Cámara de Comercio de España con Corporación Mondragón. Es un servicio dirigido a las empresas españolas que desean realizar compras en países asiáticos como China, India

Taiwán y Vietnam, asesorando todo el proceso desde el inicio y en el país de destino.

➤ Subcontratación industrial

Este servicio se dirige a empresas subcontratistas españolas industriales que busquen la expansión internacional de su actividad. Especialmente dirigido a fabricantes de piezas o procesos industriales. La Cámara actúa de mediador entre los potenciales clientes y el empresario español ofreciendo acciones promotoras de la actividad empresarial en las principales ferias mundiales y en la Red de Bolsas de Subcontratación Industrial. Existe una plataforma on line desde donde se puede gestionar el servicio.

El servicio no es gratuito y no existe un presupuesto estándar, se realiza un presupuesto adaptado a las necesidades de la empresa en cuestión.

➤ Bases de datos de importaciones y exportaciones en España

Es un servicio que proporciona a la empresa el volumen y la calidad de la información necesaria para el conocimiento del comercio exterior de bienes tanto en España como en el exterior.

La información se desglosa en detalle, por ejemplo; por empresas que exportan o importan bienes, por detalle de productos, por años de actividad...

Además el servicio ofrece la realización de estudios a medida con acceso a información inédita, oficial y de calidad. La empresa que disfrute del servicio tendrá acceso a una base de datos de comercio exterior en la que se pueden seleccionar los criterios de búsqueda y así obtener una información que le sea útil y adecuada a sus objetivos. Además esta base de datos proporciona información estadística oficial y actualizada con posibilidad de descarga de los datos contenidos en ella.

El acceso a la base de datos es gratuito, pero existe la posibilidad de solicitar el servicio a medida y éste se basa en un presupuesto realizado en función de las peticiones de la empresa solicitante.

CAPÍTULO 5

5. CONCLUSIONES

El presente trabajo nació con el objetivo de analizar y estudiar las principales políticas públicas de fomento a la internacionalización de las empresas españolas. Para poder alcanzar dicho objetivo se han propuesto una relación de capítulos en los que se ha pretendido establecer un contexto histórico económico de los acontecimientos políticos y económicos más importantes acontecidos en los últimos 50 años así como la exposición y el análisis de las principales barreras que dificultan el proceso de internacionalización. Posteriormente y para cumplir el objetivo último del trabajo se ha llevado a cabo un estudio, análisis y exposición detallada de las distintas entidades, planes de desarrollo y ayudas mediante las cuales se instrumentan las políticas públicas de fomento a la internacionalización de la empresa española.

En el segundo capítulo se han analizado las principales dificultades o barreras a las que las empresas españolas se enfrentan cuando deciden iniciar el proceso de internacionalización de su actividad. Las barreras se han dividido en artificiales y naturales pero las que llaman la atención son las que nacen por el mero hecho de decidir tener presencia internacional y que no han sido impuestas por ningún organismo ni entidad, es decir, las barreras naturales. De ellas se podría afirmar que aunque están diferenciadas todas están supeditadas a una gran barrera: La dificultad de acceso al crédito. Con recursos es posible y fácilmente alcanzable acceder a una información de calidad, obtener recursos personales especializados en la actividad internacional. De la misma manera otra de las barreras, el desconocimiento del mercado de destino, es fácilmente subsanable si se dispone de capital que posibilite entre otras cosas estudios de mercado.

En conclusión se podría afirmar que la principal y gran barrera mediante las que se engloban: la dificultad de acceso a la información, las dificultades de formación y conocimientos y el desconocimiento del mercado de destino es la dificultad de acceso al crédito pues quedan condicionadas por la capacidad financiera de la empresa. Aunque no siempre con gran cantidad de recursos financieros desaparecen las barreras mencionadas si aminorarán en gran medida y favorecerán un proceso de internacionalización con bases más sólidas.

Tras el análisis de los factores y las barreras que dificultan la internacionalización de las empresas, sorprende que en un mercado común como la UE y un mundo globalizado cada país apruebe unas normas que limiten las exportaciones o importaciones de mercancías así como la aprobación de normas sanitarias, fitosanitarias y zoonosanitarias, normas técnicas, normas de origen o licencias de importación diferentes. Las diferencias tangibles en la legislación de cada país sigue dificultando la verdadera libre circulación de mercancías.

En el tercer capítulo se expone una evolución de los principales hechos históricos económicos de España y las principales políticas públicas llevadas a cabo desde los años cincuenta hasta la actualidad. Se pueden destacar dos grandes hitos que han marcado la historia económica española en los últimos años, esos dos acontecimientos históricos fueron la entrada de España en la Unión Europea y la crisis económica iniciada en 2007.

La entrada de España en la UE asentó las bases hacia una política económica y monetaria común en la que las grandes directrices están consensuadas por la Comisión Europea y los gobiernos adheridos a la Unión deben cumplir. Aunque quien legisla es el ejecutivo y el parlamento español, la legislación debe encaminarse hacia el cumplimiento de esas directrices comunes. Aunque existen políticas comunes que pueden ser adecuadas para todos los países, cada uno tiene unas necesidades diferentes y unas características particulares que lo diferencian del resto. Las mismas políticas pueden tener diferentes consecuencias en cada uno de los países miembros por la forma real de aplicarlas, por la diferente percepción de los ciudadanos y por muchas cuestiones particulares de cada país que pueden ocasionar diferentes resultados a políticas comunes.

Sin embargo la entrada de España en la UE fue un gran avance para la apertura económica de España pues tras el fin de la dictadura franquista España vivía ajena a todo lo que a su alrededor ocurría tanto en el plano comercial, económico y social. España se benefició a su entrada de la subvenciones para nuevos miembros para que éstos ajustaran su nivel y forma de vida al nivel europeo. Y así poder evolucionar hacia una UE convergente.

Como se ha mencionado, otro de los hitos más importantes en la evolución del comercio exterior en España fue la crisis que todavía en 2016 es patente, pues España se ve gravemente afectada ya que actualmente el endeudamiento sobre el PIB de la economía española asciende en el primer trimestre de 2016 al 100.5% del PIB. La situación de crisis financiera, económica y social ha favorecido a la internacionalización de las empresas españolas pues el consumo de bienes y servicios se encuentra en niveles mínimos por parte del mercado interior, y las pequeñas y medianas empresas españolas han visto como vía de escape la comercialización de sus productos en el exterior. De la deficiente situación de la economía española se puede dar un dato que contrarresta en pequeña proporción la situación y es que en 2013 más de la mitad de las filiales de empresas españolas situadas en el extranjero corresponden a pequeñas empresas, las más afectadas por la crisis económica actual.

Engarzando con la evolución del comercio exterior, en el capítulo cuarto se ha llevado a cabo una larga exposición de las diferentes entidades que apoyan la internacionalización de las empresas españolas y se han expuesto los diferentes planes de desarrollo, líneas de ayudas y servicios que ofrecen. Mediante estos planes y ayudas se instrumentan las políticas públicas de fomento de la internacionalización, objetivo general del presente trabajo.

Sin embargo y tras analizar detalladamente cada una de ellas llama la atención que cada ente de los que se puede afirmar que fomenta la internacionalización de la empresa española se enmarca bajo un diferente tipo de persona jurídica, pues si todos tienen como objetivo último el apoyo al comercio exterior la forma de actuar al respecto debería

regirse bajo la misma legislación. Sin embargo esta cuestión se debe a que el capital de las distintas entidades en cada caso proviene de diferentes fuentes, existen participaciones privadas, algunas son antiguos institutos nacionales incluso algunas fueron públicas para posteriormente traspasarse al sector privado.

Cabe destacar además sobre dichas instituciones que la práctica totalidad de los planes o líneas de ayuda que ofertan, ninguno se dirige a empresas de nueva creación que nunca han participado en los mercados exteriores. Esta cuestión es de gran importancia pues a menudo la posibilidad de participación en dichos planes se ve condicionada a las acciones anteriores, a los resultados de dichas acciones, del riesgo que comportan y de los beneficios esperados, sin embargo las empresas de nueva creación no pueden aportar estos datos que las avalen pues no tienen ninguna actividad anterior.

Así pues las nuevas empresas que ya nacen con vocación internacional, *born global*, no optan a la misma cantidad de ayudas y planes de acción en el exterior que aquellas que ya llevan una trayectoria que avala su actividad, su rendimiento y su situación financiera.

Se puede concluir afirmando que las ayudas para las empresas que deciden tener presencia internacional son abundantes, de calidad y ofrecen variedad de posibilidades, aunque van encaminadas, en su mayoría, a empresas de gran tamaño y con gran capacidad financiera. Cuando existen planes que requieren de inversiones supeditadas a la concesión de un crédito, en la gran mayoría de los casos, el riesgo juega un papel muy importante, pues hay muchos factores a controlar y el riesgo en que se incurre suele ser elevado. Las entidades financieras actúan de forma dudosa en estos casos pues siguiendo sus estrategias comerciales deben tener un beneficio asegurado, si éste no se puede asegurar no actúan, y de esa forma no actúan como entidades que potencian la internacionalización de las empresas españolas.

Así pues las entidades financieras tienen un papel muy importante en el desarrollo de la actividad exterior de nuestras empresas de la misma manera que las entidades gestoras de seguros. Éstas deberían estrechar la colaboración tanto con el sector público como con el sector privado para fomentar la internacionalización del tejido productivo español.

Todas las políticas públicas de apoyo a la internacionalización de nuestras empresas deben encaminarse para que conjuntamente con la totalidad de la economía española evolucionen hasta hacer posible una situación social y económica próspera y estable.

Bibliografía

Aguado, Saturnino. «INTEGRACION ECONOMICA ESPAÑOLA: DEL PLAN DE ESTABILIZACION AL EURO.» 2010.

Alemán Conate, Alejandro. *Globalasia*. 23 de Abril de 2013.

<http://www.globalasia.com/tag/economia-china> (último acceso: 2015).

Arnau Navarro, Esther. «Relaciones empresariales entre China y España: Cómo y porqué invertir aquí; Cómo y porqué invertir allí.» Valencia, 2012.

BBVA-Research. «La Internacionalización de las Empresas Españolas.» Madrid, 2012.

Bussines School EAE. *Blog sobre internacionalización y exportación*. 2016.

Carreras, Albert, y Xavier Tafunell. *Historia Económica de la España Contemporánea*. Crítica, 2006.

CESCE. *CESCE, el valor del crédito*. 2015. www.cesce.es (último acceso: 2015).

COFIDES, S.A. *COFIDES, Capital para tu inversión exterior*. 06 de 11 de 2015. (último acceso: 2015).

Doménech i de Soria, Josep. «Análisis de mercados y apoyo a la internacionalización.» *Herramientas para la internacionalización*. Valencia, 2014.

EAE, Business School. *Blog sobre internacionalización y exportación*. 2016.

elEconomista.es. «elEconomista.es/diccionariodeeconomia.» 2016.

Fundación MAPFRE. «La internacionalización de la empresa española, oportunidades y riesgos.» Informe para Instituto Universitario de Análisis Económico y Social, 2013.

García Ruíz, Jose Luis. «Boletín Económico de ICE.» 2000.

García Tabuena, Antonio, Intituto Universitario Alcalá de Henares, y Crecente Romero Fernando. «La internacionalización de la empresa española, Oportunidades y Riesgos.» Convenio de colaboración entre la Fundación de la Universidad de Alcalá y la Fundación MAPFRE, 2013.

Gormaz, Miguel Ángel Martín Martín y Ricardo Martínez. «MANUAL PRÁCTICO DE COMERCIO EXTERIOR.» En *MANUAL PRÁCTICO DE COMERCIO EXTERIOR*, de Miguel Ángel Martín Martín y Ricardo Martínez Gormaz, 510. Madrid: FUNDACIÓN CONFEMETAL, 2013.

Guijarro, Ester. «Universidad Politécnica de Valencia.» *Poliformat*. Abril de 2015. www.upv.es.

Hernández, Daniel. «Nadie es demasiado pequeño.» *El economista*, 13 de enero de 2015.

ICEX. *ICEX. Plan integral de desarrollo del mercado*. 2011. www.icex.es/icex/cma/contentTypes/ (último acceso: 2015).

- Inversores Españoles, Cámaras de Comercio , y Club de Exportadores. «Apoyo a la Internacionalización: Instrumentos Financieros.» Madrid, 2007.
- Keegan. «Fundamentos de Mercadotecnia Internacional.» 1998.
- López, Rodolfo Reyes. 2010.
- María, Raquel. *La economía hecha historia*. 13 de Noviembre de 2013.
<http://laeconomiahechahistoria.blogspot.com.es/2013/11/plan-de-estabilizacion-1959.html?view=sidebar> (último acceso: 26 de marzo de 2015).
- Martín Martín , Juan. «Blog de Geografía del profesor Juan Martín Martín.» 2015.
- Martínez Gormaz, Ricardo, y Miguel Angel Martín Martín . «MANUAL PRÁCTICO DE COMERCIO EXTERIOR, PARA SABER COMO VENDER EN EL EXTRANJERO.» 42-86. 2015.
- Mas, Francisco. «Apuntes de Economía de la Unión Europea.» *Poliformat-Economía de la Unión Europea*. 2013.
- Medina Muñoz, Diego, y Jesús Arteaga Ortiz . *La importancia del tamaño en la actividad exportadora*. BOLETÍN ECONÓMICO DE ICE Nº 2883, 2006.
- Ministerio de Economía y Competitividad. ICEX. 2015. www.icex.es (último acceso: 2015).
- . ICO. 2015. (último acceso: 2015).
- Olamendi, Gabriel. *Plan de Marketing en plan sencillo*. 2002.
- Organización Mundial del Comercio. *Organización Mundial del Comercio*. 2016.
www.wto.org.
- Parrado Diéz, Salvador. *Guía para la elaboración de planes de mejora en las Administraciones Públicas*. Madrid: Instituto Nacional de Administraciones Públicas, 2007.
- Periódico El País. *El país, Blogs Economía*. 13 de Marzo de 2013. (último acceso: 2015).
- Reyes López , Rodolfo. *ECONOMÍA INTERNACIONAL*. 2010.
- Rivarola Ganoza, Iván. «Origen de la crisis económica mundial: Enormes ganancias privadas y enormes pérdidas públicas.» *GestioPolis*, 2013.
- Ruiz, Jose Luis García. «Boletín Económico de ICE.» 2000.
- Silvestrini Ruíz, Jorge María, y Jacqueline Vargas. «Recinto de Ponce, Universidad Interamericana de Puerto Rico.» Enero de 2008. (último acceso: 2015).