



HOY EMPIEZA EL FUTURO DE NUESTRAS EMPRESAS

Es especialmente grato para mí dirigirme a ustedes, por primera vez, para presentarles las líneas maestras de la actuación del Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX) en 2008. Un año en el que la coyuntura tanto nacional como internacional han conformado un marco de contracción de la demanda interna, especialmente aguda en el último trimestre del año, que pone de manifiesto la necesidad de que los mercados exteriores tomen el relevo del mercado nacional.

El entorno económico dentro y fuera de nuestras fronteras ha influido para que nuestra balanza comercial experimentara cambios significativos en su tendencia, obteniendo resultados alentadores que esperamos se consoliden en el futuro.

Los datos de comercio exterior de 2008 muestran una corrección en el déficit comercial, que ha pasado de aumentar el 31% en 2004 al 8,4% en 2007, para llegar a reducirse un 4,9% en 2008, la primera vez desde 2002. Ello ha permitido que el porcentaje que representa el déficit comercial sobre el PIB haya disminuido desde el 9,5% en 2007 al 8,6% en 2008.

Las exportaciones de mercancías mantuvieron su dinamismo, para crecer un 3,7% en el conjunto de 2008. Si comparamos la evolución reciente de nuestras exportaciones con las de nuestros principales socios comerciales, ésta puede calificarse como positiva. Así, el crecimiento del 3,7% en las exportaciones españolas durante 2008 fue muy similar al avance de las exportaciones de la zona euro, que se situó en el 3,9%. Por otro lado, hay que señalar que las ventas al exterior crecieron más en España que en países como Francia y Alemania, donde registraron avances respectivos del 1,8% y del 3,1%.

Este crecimiento de las exportaciones españolas se basa, en gran medida, en el comportamiento de nuestras ventas a destinos no comunitarios, las cuales crecieron un 8% en 2008. Y ello, a pesar de la evolución nada favorable que registró el tipo de cambio del euro en la primera mitad de 2008. Dentro de los destinos no comunitarios con un mayor incremento en nuestras ventas se encuentran los países que son objeto de los denominados Planes Integrales de Desarrollo de Mercados (PIDM). Las exportaciones a los 11 países para los que existen estos planes se incrementaron un 9% en 2008.

En cuanto a las importaciones de mercancías, mostraron un avance del 0,6% en 2008. Este aumento es muy inferior al registrado en 2007, cuando se situó en el 8,5%. El pequeño impulso de las importaciones en 2008 se explica prácticamente en su totalidad por el incremento del precio del petróleo en los mercados internacionales en la primera mitad del año.

El año 2008 fue también para ICEX un periodo de cambios a la hora de afrontar el objetivo de apoyar la internacionalización empresarial. A lo largo del pasado ejercicio, en su esfuerzo de adaptación continua a las necesidades de nuestras empresas, ICEX ha redefinido sus líneas de actuación, lo que se ha reflejado en el Plan Estratégico ICEX 2009-2012, que muestra cinco grandes estrategias en respuesta a las características de nuestro patrón exterior:

Incrementar la base de empresas que se inician en la internacionalización, mediante exportación o inversión.

El bajo porcentaje de compañías con visión internacional tiene un alto coste en términos de ganancias de productividad y de una menor capacidad para hacer frente a una competencia global cada vez más intensa. Por ello, es necesario incrementar los esfuerzos de ampliación de la base de empresas que comercializan sus productos en el exterior o invierten en otros mercados.

Facilitar a las empresas el máximo aprovechamiento de las oportunidades que ofrecen los mercados exteriores, impulsando los nuevos factores de competitividad empresarial.

Las empresas sensibilizadas respecto a las ventajas de la internacionalización necesitan, para tener éxito en los mercados internacionales, dotarse de activos que no siempre son de fácil adquisición, como profesionales en las áreas de internacionalización, herramientas de marketing, diseño o marca, departamentos de innovación, etc. Es tarea de la Administración Comercial adoptar medidas para que estas deficiencias no se conviertan en un obstáculo para el acceso de nuestras empresas a los mercados exteriores.

Mejorar el conocimiento e imagen en el exterior de los bienes y servicios españoles.

La imagen de España en el exterior ha mejorado sensiblemente en los últimos 30 años. Sin embargo, esta imagen no viene siempre asociada a la percepción de calidad, seguridad o diseño que merecen los bienes y servicios españoles, lo que puede afectar desfavorablemente a los márgenes comerciales y la rentabilidad de las operaciones en el exterior. La estrategia de ICEX en este ámbito tiene el propósito de mejorar el conocimiento y la imagen de nuestras empresas y sus productos en el exterior.

Impulsar la cooperación institucional para la internacionalización.

La multiplicidad de iniciativas institucionales de apoyo a la internacionalización actualmente existentes, reflejo del Estado de las Autonomías del que nos hemos dotado, posee un carácter positivo por cuanto la totalidad del sistema institucional de promoción de la internacionalización trabaja en la misma dirección. Sin embargo, se corre el peligro de duplicar acciones, generar deseconomías de escala y otros factores negativos que restan impacto al uso de los recursos públicos, por definición escasos. ICEX está especialmente preparado, gracias a su extenso currículo de relaciones y experiencias compartidas con todo tipo de instituciones, para llevar a cabo la necesaria labor de cooperación entre las diferentes instituciones del Estado en el ámbito de la promoción exterior.

Potenciar la orientación a clientes y a resultados de ICEX, y su reconocimiento como referente en internacionalización.

Las mayores exigencias de los clientes y el ritmo acelerado de cambio del entorno económico requieren potenciar la capacidad de ICEX para dar respuestas rápidas, con servicios de calidad y adaptados a las nuevas necesidades. Su reconocimiento como referente dependerá de dicha capacidad de respuesta, así como de su habilidad para comunicar eficazmente sus acciones, a lo que responde la elaboración de la presente *Memoria*.

El plan de ICEX busca en definitiva responder a las demandas de los actores públicos y privados en el campo de la promoción de la internacionalización, en la que el Instituto está llamado a alzarse como una pieza clave en los próximos años. Y es que, **hoy más que nunca, el sector exterior ha de liderar la recuperación de nuestra economía** y situarse a la vanguardia de la innovación en todos los ámbitos.

Para terminar quisiera lanzar un mensaje de optimismo, basado en el compromiso de ICEX de apoyar a nuestras empresas, con el fin de convertir la actual coyuntura económica en una oportunidad para aumentar el grado de internacionalización de nuestra economía en el largo plazo. Sin duda, las empresas que resistan las actuales dificultades serán las que marcarán el ritmo de los años venideros. ICEX estará de su lado, así como del de toda empresa que desee iniciar la gran aventura de salir a los mercados exteriores.

Silvia Iranzo

Presidenta de ICEX