

Decálogo de propuestas para impulsar el sector exterior como motor de la recuperación económica

18 de junio de 2020

El sector exterior puede contribuir de manera significativa a la superación de la actual crisis económica, como ya hizo en la crisis desatada en 2008. En 2009, 2011 y 2012 la demanda exterior aportó más de dos puntos al crecimiento económico. La exportación de bienes y servicios pasó de representar el 22% del PIB en 2008 al 35% en 2019.

Con el fin de impulsar el papel del sector exterior, el Club de Exportadores e Inversores ha elaborado unas propuestas para ser puestas en marcha de forma inmediata, que se recogen a continuación.

1. Restablecer la movilidad internacional

Las restricciones impuestas a los viajes internacionales dificultan la detección de oportunidades comerciales, la negociación de nuevos contratos, la ejecución y seguimiento de proyectos en marcha y la presentación de nuevas propuestas/ofertas de productos y servicios.

De forma coordinada con la UE el Gobierno español debe restablecer la movilidad internacional, en primer lugar dentro de la UE y en la medida

en que las condiciones sanitarias lo permitan con otros países. Para ello, es urgente el restablecimiento de las conexiones aéreas y la utilización de pasaportes sanitarios que eviten medidas de confinamiento temporal.

La recientemente anunciada iniciativa Conecta, del Ministerio de Asuntos Exteriores, dirigida a atender consultas sobre las condiciones y los requisitos de entrada y sobre las medidas sanitarias establecidas tanto en terceros países como en España, en relación a viajes de índole económica desde y hacia España, es un paso positivo a este respecto.

2. Defender y promover la imagen internacional de España

Muchas empresas internacionalizadas ven con preocupación que la imagen exterior de España se ha deteriorado como consecuencia de los efectos de la crisis sanitaria y la gestión de la misma. Sin embargo, muchas empresas españolas han tenido actuaciones punteras e innovadoras, como la construcción de hospitales de campaña o la reconversión de líneas de producción para fabricar material sanitario, además de realizar donaciones

significativas a la población más vulnerable tanto en España como en los países donde operan.

Proponemos el diseño, en colaboración con las organizaciones empresariales, de una campaña de difusión de dichas actuaciones positivas, innovadoras y socialmente responsables, así como de un programa de contactos y viajes institucionales a países de importancia para nuestros intereses empresariales.

No se deben generar dudas en cuanto a la reputación de las empresas españolas. Temas relacionados con la tributación, el empleo, el medioambiente, etc., deben ser cuidados por parte del Gobierno en sus declaraciones.

La coherencia y la seguridad jurídica es un aspecto fundamental para la imagen de un país. Cambios bruscos en las políticas gubernamentales acaban generando desconfianza en los mercados y en estos momentos el precio a pagar sería elevadísimo para las empresas españolas además de desincentivar la atracción de inversión extranjera.

3. Potenciar y mejorar el funcionamiento de los instrumentos financieros de apoyo a la internacionalización

Los dos principios que deben regir el uso de estos instrumentos financieros tienen que ser, por una parte, el criterio «made-by-Spain», en lugar del «made-in-Spain»; y, por otra, la sostenibilidad y el uso de tecnología española. Además, es fundamental que se equiparen en agilidad de tramitación y presupuesto con los instrumentos de que disponen nuestros competidores extranjeros, especialmente europeos.

Es necesario aumentar significativamente la dotación presupuestaria, especialmente del FIEM (Fondo para la Internacionalización de la Empresa) y del Fonpyme (Fondo para Operaciones de Inversión en el Exterior de la Pequeña y Mediana

Empresa), y agilizar la gestión de los instrumentos públicos de apoyo financiero a la exportación, en línea con lo que hacen los países de nuestro entorno.

Sería muy positivo recuperar la concesión de ayudas no reembolsables para que empresas españolas realicen estudios de viabilidad de proyectos en el exterior, por el efecto multiplicador que pueden tener sobre las exportaciones, ya que estos programas y estudios facilitan la realización posterior de proyectos por parte de empresas españolas. Asimismo sería muy conveniente recuperar programas, como el antiguo FAIP (Fondo de Ayuda Integral a Proyectos), que facilitan que empresas españolas se presenten a concursos internacionales.

Dado que la «crisis» va a ser más profunda y duradera de lo que inicialmente se previó, será necesario que se amplíen las líneas de garantías de ICO y Cesce en su importe, y además que se adapten en los porcentajes de cobertura a las necesidades específicas de los diferentes sectores exportadores.

A medio plazo, convendría derogar la Ley de Deuda Externa del 2006, que ha supuesto una considerable burocratización y ralentización de los procedimientos para la aprobación de instrumentos públicos de apoyo financiero a la exportación. Otros países de nuestro entorno no tienen «corrés» similares. La Administración española dispone de personal de suficiente cualificación como para que la concesión de estas ayudas se decida por personal técnico utilizando criterios de apoyo a la exportación, al igual que otros países competidores de España.

Se debería estudiar una ampliación de los límites por país y por operación para la cobertura de seguro de crédito por cuenta del Estado. A este respecto es conveniente estudiar las coberturas que aplican otros países de nuestro entorno, con el fin de estar alineados con ellos.

4. Ampliar las funciones de las Embajadas y Oficinas Comerciales

Es necesario que la Administración estudie con las empresas nuevas formas de apoyo por parte de las Embajadas, Consulados y Oficinas Comerciales, con el fin de suplir las limitaciones que las restricciones de movilidad suponen para las empresas. Entre estas formas de apoyo cabe citar:

- La elaboración de agendas virtuales por parte de las Oficinas Comerciales.
- La realización de gestiones en nombre de las empresas, supliendo las limitaciones para desplazamientos que estas tienen. Nuestras representaciones diplomáticas deben actuar como representantes de las empresas, con las limitaciones propias de su naturaleza, en aquellos países en los que las restricciones a la movilidad impidan el desplazamiento de empresarios y técnicos.

Es conveniente potenciar la red de las Oficinas Comerciales y ampliar su cobertura geográfica, especialmente en zonas para las que se prevé un mayor dinamismo económico, como África Subsahariana y Asia.

Se debería considerar el establecimiento de consejeros comerciales volantes que, sin estar destinados en el exterior, tendrían responsabilidad específica sobre algunos países en los que tendrían que residir algunos meses al año.

5. Revisar las prioridades geográficas de las políticas de internacionalización

A medio plazo se debe realizar un ejercicio de análisis de las prioridades geográficas de las políticas de internacionalización.

Hay que tener en cuenta que, según las previsiones de los organismos internacionales, va a haber grandes diferencias en la evolución económica de las zonas geográficas del mundo. Asia y África

Subsahariana van a ser, de manera destacada, las zonas de mayor crecimiento económico en 2021, según el último World Economic Outlook del FMI.

Este ejercicio debe ser realizado con la participación de organizaciones empresariales, y su resultado debe ser la identificación de países prioritarios para las acciones de promoción comercial, visitas institucionales, instrumentos financieros, etc.

6. Potenciar la presencia de las empresas en la ejecución de proyectos de cooperación al desarrollo

Se debe impulsar la contratación de empresas españolas para la ejecución de proyectos de cooperación al desarrollo, especialmente los financiados con fondos españoles. Hay que reafirmar y defender la plena capacidad técnica y económica de las empresas españolas para ejecutar proyectos de cooperación.

Se debe potenciar la canalización de fondos de cooperación a través de mecanismos bilaterales reduciendo, si las restricciones presupuestarias así lo exigiesen, las aportaciones a través de instituciones multilaterales.

Esto ayudaría significativamente a que la política española de cooperación al desarrollo cumpla simultáneamente tres objetivos: (i) ayudar a conseguir los ODS (objetivos de desarrollo sostenible), (ii) potenciar la imagen de España y sus intereses en los países beneficiarios y (iii) favorecer la penetración de empresas españolas en dichos países.

A medio plazo es importante aumentar los fondos disponibles para cooperación tanto de AECID (Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo) como de Fonprode (Fondo para la Promoción del Desarrollo), para tratar de acercarnos a las cifras de nuestros competidores.

7. Mantener una política económica alineada con los países de nuestro entorno

El marco económico e institucional es fundamental para la competitividad internacional de la economía.

Sería contraproducente adoptar medidas fiscales que pudieran empeorar la competitividad internacional de nuestras empresas (como aumento de impuestos o de cotizaciones a la Seguridad Social), y que tienen una orientación contraria a las que están adoptando otros países europeos (véase por ejemplo las reducciones fiscales que ha aprobado Alemania).

Es necesario estar alineados con los países de nuestro entorno. Si bien cada país tiene su casuística particular, hay elementos que a lo largo de la historia se ha demostrado que generan huida de capitales y de negocios de unos países hacia otros. A modo de ejemplo, diseñar e implantar impuestos sobre las grandes fortunas o sobre el patrimonio, o establecer cambios radicales en la política laboral, pueden tener efectos negativos sobre la competitividad y la evolución económica, así como sobre el flujo de inversiones extranjeras hacia España.

8. Aumentar la competitividad internacional de las empresas españolas

Para ello es imprescindible que aumente el tamaño medio de las pymes españolas. La evidencia empírica demuestra que las empresas de mayor tamaño tienen una mayor propensión a internacionalizarse, crean empleo de más calidad y son más resilientes a las crisis económicas. Un aumento del tamaño medio facilitaría, además, que aumente el número de exportadores regulares, de los que en España únicamente tenemos 53.000.

Reducir obstáculos a que las pymes crezcan de tamaño, como por ejemplo elevar los umbrales de declaración trimestral de impuestos de 6 a 20

millones de euros, así como el de creación de «comités de empresa» de 50 a 100 empleados.

Una medida que redundaría con efecto inmediato en un aumento de la competitividad internacional sería reducir las cotizaciones empresariales a la Seguridad Social. Si esto va acompañado de un aumento proporcional de IVA el efecto recaudatorio sería nulo.

9. Estimular la presencia empresarial permanente en el exterior

Las filiales de empresas españolas en el exterior tienen un claro efecto positivo en el aumento de la exportación de bienes y servicios, así como en la generación de rentas en el exterior (por ejemplo, beneficios, *royalties*...). Se deben arbitrar mecanismos, especialmente fiscales, que no penalicen la actividad empresarial en el exterior. Entre otros, no reducir la deducibilidad de beneficios de filiales en el exterior, simplificar la exención de trabajos realizados en el extranjero por empresas españolas o admitir como gastos deducibles facturas emitidas por proveedores extranjeros conforme a su legalidad.

Es imprescindible ampliar la red de convenios de protección recíproca de inversiones y de convenios para evitar la doble imposición (por ejemplo con Perú y Angola), así como supervisar el estricto cumplimiento de los ya firmados.

10. Potenciar la gestión profesional en la actividad comercial internacional

La crisis sanitaria, y en particular los problemas surgidos en la compra en el exterior de materiales médicos, ha puesto de manifiesto la importancia y utilidad de contar, tanto en el sector público como en el sector privado, con profesionales expertos y especializados en comercio exterior, que permitan poner en valor su experiencia y conocimientos en los distintos países y sectores, con el

fin de mejorar las condiciones económicas y técnicas de las transacciones y asegurar la solvencia de las mismas.

Las experiencias registradas en la gestión del COVID-19 han puesto de manifiesto la necesidad

de que las operaciones internacionales corran a cargo de profesionales y empresas con la debida preparación y experiencia. Es preciso revalorizar en este sentido el papel que pueden desempeñar los *traders* o empresas de comercio exterior, cuya labor es con frecuencia minusvalorada.

