

Promoción del comercio exterior en Andalucía

José A. VÁZQUEZ ROSSO

El sector exterior andaluz

Cuando se analizan las corrientes comerciales exteriores de una región, lo primero que hay que advertir es el carácter relativo de los datos disponibles, dada la inexactitud de las cifras, siendo éstas exclusivamente orientativas. Esto es debido al hecho de que algunas exportaciones e importaciones regionales figuran con origen ó destino fuera de la región analizada.

Lo anteriormente indicado es también aplicable al caso de Andalucía. En el cuadro nº1 se muestran las cifras "oficiales" del comercio exterior de la comunidad autónoma en 1994. Dichos datos, por tanto, son aproximados pero no completamente exactos, dado que algunos productos andaluces son exportados desde otras regiones españolas, y también ciertas importaciones andaluzas son realizadas por empresas ubicadas fuera de nuestra comunidad.

Hechas estas salvedades, a continuación haremos un breve análisis del sector exterior andaluz en base al citado cuadro.

En 1994, Andalucía exportó por un valor aproximado de 876 mil millones de pesetas, lo que representa un 9% de las exportaciones nacionales. Sin menospreciar esa cifra, debemos hacer notar ese relativamente bajo porcentaje que nos indica la escasa vocación exportadora de nuestra economía regional, en comparación con otras regiones

tales como Cataluña, Levante ó País Vasco, cuyas economías muestran una mayor apertura hacia el exterior.

Si comparamos las cifras de exportación de 1994 con las de 1993, vemos que experimentaron un incremento del 8'5%, muy similar al que por esa época mostró el total nacional, reflejando una cierta ralentización en la actividad exportadora general de nuestra economía.

Las importaciones mostraron un volumen parecido al de exportaciones, unos 882 mil millones de pesetas, lo que da una balanza comercial prácticamente equilibrada. La variación 94/93 alcanzó un incremento del 20%, lo que también concuerda con la variación del ritmo importador nacional, que mostró una aceleración de las importaciones como consecuencia de la iniciación del ciclo expansivo de nuestra economía.

En cuanto a la estructura sectorial exportadora, destaca claramente el predominio de los productos alimenticios, que representan aproximadamente un 41% del total exportado. Pero dentro de este sector alimenticio hay que hacer hincapié en que junto a los sectores tradicionales (aceitunas, aceite y vinos de Jerez) han aparecido últimamente los sectores hortofrutícolas (fresa, melocotón espárragos etc), cuyo extraordinario dinamismo les ha hecho alcanzar un lugar preferente en la economía regional de primerísima importancia, no solo por las cifras de ventas alcanzadas sino por las repercusiones

sociales que provocan dado el alto porcentaje de mano de obra que emplean.

De todo lo anterior, analizando el sector exterior andaluz destacaríamos:

- 1) Escasa apertura al exterior de nuestra economía regional.
- 2) Equilibrio de nuestra balanza comercial.
- 3) Concentración exportadora en el sector agroalimentario.
- 4) Gran dinamismo reciente de los sectores hortofrutícolas.

El organismo competente en promocionar el comercio exterior es el ICEX, cuyos programas de actuación en general, así como los que en particular se han aplicado en Andalucía, analizaremos a continuación.

El instituto español de comercio exterior (ICEX).

EL ICEX es un organismo de servicios que presta su asistencia al empresario. Creado con el fin de fomentar las exportaciones y la implantación exterior de empresas españolas, diseña y ejecuta programas de promoción e inversión, y acopia y difunde información sobre la oferta española y los mercados exteriores.

Como ente público con personalidad jurídica propia, adscrito a la Secretaría de Estado de Comercio Exterior del Ministerio de Comercio y Turismo, el ICEX cuenta con sus propios recursos financieros, materiales y humanos.

Para el desarrollo de su actividad utiliza la red de Oficinas Comerciales de España en el extranjero y la de Direcciones Territoriales de Comercio en el interior de España. En estas últimas, el ICEX cuenta con los Centros de Información y Documentación (CID) que facilitan estos servicios en las Comunidades Autónomas.

Cualquiera de los pasos de una empresa en el desarrollo de una actividad exterior, desde la formación de personal especializado hasta su establecimiento en mercados extranjeros, puede contar con la ayuda de los servicios del ICEX que a continuación se presentan.

A) Promoción en mercados exteriores.

Las iniciativas de promoción comercial en mercados exteriores cuentan con el apoyo y la ayuda del ICEX mediante acciones destinadas a una empresa de forma individual o conjuntamente con otras a petición de las Asociaciones Sectoriales o grupos de promoción.

a) Planes empresariales de promoción exterior. Dirigidos a aquellas empresas que tratan de internacionalizar su actividad promocionando sus marcas o creando redes comerciales propias en el exterior.

b) Ferias.

- Participación agrupada. Asistencia de varias empresas españolas de un mismo sector a una feria especializada bajo una imagen publicitaria común.

- Ferias de Pabellón Oficial. Participación conjunta de empresas en aquellas ferias en las que el ICEX organiza el transporte, la publicidad y el montaje con el fin de servir tanto a la promoción global de un sector como a la de los productos que se exponen.

c) Misiones comerciales.

- Misiones Comerciales Inversas que brindan a importadores o expertos de medios de comunicación extranjeros la oportunidad de viajar a España para conocer la oferta española en los propios centros de producción o en ferias sectoriales.

- Misiones Comerciales Directas que ofrecen a las Asociaciones de Exportadores la oportunidad de reunir un grupo de empresas de un sector para que viajen a mercados exteriores en donde mostrar la oferta española e identificar la demanda extranjera (Misiones Comerciales), indagar las posibilidades comerciales de determinados mercados (Misiones Estudio) o presentar y vender productos españoles (Misiones Exposición-Degustación).

d) Planes sectoriales de promoción exterior.

Estos planes, elaborados en coordinación con las Asociaciones Sectoriales, promueven la implantación de grupos representativos de empresas de un sector en mercados exteriores mediante acciones, descritas anteriormente, como ferias, misiones, investigación de mercados, jornadas y seminarios, exposiciones permanentes, promociones en puntos de venta, campañas de publicidad, etc.

e) Programas de imagen.

Comprenden acciones cuya finalidad es mejorar la imagen de España mediante la contratación, en medios audiovisuales extranjeros, de reportajes publicitarios sobre las empresas y sectores con proyección internacional.

f) Consorcios de exportación.

La finalidad de este programa es fomentar la asociación de empresas para que compartan el esfuerzo inversor que supone mantener una presencia permanente en los mercados exteriores. Esta forma de asociación contempla la posibilidad de que los consorcios estén constituidos en España (Consortio en Origen) o en el extranjero (Consortio en Destino).

B) Inversiones y proyectos en mercados exteriores.

Las empresas comprometidas en la internacionalización de sus actividades, al establecerse en mercados exteriores para comercializar sus productos o al acometer proyectos internacionales, cuentan con el apoyo del ICEX.

a) Inversiones en mercados exteriores.

El ICEX lleva a cabo una acción de:

- Identificación de oportunidades de inversión directa en el exterior: privatizaciones, creación de nuevas empresas, aportación de capital a empresas existentes, etc.

- Evaluación y selección de propuestas de coinversión, cooperación, etc.

- Organización de misiones para poner en contacto a potenciales socios.

b) Proyectos en mercados exteriores.

El ICEX fomenta la participación de las empresas españolas en proyectos internacionales a través de:

- El Fondo de Ayuda Integral a Proyectos (FAIP), constituido para promover la licitación de empresas españolas de consultoría, ingeniería, contratistas de proyectos industriales o constructoras en concursos internacionales.

- Otros fondos y actuaciones ante los Organismos Multilaterales de Desarrollo, identificando las oportunidades de negocios generadas por ellos y apoyando la participación de las empresas españolas en proyectos financiados con fondos de dichas instituciones.

c) Compañía de financiación del desarrollo (COFIDES).

Es una sociedad anónima participada por el ICEX cuyo objetivo es proporcionar apoyo financiero a las inversiones españolas en el exterior mediante su participación minoritaria en el capital de la sociedad que se constituya, la concesión de créditos o el otorgamiento de avales.

C) Información.

La información es la herramienta básica para actuar en mercados exteriores. El ICEX proporciona a la empresa información adecuada a cada etapa de su internacionalización.

a) Orientación general e información administrativa.

Orientación sobre los servicios del ICEX en el propio Instituto y a través de un programa de visitas a las empresas.

Información sobre el marco legal que regula el comercio exterior y los trámites generales exigidos en la exportación.

b) Información sobre mercados exteriores.

Información y asesoramiento sobre la apertura de los mercados exteriores mediante:

- Consultas directas relativas a la situación económica y comercial de cada país, y las tendencias de los mercados de productos.

- Jornadas y seminarios orientados a analizar la complejidad de la actividad exterior de cada sector productivo, las oportunidades de comercialización o inversión que presenta un país, y las posibilidades de financiación de proyectos derivados de fondos e instrumentos multilaterales.

- Programas de Orientación sobre Mercados Exteriores (POMEX), que se desarrollan a través de diferentes acciones con el fin de dar a conocer mercados específicos.

c) Información sobre la oferta española.

Atención al importador extranjero que busca contacto con empresas españolas, tanto desde nuestro país como en los propios mercados, mediante las Oficinas Comerciales de España en el extranjero y stands informativos instalados en ferias internacionales.

d) Euroventanilla.

Conocida también como Centro Europeo de Información Empresarial, está gestionada en colaboración con el Instituto de la Pequeña y Mediana Empresa Industrial (IMPI). Atiende consultas personalizadas sobre asuntos de la Comunidad Europea y medidas adoptadas para la consecución del Mercado Único, y responde a demandas de cooperación y asociación entre empresas de diferentes países.

e) Información especializada sobre inversiones y proyectos exteriores.

Información y asesoramiento sobre aspectos de la implantación en el exterior tales como:

- Marco legal, procedimientos e incentivos a la inversión extranjera.
- Formas de implantación en un país.
- Convenios de protección a la inversión y de doble imposición.
- Sistema fiscal y laboral.
- Sectores prioritarios o prohibidos.
- Controles de cambio y repatriación de dividendos royalties, etc.
- Asesoramiento sobre Organismos Multilaterales de Desarrollo: consecución de contratos, estrategias en los mercados, posibilidades de financiación, etc.

D) Formación.

Las empresas que inicien o desarrollen una actividad comercial en el exterior deben contar con recursos humanos familiarizados con las técnicas adecuadas. El ICEX organiza y promueve acciones formativas con este propósito.

a) Programas de becas.

El ICEX ha diseñado varios tipos de becas enfocadas a la formación de expertos en comercio exterior:

- Becas para que licenciados españoles adquieran conocimientos prácticos de comercio internacional en las Oficinas Comerciales de España en el extranjero o en empresas españolas que están desarrollando una actividad en el exterior.

- Becas para que licenciados españoles desarrollen sus conocimientos en las áreas de información e informática en las Oficinas Comerciales de España en el extranjero.

- Becas para que técnicos extranjeros actualicen su formación en producción, gestión o comercialización en empresas españolas, y adquieran un conocimiento útil de la oferta española.

b) Cursos, jornadas y seminarios.

Impartidos en colaboración con las Cámaras de Comercio u otras instituciones afines, proporcionan formación gradual en las técnicas y mecanismos del comercio exterior.

E) Asesoramiento.

Al enfrentarse a la exportación, la empresa debe resolver problemas técnicos que aconsejan la opinión de un experto. El ICEX pone a su disposición interlocutores especializados en aspectos esenciales del comercio exterior.

a) Normalización, certificación y reglamentación técnica.

- Asesoramiento sobre normas y reglamentos técnicos.
- Contratación de estudios sobre procesos de homologación.
- Promoción de la certificación de calidad de los productos españoles.
- Asesoramiento sobre envases y embalajes.
- Información sobre la legislación técnica medioambiental.

b) Contratación y arbitraje internacional.

- Formalización de contratos de exportación, transferencia de tecnología, representación y distribución comercial, franquicia, compensación y factoring, construcción, planta e ingeniería.
- Previsión contractual de riesgos.
- Medios de pagos idóneos, garantías bancarias y financiación internacional.
- Aspectos jurídicos y comerciales relevantes de cada forma de establecimiento en el exterior, como filiales, joint-ventures, etc.

- Resolución de conflictos mediante el arbitraje internacional u otros medios de solución de litigios.

Actuaciones del ICEX en Andalucía

En los últimos años, el Instituto Español de Comercio Exterior viene realizando apreciables inversiones destinadas a promover las exportaciones andaluzas.

En cuanto a la promoción directa, la cifra invertida en 1.993 fué de aproximadamente 1.300 millones de pesetas, incrementándose en 1.994 hasta 1.550 millones, esperando alcanzar una cifra similar en 1.995.

Dentro de esas inversiones habría que destacar preferentemente los acuerdos de cofinanciación firmados con la Junta de Andalucía al objeto de llevar a cabo conjuntamente la labor promocional exterior. Con ellos se trata de aunar esfuerzos y evitar promociones paralelas que a nadie beneficiarían. En este tipo de acuerdos, los firmados entre el ICEX y Andalucía han sido pioneros, habiendo sido imitados posteriormente en otras comunidades autónomas, dado lo positivo de sus resultados.

Estos acuerdos de cofinanciación han tenido como objeto planes sectoriales por los que a través de una publicidad genérica aumentar nuestras ventas en el extranjero. Esos planes se han aplicado fundamentalmente a los siguientes sectores: Jerez, aceite de oliva, espárragos, fresa y caballo de pura raza española.

Otro capítulo a destacar son los planes de empresa, mediante los que el Instituto ayuda individualmente a las empresas para lograr su internacionalización. Se pretende con ello incrementar la presencia de las empresas andaluzas en el exterior ante la necesidad no solo de competir en calidad y precio, sino también en servicio, debiendo por tanto situarse cerca del consumidor final que es el importador. Los solicitantes de este programa provenían fundamentalmente de los sectores de Jerez, aceitunas y aceite de oliva.

Un programa que el Instituto considera preferente como es el de consorcios de exportación no ha tenido sin embargo gran aceptación en Andalucía. Este programa va destinado fundamentalmente a unificar esfuerzos de las pequeñas y medianas empresas al objeto de lograr una estructura exportadora suficiente. Pues bien, a pesar de

que el tejido productivo andaluz está formado fundamentalmente por empresas de mediana ó pequeña envergadura, buena parte de los esfuerzos de ICEX por incentivar los consorcios no han fructificado y son pocos los que se han constituido.

Sin embargo programas como el de viaje de prospección (VIAPRO) y participaciones en ferias internacionales si que han tenido una gran aceptación, dándose el caso de no poder satisfacer toda la demanda por ser esta superior a la oferta de fondos disponibles,

En cuanto a actividades informativas se ha hecho un extraordinario esfuerzo por proporcionar al exportador andaluz las fuentes de información suficientes que le permitan conocer los datos necesarios para incrementar sus mercados. A este respecto hay que destacar la creación de un CID (Centro de Información y Documentación) en la Dirección Territorial de Comercio de Sevilla. Dicho centro dispone de un completísimo banco de datos y documentos sobre comercio exterior, así como de una moderna dotación de medios técnicos que le permite contactar tanto con los servicios centrales del Instituto como con las Oficinas Comerciales de España en el exterior.

Otros programas a destacar dentro del área de información serían las jornadas, seminarios y cursos de comercio exterior, con los que el ICEX ha pretendido mejorar la formación empresarial en materia de comercio exterior. También aquí es frecuente observar que la demanda supera la oferta de medios, en este caso humanos, de que se dispone.

Como conclusión podríamos indicar que la economía andaluza presenta un gran potencial exportador, en buena parte aún no aprovechado. El esfuerzo promocional realizado es mucho, pero aún no suficiente, por lo que en el futuro es de esperar que se inviertan los recursos económicos y humanos suficientes que permitan a la Economía Andaluza la necesaria apertura exterior que complemente su mercado interior.

Cuadro 1. COMERCIO EXTERIOR POR SECTORES DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA EN 1994
(Millones de pesetas)

SECTORES	EXPORTACIONES				IMPORTACIONES			
	VALOR	%S/Total Autonómico	%S/Total Nacional	T.VAR. 94/93 (%)	VALOR	%S/Total Autonómico	%s/Total Nacional	T.VAR. 94/93 (%)
ALIMENTOS	358.832,5	40,9	23,2	8,6	160.311,8	18,2	9,5	14,0
Sector hortofrutícola	193.996,6	22,1	24,5	6,4	15.295,6	1,7	7,8	33,5
Industria agroalimentaria	164.835,9	18,8	21,8	11,2	145.016,2	16,4	9,8	12,3
PROD.ENERGETICOS	59.664,5	6,8	26,7	-5,0	362.417,1	41,1	31,2	15,0
MATERIAS PRIMAS	34.757,6	4,0	19,8	59,9	113.860,2	12,9	21,1	82,2
SEMIANUFACTURAS	186.320,6	21,3	8,8	22,8	91.389,4	10,4	3,5	17,6
Hierro y acero	89.994,2	10,3	21,2	30,7	12.250,1	1,4	3,9	28,5
Productos Químicos	47.247,9	5,4	5,5	21,3	57.064,1	6,5	3,6	31,3
Otras semimanufacturas	49.078,5	5,6	5,9	11,8	22.075,2	2,5	3,0	-10,8
BIENES DE EQUIPO	123.279,8	14,1	6,0	10,9	90.631,1	10,3	3,2	11,6
Maquinaria específica	8.864,5	1,0	1,6	84,4	22.507,9	2,6	2,9	-8,5
Eq. de oficina y telecom.	6.470,0	0,7	2,0	1,1	17.855,0	2,0	2,6	32,3
Material de transporte	69.525,7	7,9	13,9	20,3	17.280,5	2,0	5,5	-1,3
Otros bienes de equipo	38.419,7	4,4	5,6	-8,9	32.987,7	3,7	3,3	28,6
SECTOR DEL AUTOMOVIL	47.860,3	5,5	2,2	-6,6	22.959,9	2,6	1,3	26,1
Automóviles y motos	13.303,5	1,5	0,8	-38,2	3.848,3	0,4	0,5	-16,6
Componentes de automóvil	34.556,9	3,9	6,6	16,3	19.111,6	2,2	1,9	40,5
MANUFACTURAS DE CONSUMO	26.037,2	3,0	1,9	9,9	38.836,6	4,4	2,2	23,9
Bienes de consumo duradero	3.882,4	0,4	1,3	-14,8	5.247,3	0,6	1,3	12,1
Bienes de consumo corriente	22.154,8	2,5	2,1	15,8	33.589,4	3,8	2,5	25,9
Textil y confección	10.683,0	1,2	2,7	13,45	16.549,7	1,9	2,4	20,9
Calzado	712,3	0,1	0,3	-25,7	395,4	0,0	0,8	17,0
Otros	10.759,5	1,2	2,5	23,0	16.644,3	1,9	2,7	31,6
OTRAS MERCANCIAS	39.648,5	4,5	34,7	-26,5	1.918,5	0,2	6,1	-79,1
TOTAL GENERAL	876.401,1	100,0	8,9	8,6	882.324,7	100,0	7,1	19,9

Fuente: Dirección General de Aduanas y elaboración propia.