

IV Cumbre de Internacionalización

SM el Rey anima a las empresas a potenciar su actividad internacional para superar la crisis

- Las organizaciones convocantes de la Cumbre -Cámara de España, CEOE, Foro de Marcas Renombradas Españolas, Club de Exportadores e Inversores Españoles y Asociación Española de Directivos- agradecen al Rey su labor constante en favor de la internacionalización de las empresas españolas
- En la Declaración conjunta de la Cumbre se pide situar la internacionalización en el centro de las políticas de recuperación, al mismo nivel que la digitalización y la sostenibilidad
- La actual crisis está afectando a la actividad exterior de las empresas españolas, pero no a su mentalidad internacional
- Según una encuesta para la Cumbre realizada entre empresas con actividad internacional, casi ocho de cada diez están explorando nuevas oportunidades en el exterior

[Para descargar la fotografía de la IV Cumbre de Internacionalización pincha aquí](#)

Madrid, 9/12/2020.- “La internacionalización va a ser, nuevamente, uno de los grandes motores de recuperación de la economía española tras la crisis, en este caso generada por la pandemia. La búsqueda de nuevos mercados en el exterior fue una de las vías que permitió salir de la crisis de 2008, y confiamos en que, de nuevo, desempeñe un papel fundamental incluso ante las actuales tendencias proteccionistas en algunos mercados”. Este es el mensaje que Su Majestad el Rey ha lanzado a las empresas en el marco de la IV Cumbre de Internacionalización organizada por la Cámara de Comercio de España, CEOE, el Foro de Marcas Renombradas Españolas, el Club de Exportadores e Inversores Españoles y la Asociación Española de Directivos.

En su discurso, Su Majestad ha destacado los valores “de sacrificio, de lucha, de perseverancia y de afrontar nuevos retos”, que caracterizan a las empresas españolas y que se traducen en el éxito de la internacionalización: “los empresarios españoles estáis a una gran altura en el mundo y merecéis el mayor apoyo y reconocimiento social e institucional”.

Por último, ha llamado la atención sobre la importancia de la colaboración público-privada en la expansión exterior del tejido productivo: “Están siendo tiempos muy complicados –sin duda–, pero la buena y estrecha relación público-privada que, de hecho, existe permitirá poner en marcha y reforzar las medidas necesarias para preservar el tejido exportador español y darle mayor capacidad de adaptación, de forma que se consolide, de nuevo, como pilar de crecimiento y generación de empleo de calidad”.

También la ministra de Industria, Comercio y Turismo, Reyes Maroto, se ha referido a la importancia de la internacionalización como palanca para la superación de la crisis. “La internacionalización es una de nuestras prioridades porque va a tener un papel clave en la

recuperación económica de España en los próximos años. La irrupción de la pandemia ha tenido un impacto negativo en el comercio a nivel global, pero encaramos 2021 con mejores perspectivas no solo por la disponibilidad de una vacuna contra el coronavirus sino también porque nuestro tejido de empresas exportadores está siendo más resiliente y se espera una recuperación gradual de los flujos comerciales y de inversión, tal y como ocurrió en la crisis de 2008”, ha afirmado la ministra.

Unos mensajes compartidos por las cinco organizaciones convocantes de la Cumbre que, en la Declaración Conjunta presentada ante el Rey, han solicitado que la internacionalización sea una prioridad de la política económica al mismo nivel que la digitalización y la sostenibilidad.

Por ello, se insta a aprovechar los fondos del Plan de Recuperación Europeo para impulsar proyectos tractores que hagan más competitivo nuestro tejido productivo en el nuevo entorno global, con especial atención al turismo, dada su importancia para la internacionalización de la economía española, su carácter transversal y el especial impacto que ha sufrido.

Asimismo, la Declaración subraya diferentes aspectos a impulsar y mejorar para potenciar la internacionalización, tales como dar un salto cualitativo en el grado de sofisticación y diferenciación de la oferta española; fortalecer la marca país para que aporte más valor a las empresas en su expansión internacional; establecer una verdadera cultura de colaboración tanto público-privada como dentro del sector privado, y favorecer la generación de sinergias entre las distintas administraciones públicas para evitar la dispersión de esfuerzos, así como estrechar su colaboración para que la internacionalización se convierta en una política de Estado.

Junto a ello, la Declaración de la IV Cumbre de Internacionalización aboga por mantener o potenciar los beneficios fiscales e instrumentos financieros de apoyo a la internacionalización, sobre todo para las pymes, y desarrollar una cultura internacional desde el ámbito educativo, además de desempeñar un papel relevante en la UE como país defensor del comercio internacional y de los organismos multilaterales que lo gobiernan.

En [este enlace](#) se puede descargar la Declaración Conjunta completa

La internacionalización, palanca de salida de la crisis

La importancia crucial de la internacionalización como palanca de salida de la actual crisis ha quedado patente en las intervenciones de los presidentes de las cinco organizaciones convocantes de la Cumbre, que han agradecido a Su Majestad su labor constante en favor de la internacionalización de nuestras empresas.

Así, José Luis Bonet, presidente de la Cámara de España, ha puesto el acento en la necesidad de impulsar la internacionalización de las pymes: “Nuestra economía ya está internacionalizada, es una economía abierta, y contamos con más de 50.000 empresas que ya exportan regularmente, pymes en su mayoría, que se baten el cobre en los mercados internacionales y que sostienen nuestra competitividad y nuestro empleo. En el contexto

actual, las empresas no deben replegarse hacia un mercado interior que les pueda dar una infundada mayor seguridad. El futuro está en crecer y ser competitivos en los mercados internacionales”. Bonet ha defendido, además, la necesidad de atender de manera especial al sector turístico, nuestro principal sector exportador y el más afectado por la crisis.

El presidente de CEOE, Antonio Garamendi, ha incidido en que “la internacionalización es, en estos momentos, una de las principales palancas de recuperación, clave para generar crecimiento económico de forma sostenida y sostenible, productividad y empleo de calidad. Ahora más que nunca, se hace necesario perseverar en las reformas estructurales (digitalización, innovación, educación y formación) para aumentar la competitividad y la diversificación geográfica y sectorial de este proceso”.

Para el presidente del Foro de Marcas Renombradas Españolas, Ignacio Osborne, la clave reside en que las empresas españolas sean capaces de dar un salto de calidad en el nivel de sofisticación y diferenciación de su oferta, situando a España en el nivel de posicionamiento y competitividad que le corresponde. “En el nuevo escenario global post-covid, y ante presiones competitivas crecientes, nuestra apuesta solo puede pasar por el valor, y por tanto por el desarrollo de ventajas competitivas distintas del precio, como marca, diseño e innovación. El ejemplo de aquellas marcas españolas con una presencia internacional consolidada debe servir de estímulo y espejo para el conjunto de nuestro tejido empresarial, de la misma forma que contribuyen a fortalecer la reputación internacional de España y a la imagen de prestigio de nuestros productos y servicios”, ha subrayado Osborne.

Por su parte, el presidente del Club de Exportadores e Inversores Españoles, Antonio Bonet, ha defendido la necesidad de contar con “una política de Estado en materia de internacionalización en la que estén implicados todos los ministerios con competencias en materia económica y de asuntos internacionales”, apoyada sobre dos ejes principales: el apoyo y acercamiento a la demanda externa, optimizando la política de financiación de exportaciones y estimulando la creación de filiales en el exterior, y la ampliación y mejora de la oferta exportable. Bonet ha destacado la necesidad de aumentar la base de empresas exportadoras regulares a través de reformas estructurales “que favorezcan el aumento de tamaño de las pymes y la adecuación del sistema educativo a las necesidades del mercado laboral” y de un marco fiscal que no penalice la competitividad internacional de las empresas españolas.

El presidente de la AED Madrid, Juan Carlos Gallego, ha puesto el foco en la importancia de que las empresas cuenten con líderes resilientes, con capacidad de adaptación y de innovación para abordar la expansión internacional. “Los directivos y directivas de España tienen la enorme responsabilidad de liderar la internacionalización de las empresas. Directivos con visión global que entiendan y conozcan a los clientes, que sepan generar confianza, ponderar los riesgos y sacar ventaja de las oportunidades que se presentan en los mercados exteriores. En la Asociación Española de Directivos reafirmamos nuestra confianza en los directivos y directivas que deben liderar esta nueva etapa y que han sido capaces de posicionar los productos y servicios españoles en el exterior hasta convertir España en una de las economías mundiales más globales, con las evidentes consecuencias positivas que ello ha tenido para el progreso de nuestra sociedad”, ha indicado Gallego.

Estudio KPMG

En el marco de la cumbre se ha presentado el estudio “Expansión internacional de la empresa española: un nuevo escenario global”, elaborado por KPMG a través de una encuesta a 500 empresas.

Entre las conclusiones más relevantes del estudio cabe destacar que, aunque la actual crisis está afectando a la actividad exterior de las empresas españolas, no está incidiendo en su mentalidad internacional. Así, casi ocho de cada diez directivos encuestados (el 77%) están explorando nuevas oportunidades internacionales a raíz de la COVID-19. En consecuencia, el negocio internacional (que los encuestados consideran menos impactado que el doméstico) previsiblemente ganará cuota en la facturación de las empresas españolas en 2021.

En cuanto a los mercados prioritarios, las empresas se centran en los más cercanos, conocidos y/o consolidados. De esta forma, la Unión Europea será un destino preferente para el 37% de las compañías, seguida muy de cerca por EE. UU. (35%). En el lado contrario, un 25% de los entrevistados esperan replegar su actividad en Reino Unido en los próximos años, una vez el Brexit es un hecho.

La complejidad y la elevada incertidumbre serán las principales características del entorno postCovid en el que las empresas identifican como retos más relevantes las presiones competitivas en el sector (83%), los nuevos hábitos y preferencias de consumo (70%), la transformación digital (65%), el proteccionismo (55%), la sostenibilidad (51%) y la resiliencia del modelo de negocio (49%).

En relación con el apoyo público a la internacionalización, las compañías establecen las mejoras fiscales (48%), el apoyo financiero a la exportación (47%) y la eliminación de obstáculos administrativos (44%) como los campos en los que la Administración debería centrar sus apoyos. Además, casi la mitad (49%) confían en los fondos europeos de recuperación para impulsar su internacionalización.

En [este enlace](#) se puede descargar el estudio completo.



Más información:

Cámara de Comercio de España

Comunicación y marketing

Tfno: 91 590 69 09

C/ Ribera del Loira, 12

28042 - Madrid

AED | Connecting
leaders

CLUB DE
EXPORTADORES
E INVERSORES

Foro de
Marcas Renombradas
Españolas

CEOE
Empresas Españolas

Cámara
de Comercio de España

Síguenos en:

