

Este artículo pertenece al nº7 de la newsletter: **“Proyección exterior de la economía española”**.

Haz clic [aquí](#) para leer la newsletter completa.

## CLUB DE EXPORTADORES E INVERSORES: 25 AÑOS DE APOYO A LA INTERNACIONALIZACIÓN

Por **ANTONIO BONET**, presidente del CLUB DE EXPORTADORES E INVERSORES



*(De izquierda a derecha) Mauro F. Guillén, decano de la CJBS; Balbino Prieto, presidente de honor; Xiana Méndez, secretaria de Estado de Comercio; y Antonio Bonet, presidente del Club.*

En el año 1997 Balbino Prieto, nuestro presidente de honor, tuvo la iniciativa de hablar con una veintena de empresas exportadoras para buscar soluciones a los problemas que tenían en su salida al exterior. Ese fue el origen del Club de Exportadores. El objetivo era mejorar el entorno regulatorio y de apoyos a la internacionalización, facilitar el *networking* y el intercambio de experiencias entre empresas. No se pretendía replicar actividades que otras organizaciones empresariales ya hacían, como por ejemplo organización de misiones comerciales o formación en internacionalización, sino atender otras necesidades que las empresas exportadoras no tenían cubiertas.

El resultado, 25 años después, ha sido positivo, como se pone de manifiesto en el estudio que la empresa especialista en sondeos GAD3 acaba de terminar. Esta empresa ha realizado una encuesta sobre la percepción que se tiene del Club de Exportadores entre socios del Club, Administración Pública y medios de comunicación

No cabe duda de que el sector exterior de la economía española es muy diferente hoy de lo que fue hace 25 años cuando se fundó el Club. Entonces la **exportación de bienes y servicios** suponía el 23% de nuestro PIB; **hoy, el 35%**. El **stock de inversión española** en el exterior se ha **multiplicado por diez** alcanzando casi 500.000 millones de euros, convirtiéndonos en uno de los países del mundo con más inversión directa en el extranjero. España es, en términos relativos, un país más abierto económicamente al exterior que Francia o Italia. Los protagonistas han sido las empresas, pero me gustaría hacer una breve referencia al “granito de arena” que ha aportado el Club.

Más del **90%** de los encuestados en el estudio recién realizado afirman que **el Club ha contribuido a poner en valor la internacionalización**, por ejemplo, a través de iniciativas como los **Premios a la Internacionalización**. Este año celebramos la vigésima edición. En las anteriores hemos premiado a empresas grandes y a pymes de sectores muy diferentes y con estrategias de internacionalización también muy distintas. Por solo mencionar algunos de los premiados e ilustrar estas diferencias, y sin querer quitar méritos a ninguno, citaré a algunas grandes empresas galardonadas como Acciona, Gestamp, Iberdrola, Técnicas Reunidas o Talgo, así como a algunas pymes como González-Byass, Grupo Daniel Alonso o Consultrans. Además, el Club premia todos los años a un funcionario o institución por su trayectoria de apoyo a la internacionalización. En esta categoría podría citar, entre otros, al Programa de Becarios del ICEX, a los trabajadores de ICO, Cesce y Cofides por el especial esfuerzo que realizaron durante la pandemia o a antiguos altos funcionarios como José Manuel Reyero, que fue vicepresidente del ICEX o al Embajador Jose Pedro Sebastián de Erice. Quiero resaltar, además, el apoyo que el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo ha prestado a estos premios desde su primera edición, presidiendo y acompañándonos siempre en la ceremonia de entrega.

El Club se siente orgulloso de haber promovido las **Cumbres de Internacionalización**, a las que desde su primera edición se sumaron la Cámara de España y el Foro de Marcas Renombradas. Nos sentimos muy honrados de haber contado con el respaldo de la Casa Real, que siempre ha apoyado la internacionalización empresarial. De hecho, hemos tenido el honor de contar en la II Cumbre, en el año 2012 con la presencia del entonces Príncipe de Asturias; en la tercera con la de S.M. D. Juan Carlos; y en la cuarta, que celebramos en el año 2020, de nuevo con S.M. el Rey D. Felipe. Este año, en otoño, celebraremos la V Cumbre de Internacionalización.

Uno de nuestros principales objetivos es fomentar el *networking* e intercambio de experiencias, para lo que el Club organiza numerosas actividades, como por ejemplo **desayunos con nuestros embajadores y**

**consejeros comerciales.** Esto lo venimos realizando ininterrumpidamente desde hace casi 20 años, fruto de los acuerdos de colaboración que firmamos con el Ministerio de Asuntos Exteriores y la Secretaría de Estado de Comercio. En el mencionado estudio de GAD3, el 92% de los socios del Club consideran estos encuentros como útiles o muy útiles.

También han servido a este propósito los **Grupos de Trabajo**, propuestos y coordinados por una empresa socio, y de los cuales tenemos ya diez en funcionamiento. Además, han sido y continúan siendo una fuente importante de **propuestas para mejorar el entorno regulatorio y la eficacia de los instrumentos públicos** de apoyo a la internacionalización.

Creo que es justo reconocer que todas estas iniciativas, y otras muchas en las que no hay tiempo para detenerse, fueron ideadas y puestas en marcha por nuestro presidente de honor, cuya labor al frente del Club durante 20 años lo situó como la organización de referencia para la internacionalización de la empresa española. Y no solo en España, sino que también se nos reconoce a nivel europeo: somos vicepresidentes de CITHA, la Asociación Europea de Organizaciones Empresariales, como el Club.

Más recientemente las recomendaciones y propuestas que plantea el Club surgen también del **Comité de Reflexión sobre Internacionalización**, creado en el año 2019. Este Comité ha debatido y aprobado 22 **notas técnicas**, que han sido elaboradas por diferentes expertos provenientes del mundo académico y de las empresas. El 91% de todos los encuestados por GAD3 considera que el Club “es un emisor de propuestas útiles para la internacionalización”.

No quisiera dejar de mencionar nuestra actividad de comunicación, que ha ido creciendo cuantitativa y cualitativamente, tal y como establece nuestro Plan Estratégico. El año pasado, por ejemplo, el Club tuvo 608 impactos en medios. Ello se consiguió gracias a las 23 notas de prensa que emitimos, a 44 declaraciones, 9 entrevistas y 20 artículos publicados. En redes sociales también ha aumentado significativamente el Club su presencia; contamos con 7.100 seguidores en LinkedIn y 7.900 en Twitter.

Antes mencionaba el espectacular crecimiento que el sector exterior ha tenido en estos veinticinco años. De hecho, la exportación de bienes y servicios fue lo que más contribuyó a sacarnos de la anterior crisis económica, la del 2008. La pregunta que ahora nos hacemos es si el sector exterior va a seguir siendo el motor del crecimiento en España.

Para que el sector exterior continúe tirando del carro son necesarias tres condiciones. La primera la tenemos: **empresas con vocación de internacionalización** y permanencia en los mercados. Ya lo han demostrado en estos últimos años y lo continúan haciendo a pesar de la difícil situación creada por la pandemia y la guerra de Ucrania. Pero necesitamos muchas más; en **España sólo hay 59.000 empresas**

que exportan regularmente y de éstas únicamente 25.000 venden al exterior más de 50.000 euros al año.

En segundo lugar, necesitamos un **entorno regulatorio y de políticas económicas que facilite la competitividad internacional** de nuestras empresas. Hoy estamos perdiendo competitividad y no solo por tener una inflación superior a la de nuestros principales competidores, sino porque el elevado déficit y deuda pública que padecemos nos aboca a subidas de impuestos, salvo que se racionalice de forma drástica el gasto público y las pensiones. Además, es imprescindible que se acometan reformas estructurales de largo alcance que simplifiquen la burocracia y el entorno regulatorio, que faciliten que las empresas pequeñas se conviertan en medianas, que el sistema educativo forme a nuestros jóvenes en las competencias y habilidades que necesitan las empresas... Y muchas otras más que no cito por no alargar más este artículo.

Y la tercera condición para tener un sector exterior boyante es contar con **políticas de apoyo a la internacionalización eficientes**. Tenemos instrumentos públicos en temas de formación, promoción e información similares a los de nuestros principales competidores. Somos conscientes del esfuerzo que se ha realizado durante la pandemia. En general estamos satisfechos con lo que nuestras autoridades nos ofrecen, pero hay margen de mejora. En el caso de instrumentos de apoyo financiero, esenciales para hacer negocios en países emergentes, la diferencia con otros países de nuestro entorno es no solo presupuestaria, que lo es y bastante, sino también de agilidad en la gestión en algunos de los instrumentos y de voluntad de utilizarlos en algunos países donde nuestros competidores sí cuentan con apoyo financiero oficial.

El Club de Exportadores tiene vocación de seguir apoyando la internacionalización empresarial y de continuar haciéndolo durante otros veinticinco años. Pero además de seguir haciendo las cosas que hacemos bien, tenemos que adaptarnos a un entorno que está en constante cambio. Así nos lo han indicado nuestros *stakeholders*. Por solo citar uno de los retos, el 34% de los encuestados por GAD3 señalan que el Club “es una institución conservadora y que tiene que adaptarse”. Lo haremos. Para ello contamos con un equipo profesional que lleva dirigiendo desde hace muchos años de forma muy eficiente María Carrasco, nuestra secretaria general. Y contamos con el **apoyo, el tiempo y la dedicación de las empresas socios, grandes y pequeñas**, que son el alma del Club, y por supuesto, de nuestros socios patrocinadores, que este año son Santander, **Enertech, Aon, Ico, Foce, Cesce, Propav y Cofides**. Tendremos que estar muy atentos a los cambios en las tendencias, en los mercados y en las formas de hacer negocios y tendremos que adaptarnos a ello. Nuestro objetivo es que durante todos y cada uno de los próximos veinticinco años nuestros socios sigan considerando, tal como lo manifiestan actualmente el 81% de los mismos, que “el Club es muy útil o bastante útil para la internacionalización”.