

**PARTENARIADOS PUBLICO-PRIVADOS:
FOMENTO DE LA EXPORTACION E INNOVACION
EN PYMEs.
EL CASO DE ESPAÑA**

Antonio Bonet Madurga

**Guatemala, 17 de Noviembre de 2008
Proyecto CEPAL Alianzas Publico-Privadas para
la Innovación y Desarrollo Exportador**

Serrano 20, 4º-I
28001 MADRID
Tel. (+34) 91 435 15 67
Fax (+34) 91 435 01 84
abonet@acecomex.eu
www.acecomex.eu

INDICE

- 1. Situación de Partida y Resultados.**
- 2. La Estrategia de Internacionalización**
- 3. El Sistema Regional: Andalucía**
- 4. “El Como” de las Agencias Públicas**
- 5. Conclusiones**

INDICE

- 1. Situación de Partida y Resultados.**
 - 1.1. Exitosa Apertura al Exterior: 1980-2006**
 - 1.2. Condicionantes Político-Económicos**
- 2. La Estrategia de Internacionalización**
- 3. La Estrategia de Innovacion**
- 4. El Sistema Regional: Andalucía**
- 5. “El Como” de las Agencias Públicas**
- 6. Conclusiones**

1. SITUACION DE PARTIDA Y RESULTADOS

1.1. La Exitosa Apertura al Exterior de España

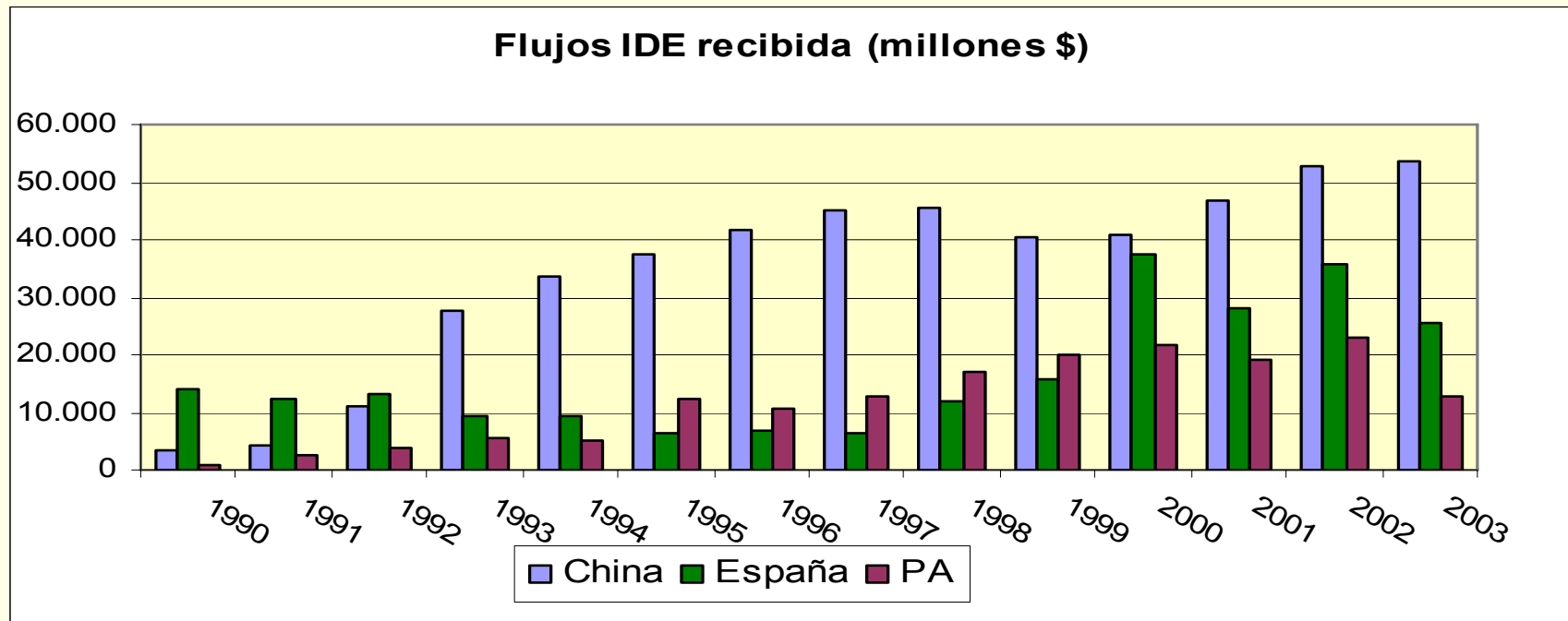
	Exportaciones (millones de euros)	Importaciones (millones de euros)	Grado de apertura bienes y servicios (%) (*1)
1970	1.044	1.833	18,2 %
1980	8.914	13.974	31,9 %
1990	33.994	51.807	30,6 %
2000	126.070	163.847	60,7 %
2004	148.195	200.079	55,3 %
2007	181.479	280.431	60,0%

*1) Grado de apertura en bienes = $X + M$ (balanza pagos) en % del PIB

Fuentes: Elaboración propia a partir de INE, Banco de España, SG de Estudios del Sector Exterior.

1.1. La Exitosa Apertura al Exterior de España

- **Aumenta la participación de España en la IED mundial**
 - **2007 - € 30.000 mill**
 - **- 7º receptor mundial**
- **España recibe mas inversión extranjera que los 11 nuevos socios de la Unión Europea (PA)**



Fuente: S.E. Comercio a partir de datos de la UNCTAD y del Banco de España

1.1. La Exitosa Apertura al Exterior de España

INVERSIONES ESPAÑOLAS EN EL EXTERIOR

AÑOS	INVERSION BRUTA	INVERSION NETA
	Total	Total
1993	1.837	796
1994	4.233	3.113
1995	5.890	2.840
1996	4.956	3.314
1997	10.426	8.996
1998	15.407	12.237
1999	51.344	43.568
2000	60.068	50.792
2001	46.897	42.114
2002	45.342	29.764
2003	30.588	24.766
2004	46.730	42.430
2007	83.835	

Fuente: Ministerio de Comercio e Industria Datos en millones de euros

1.2. Insuficiente Esfuerzo Innovación

1980s 1990s - SITUACION ESTRUCTURAL DEBIL

- Porcentaje de I&D&i en el PIB español muy inferior a media UE
- N° patentes concedidas inferior a media OCDE
- Escasa producción de “papers” y otros docs científicos
- Débil entramado de empresas e instituciones innovadoras
- Escaso interés público por la innovación empresarial

2005 – APROXIMACION A INDICADORES UE PERO TODAVIA LEJOS

- Aplicación en España políticas y directrices UE (Agenda Lisboa)
- Elevada asignación de fondos públicos (pero I&D&i < %pib que otros países)
- Duplicidad instituciones y programas: → Gob. Central vs. CCAA

1.3. Condicionantes Políticos, Económicos y Legales

DESCENTRALIZACION POLITICA Y ADMINISTRATIVA

- 16 CCAA & Gobierno Central
 - **parlamento & poder ejecutivo propios**
 - **duplicidad competencias & gasto público**

UNION EUROPEA

- Miembro desde 1986
- Cesión soberanía: ↓ instrumentos política económica
 - **política comercial, arancel, ZLC, ...**
 - **política monetaria y tipo de cambio**
- Apoyo fondos europeos (0,6-1,2% PIB)

POLITICA MACRO ORTODOXA

- **Inflación, déficit público, déficit exterior,**
- **Estabilidad política & económica**
- **Reformas estructurales**

INDICE

1. Situación de Partida y Resultados.
2. **La Estrategia de Internacionalización**
 - 2.1. El modelo
 - 2.2. Papel de Instituciones Públicas y Privadas
 - 2.3. Relacionamiento Público - Privado
3. El Sistema Regional: Andalucía
4. “El Como” de las Agencias Públicas
5. Conclusiones

2. LA ESTRATEGIA DE INTERNACIONALIZACION

2.1 Modelo (1/2)

- Consenso Nacional (Gobierno, partidos, empresarios, sindicatos)
 - **Objetivos**
 - a) Internacionalización b) Modernización c) Integración en Europa
 - No debate sobre principios, estrategias, ...
 - Proceso para alcanzar consenso no estructurado
- Promoción export. = bien público
- Agencias públicas protagonistas
 - Gestión profesionalizada → no injerencia política en gestión
- Financiación pública: estable, creciente y abundante
 - Dotación anual presupuestos generales

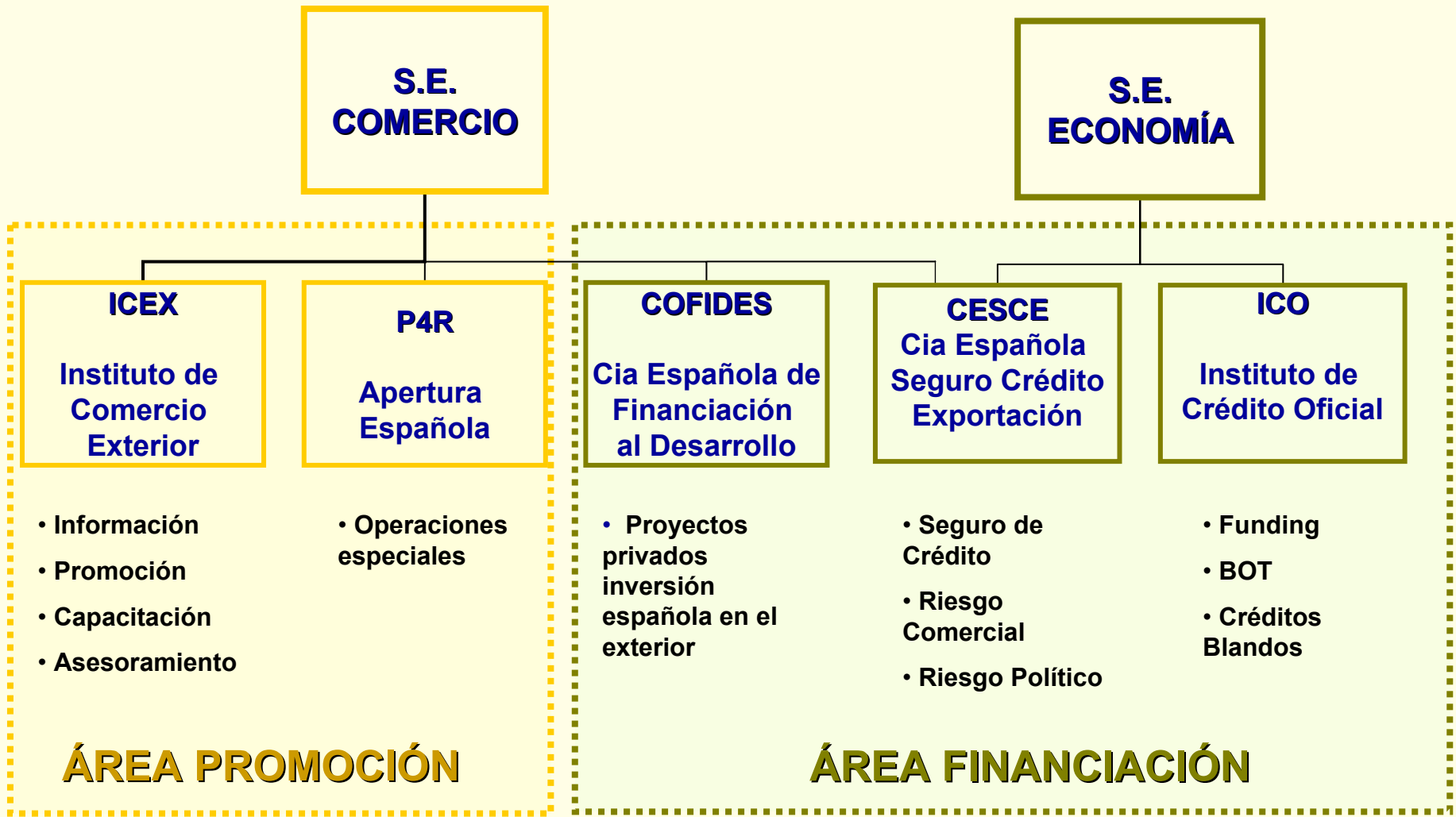
2. LA ESTRATEGIA DE INTERNACIONALIZACION

2.1. El Modelo (2/2)

- Ausencia diseño formal del modelo
 - Mejoras incrementales
 - No **planes estratégicos formales** a medio/largo plazo
 - Diseño instrumentos, medidas, ...
 - Realizado por funcionarios públicos
 - Sector privado acepta, pero apenas tiene iniciativas
- Estrategia
 - **1980s: promoción exportaciones**
 - **1990s: internacionalización** → inversión española en el exterior
→ Calidad presencia en el exterior
- Muy escasa coordinación entre instituciones públicas
- Duplicidad de esfuerzos entre ICEX y agencias CCAA

2. LA ESTRATEGIA DE INTERNACIONALIZACION

2.2. Papel del Sector Público y Privado



2.2. Papel del Sector Público y Privado

El sector privado en España tiene estructuras de apoyo y representación muy consolidadas y bien financiadas

a) Asociaciones Sectoriales

- Membresía voluntaria
- Status reconocido como interlocutor M^o Comercio desde 60s
- Funding: ♦ Cuotas miembros ♦ subvención pública (gob. Central)

b) Cámaras Comercio

- Status legal: institución privada de “utilidad pública”
 - Membresía obligatoria: micro, pymes, grandes empresas
 - 50% presupuesto dedicado a promoción export
- 88 Cámaras locales; 1 Consejo Superior de Cámaras
- Funding ♦ Cuotas miembros (% beneficios) ♦ subvención pública (gob. Central & CCAA)

c) Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE)

- Cúpula de patronales, grandes empresas y CEOE autonómicas
- Lobby: política económica, convenios colectivos, sistema fiscal,
- Funding: ♦ Cuotas miembros ♦ co-financiación actividades (ICEX, AECI, ...)

2.3. Relacionamiento Publico - Privado

- **Entendimiento no escrito sobre el papel de ambos y forma de relacionarse**
 - **Sector público consulta sistemáticamente a principales organizaciones privadas: encuentros formales e informales**
 - **La ejecución de políticas de promoción tiene un marcado carácter sectorial. La participación de las asociaciones y organizaciones privadas en el diseño y ejecución de políticas y planes es muy activa**
 - **No hay diferencias de criterio en temas estratégicos**
 - **Relación es, en general, fluida y fácil..**

2.3. Relacionamiento Publico Privado

- Participan en Consejos de Administración de ICEX, Extenda
- Organizaciones empresariales: think tanks vs. servicios de estudios
 - autores intelectuales de las políticas y estrategias de internacionalización española han sido funcionarios públicos
 - Gremiales han asumido las iniciativas e ideas lanzadas por Admon. Pública
 - Estudios sectoriales, comercio exterior, ...

INDICE

1. Situación de Partida y Resultados.
2. La Estrategia de Internacionalización
- 3. El Sistema Regional: Andalucía**
 - 3.1. Innovación**
 - 3.2. Exportación**
 - 3.3. Relacionamiento Publico-Privado**
4. “El Como” de las Agencias Públicas
5. Conclusiones

3. EL SISTEMA REGIONAL: ANDALUCIA

3.1. Innovación

- Andalucía 1980-2006 → Rápido crecimiento y desarrollo económico
- IFA (Instituto de Fomento de Andalucía) (hasta 2004)
 - Política activa de reparto de subvenciones y ayudas a empresas
 - Para atraer inversión extranjera
 - Para creación de empleo
 - Hospital de empresas en crisis
 - Escaso interés en apoyo a innovación empresarial
 - Ingerencia política
- Política andaluza muy influenciada por directrices UE
 - Fuerte transferencia de fondos UE
 - Cost-sharing
- Creación de infraestructuras de apoyo
 - Parques tecnológicos, incubadoras, ...

3.1. Innovación: Andalucía

- Problemas similares a Gobierno Central y otras CCAA
 - lentitud y burocracia en la gestión,
 - escasa coordinación con otros organismos gobierno central y de Andalucía
 - Apoyos ineficientes para estimular innovación y desarrollo
- Desde 2004: Reorientación política apoyo
 - Creación Consejería Innovación, Ciencia y Empresa
 - Refundación IFA → IDEA
 - Plan de Innovación y Modernización de Andalucía (2006-2010)
 - Plan Andaluz de Investigación, Desarrollo e Innovación (2007-2013)
 - Creación de Corp. Tecnológica de Andalucía
 - Red OTRI
 - Involucración universidades en proceso innovación empresarial
 - Presupuesto: € 300-600 x 10⁶

3.2. Exportacion: Andalucía

3 Planes estratégicos: 98-02, 02-06, 07-10

PLANES ANTIGUOS	PLAN 2007-2010
Énfasis en acciones colectivas	Énfasis en apoyo individual
Programación anual reactiva / no enfocada	Programación anual pro-activa y enfocada; es decir, de carácter sectorial y con objetivos claramente definidos.
Prioridad <ul style="list-style-type: none"> - nº de acciones de promoción (ferias, misiones) - calidad del servicio 	Prioridad <ul style="list-style-type: none"> - calidad del servicio (de las acciones y programas) - resultados de las empresas
Relacion empresa-Extenda: Corto Plazo	Relación empresa-Extenda: Largo Plazo
Acciones y Programas encaminados a facilitar entrada en mercados extranjeros	Acciones encaminadas a consolidar presencia en mercados donde ya hay presencia
Objetivo: ATRAER empresas	Objetivo: RETENER empresas

3.3. Andalucía: Acuerdos Publico-Privados

EL CASO DE ANDALUCIA: “*Acuerdos de Concertación Social*”

- mecanismos de consenso tripartito (Gobierno regional, patronal y sindicatos)
- consensúan las políticas económicas
- se da entrada a las instituciones sindicales y patronales en los órganos de gobierno de empresas e instituciones públicas
 - En Consejo de Administración
 - CEA en IDEA
 - ♦ Cámaras Comercio en EXTENDA
 - En Comisión Seguimiento Plan Estratégico
 - CEA y Sindicatos en EXTENDA
- Planes de Internacionalización de la Empresa Andaluza, PIMA y PAIDI fueron sometidos a la consideración de empresarios y sindicatos

4. “EL COMO” DE LAS AGENCIAS: Promocion Export

	ICEX	EXTENDA
MANDATO	<ul style="list-style-type: none"> - muy especializado: internacionalización - organismo público 	idem
PRODUCTOS Y SERVICIOS	<ul style="list-style-type: none"> - Oficinas en el exterior - Promoción - Información - Capacitación - Asesoramiento 	Idem Productos + sofisticados
RECURSOS FINANCIEROS	<ul style="list-style-type: none"> - Presupuesto anual - Importe predecible y creciente - Cost-sharing actividades con empresas - Presup.: € 200 mill 	Idem Presup.: € 25 mill
PLANIFICACION ESTRATEGICA A LARGO	<ul style="list-style-type: none"> - No 	- 3 planes

4. “EL COMO” DE LAS AGENCIAS: Promocion Export

	ICEX	EXTENDA
PARTICIPACION SECTOR PRIVADO	<ul style="list-style-type: none"> - Consejo de Admon - Diseño & ejecución planes 	idem
EVALUACION RESULTADOS	<ul style="list-style-type: none"> - Solo grado satisfacción cliente 	- Sistema propio en desarrollo
PERSONAL	<ul style="list-style-type: none"> - contrato laboral - sueldo > funcionario y < empresa - estabilidad - profesionalidad - no nombramientos políticos - no extranjeros 	idem
CONTROL, SUPERVISIÓN, TRANSPARENCIA	<ul style="list-style-type: none"> - < rigidez gasto que Ministerios - Contralor público - Tribunal cuentas - Memoria anual desde 2004 	Idem - mucha transparencia e información pública

5. CONCLUSIONES

- Modelo promoción exportaciones muy exitoso
 - Consenso en el modelo: de promoción de export a internacionalización
 - Instituciones públicas eficientes y centro del sistema
 - Instituciones estables y muy profesionalizadas
 - No injerencia política
 - Participación activa sector privado
 - Coordinación deficiente entre Gob Central y CCAA
 - Insuficiente evaluación

MUCHAS GRACIAS

Antonio Bonet Madurga

Presidente

ACE ASESORES DE COMERCIO EXTERIOR S.L.

Serrano 20, 4-I. 28001 MADRID

Tel + 34 91 435 1567

Fax +34 91 435 0184

abonet@acecomex.eu

www.acecomex.eu