

Foro de la empresa española en Alemania

Secretario General de Comercio Exterior
Jueves, 8 de noviembre de 2007
Embajada de España, Berlín

- Es un **honor poder participar** con todos Vds. en este encuentro de empresas españolas en Alemania. Agradecer a la Embajada y a su Oficina Económica y Comercial la iniciativa de organizarlo.
- Las estadísticas del Bundesbank señalan que las **inversiones directas de las empresas españolas en Alemania generan 60.000 puestos de trabajo** en este país. Esta cifra es llamativa y, a la vez, poco conocida. Me alegro, por ello, de poder estar hoy con los directivos de muchas de estas empresas generadoras de tantos puestos de trabajo en Alemania y, a la vez, de tanta actividad inducida para la economía española.
- Un encuentro como el de hoy creo que persigue varios **objetivos**:
 - Por un lado, precisamente **dar a conocer mejor la presencia de empresas españolas** en la economía alemana.
 - Por otro, analizar **cuáles son los retos comunes** a los que se enfrentan las empresas españolas en Alemania.
 - Por último, creo que este foro es una magnífica ocasión para que las propias **empresas españolas se conozcan mejor entre sí**. En países donde la actividad económica se concentra geográficamente es habitual que los empresarios de empresas españolas coincidan en numerosas oportunidades. En Alemania, por el contrario, no sucede esto, tal vez porque la actividad económica está muy repartida por todo el territorio, tal vez porque la inversión española en Alemania está mucho más repartida por sectores y empresas que en otros países.
- Así pues, en esta exposición me gustaría abordar **una serie de temas** que espero tener ocasión de debatir con Vds a lo largo de esta mañana:
 - En primer lugar, cuáles son las **tendencias actuales de la inversión directa española en el exterior**, sus determinantes y el **caso especial de Alemania** en el contexto de la inversión en la UE.
 - A continuación conviene preguntarse sobre las **implicaciones de esta inversión**, en especial para una economía como la española, que arroja un elevado déficit exterior.
 - Por último, me gustaría hacer mención al **papel de la Secretaría de Estado de Turismo y Comercio** para ayudar a hacer frente a estos retos.
- En todo el análisis **me referiré sólo a la inversión directa**, la que está ligada a la gestión de las empresas, no a la inversión en cartera.

La inversión española en el exterior

- La inversión española en el exterior es un **fenómeno relativamente novedoso**. Si comparamos el volumen total de inversión directa emitida por España (es decir el **stock**) con el total del PIB anual, se observa muy claramente el **rápido proceso de internacionalización** que han llevado a cabo las empresas españolas.

- Así, **hace 15 años**, el **stock de inversión directa** que las empresas españolas mantenían en el exterior, apenas llegaba al **9% del PIB** español, mientras que el **stock recibido era del 18%** del PIB anual.
- Se inicia entonces, **a mitad de los años 90**, un **intensísimo proceso de inversión directa**, inicialmente en **Latinoamérica** y posteriormente en **Europa**. Hasta tal punto que **desde el año 2000**, el **stock total exterior acumulado por las empresas españolas supera ya al recibido por España**.
- Los últimos datos disponibles, los de **2006**, nos indican que el **stock de inversión directa emitida** por España se sitúa ya en el **42% del PIB** español, comparado con el **recibido**, que se cifra en el **36%** del PIB.
- Para hacernos una composición de lugar, conviene ver lo que ocurre en otros países de nuestro entorno. Así, constatamos que estas cifras nos sitúan por delante de socios como Italia (20% y 16%) y Alemania (35% y 17%), y en posición muy parecida a la de Francia (48% y 35%). Solamente en Gran Bretaña el stock de inversión tendría una importancia relativa claramente mayor (63% y 48%).

¿Por qué han invertido tanto las empresas españolas en el exterior?

- Podríamos destacar, al menos, **cuatro causas**:
 1. Primero, porque en determinados sectores, cada vez más, las empresas españolas cuentan con **productos, servicios y know-how empresarial que son rentables y se pueden explotar en otras regiones** del mundo.
 2. Segundo, porque se han visto **forzadas a ganar tamaño para poder competir** en el propio mercado español y europeo, e internacionalmente.
 3. Tercero, porque **han surgido oportunidades concretas**, que han sabido aprovechar.
 4. Cuarto, porque las empresas **han encontrado financiación** para su proceso de expansión.
- Veamos estas cuatro causas con algo más de detenimiento.
 1. Primero, porque disponen de **un know-how específico que puede explotarse con éxito en muchas partes del mundo**. En España se han producido cambios estructurales de gran calado en algunos sectores como el de las **telecomunicaciones, la energía o el sistema financiero**. No es casualidad que las **primeras multinacionales españolas hayan surgido allí donde más intensa ha sido y está siendo la competencia en el mercado nacional**. Las reformas internas, la apertura a la competencia, la ruptura de monopolios y la privatización de empresas ha liberado enormes fuerzas competitivas, lo que precisamente ha permitido a los ganadores desarrollar un *know how* empresarial que ahora explotan con éxito en muchas regiones del mundo. A estos sectores están siguiendo en la actualidad otros: **inmobiliario, hoteles, logística, construcción y gestión de infraestructuras**. El reto actual, como luego veremos, es el de extender estos cambios a muchos otros sectores del ámbito de la industria, la tecnología y determinados servicios.
 2. El segundo motivo que citaba era el de la **necesidad de ganar tamaño** a medida que el mercado español se va liberalizando. La inversión en el exterior tiene no sólo un componente de expansión empresarial, sino también un componente de **estrategia empresarial frente a la competencia, defensivo en cierto modo**. En sectores sometidos a grandes procesos de concentración (banca, energía, telecomunicaciones, farmacia, automoción, químico), es importante no quedarse a la zaga, sino ganar tamaño, conseguir economías de escala y ser así más competitivo.

3. Tercera causa, la **existencia de oportunidades**. El intenso fenómeno de **inversión en Hispanoamérica** desde mediados de los años 90, estuvo ligado, sin duda, a la **apertura** de este continente **en sectores tales como los servicios básicos urbanos, la energía, las telecomunicaciones o el sistema financiero**. En 1998, la inversión española en Latinoamérica superó a la de EEUU situándonos durante varios años como primer inversor en la región.

Este flujo, sin embargo, se estabiliza en los años posteriores. **Desde el año 2003 la Unión Europea vuelve a ser el principal destino** de la inversión española, tendencia que se ha intensificado desde entonces, en especial concentrada en la **UE-15**. Así, **desde 2001 dos tercios de la inversión directa española ha ido dirigida a estos países**.

Con todo ello, si en 2003 el **stock de inversión española en la UE** suponía un 46% del total, **en el año 2006 ya suponía el 60%**. La importancia relativa - que no absoluta - de otras regiones como Latinoamérica y EEUU ha descendido.

Este proceso es natural, pues supone un reequilibrio geográfico en la cartera exterior de inversión directa. Esta evolución **refleja, además, la capacidad de la empresa española para competir en los mercados más competitivos**.

Por completar este apartado de las oportunidades, creo que es necesario, reconocer que **han existido y siguen existiendo oportunidades en otras regiones del mundo, donde la empresa española está infrarrepresentada** en comparación con otros países de su entorno. Es el caso, por ejemplo, de Europa del Este o el Sudeste Asiático.

4. Cuarto motivo, por último, el de **la financiación**. En efecto, todo este proceso inversor no hubiera sido posible sin un adecuado respaldo financiero. Es evidente que **la economía española se ha beneficiado enormemente de la creación del euro** para poder acudir al mercado financiero y realizar emisiones de bonos, colocaciones de acciones o captar préstamos bancarios que facilitaban a las empresas los recursos para invertir en otros países del mundo con la rapidez con la que lo han hecho.

En este sentido, resulta muy llamativo, que una economía con un déficit exterior tan elevado como la española haya podido seguir invirtiendo en el exterior de forma tan intensa como lo ha hecho. Así pues, **a pesar de que la economía española en su conjunto necesita ahorro externo para financiar nuestra superior inversión, nuestras empresas han financiado también al resto del mundo**. Esto no hubiera sido posible sin un mercado financiero tan profundo y eficiente como lo ha sido el de la zona euro desde su creación. El euro ha permitido captar financiación a tipos bajos en una zona estable y sin riesgo de tipo de cambio, que ha servido para invertir en zonas de mayor volatilidad pero también mayor rentabilidad esperada.

El resultado de todo esto, no es sólo que el stock de inversión directa haya crecido tan notablemente como antes he señalado, sino que **desde 2005 las rentas de la inversión directa española en el exterior (es decir los beneficios repatriados) superan a las rentas que las empresas extranjeras transfieren a sus matrices fuera de España**. Entre 2000 y 2006 se ha pasado de arrojar un saldo negativo en rentas de 2.000 millones de euros a un saldo positivo de rentas por ese mismo importe.

Esto es importante, porque precisamente **estas rentas son una forma adicional de financiación de la economía española**. Se ha invertido mucho, ciertamente, pero se obtienen resultados positivos que revierten a la larga en la economía española.

- La inversión directa de España en Alemania **ha crecido rápidamente**. Si hasta 1998 dicha inversión – en stock – era prácticamente testimonial (500 millones de euros), **en 2005 alcanzaba ya la cifra de 16.600 millones de euros**, según el Bundesbank.
- Llama la atención en el caso de la inversión española en Alemania su **elevada diversificación sectorial** en comparación con otros destinos: se observa una menor proporción de inversiones en algunos sectores clásicos de la inversión española como la banca, la energía o la gestión de infraestructuras.
- En cambio, se registra una **mayor proporción de inversión de empresas industriales**, precisamente en aquellos sectores en los que Alemania cuenta con una gran tradición productiva: automoción, máquina herramienta, metalurgia o química, por ejemplo. Así, **en los cinco últimos años, más de 1/3 de la inversión española en Alemania se ha realizado en el sector industrial**, frente a porcentajes mucho más reducidos en la UE-15 (13%) y en el total mundial (15%).
- Podríamos citar algunas **posibles causas** de por qué ha aumentado la inversión española en Alemania, que se unen a las causas generales que ya hemos analizado previamente.
 - En primer lugar, hay que reconocer que **Alemania ha realizado notables avances para crear un entorno empresarial más atractivo**. En especial hay que señalar que Alemania es el **único país de la UE que ha conseguido en estos últimos 5 años reducir los costes laborales unitarios**, tanto mediante contención de los salarios como por aumento de la productividad. Si tradicionalmente se decía que la inversión de empresas en Alemania era una cuestión de prestigio para demostrar que pueden competir en el mercado alemán, lo cierto es que cada vez está resultando más interesante dada la evolución de estos costes salariales, que se unen a muchas otras razones de sobra conocidas para incentivar la atracción de empresas.
 - En segundo lugar, la inversión en Alemania tiene también que ver con **el enorme auge de las exportaciones alemanas** de estos últimos años. Alemania viene siendo el **primer país exportador del mundo**, y precisa suministrarse de componentes. No en vano el principal capítulo de la exportación española a Alemania es el de los bienes semielaborados que se incorporan en los procesos industriales.
 - La **integración de los nuevos socios de la UE** ha otorgado a Alemania un carácter de centralidad y la consideración de plataforma potencial de acceso a los mismos. Muchas empresas españolas del sector industrial pueden, desde Alemania, acceder al mercado de Europa Central y Oriental.
 - Paradójicamente, la **crisis económica de los años anteriores también ha podido tener efectos positivos en la inversión extranjera**. Así la difícil situación de muchas empresas alemanas a finales de los noventa ha promovido la aparición de fondos de capital-riesgo y de *private equity* extranjeros en Alemania. Asimismo, la crisis inmobiliaria que sufrió este país desde mediados de los noventa aumentó el interés por el mercado alemán en muchas empresas inmobiliarias españolas que querían diversificar su cartera.

Implicaciones y retos

- A continuación me gustaría resumir, muy brevemente, cuáles podrían ser los **retos principales** a los que se enfrenta la inversión española en el exterior. Algunos se deducen del propio análisis que ya hemos hecho. De forma muy resumida, podríamos decir que los mayores retos son tres:

- **Diversificación geográfica:** una vez reequilibrado el peso entre la inversión en Latinoamérica y en la UE, es muy necesario incentivar la presencia en terceros mercados.
- **Diversificación sectorial:** a los sectores tradicionales de la inversión conviene ir integrando nuevos sectores con enorme potencial.
- **Contribución a la financiación exterior de España.** Ya hemos citado la contribución que la IDE está teniendo a nuestra financiación. No podemos más que felicitarnos y esperar que este proceso siga afianzándose en los últimos años, esperando que las decisiones de inversión se dirijan precisamente a aquéllos mercados y sectores que más pueden contribuir a esta finalidad.

El papel de la Secretaría de Estado y de la Secretaría General de Comercio Exterior

- Para terminar me gustaría resumir de forma muy breve qué **instrumentos y planes existen en la actualidad** para hacer frente a estos retos que hemos mencionado.
- Para **reforzar la presencia española en países especialmente dinámicos**, la Secretaría de Estado definió una serie de **Planes Integrales de Desarrollo de Mercado** en países con alto potencial de crecimiento donde la presencia española era menor de la esperable. (*China, EE.UU, India, Japón, Rusia, Marruecos, Argelia, Turquía, Brasil, México y Corea del Sur*). Estos destinos se sitúan fuera de la Unión Europea y para ello se están reforzando todos los medios de promoción que la Administración Comercial española pone a disposición de las empresas.
- Para **diversificar los sectores** de la inversión se están acometiendo planes macrosectoriales por parte del ICEX, entre los que destacaría el **Plan de Promoción de la Tecnología**, que trata de elevar, con una perspectiva de largo y medio plazo, el contenido tecnológico de la oferta exportable de bienes y servicios.
- Hay que seguir **eliminando barreras al comercio, pero también a la inversión**. Desde la Secretaría General de Comercio Exterior trabajamos para defender los intereses de las empresas españolas en las **negociaciones que la Unión Europea mantiene para concluir acuerdos comerciales y de inversiones** con nuevas áreas: el mediterráneo, los países del Golfo, Mercosur, Centroamérica, la Comunidad Andina, ASEAN, India y Corea. Se trata de **facilitar el acceso de nuestras empresas** a esos mercados.
- Obviamente, en el caso de **Alemania y del resto de países de la UE no existen aranceles ni restricciones a la inversión, pero puede haber determinadas regulaciones que constituyan barreras** contrarias al derecho comunitario. De ahí que la Secretaría de Estado de Turismo y Comercio mantenga con la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE) desde el año 1993 un proyecto de colaboración denominado "LÍNEA ABIERTA PARA LA IDENTIFICACIÓN DE PROBLEMAS DE LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS EN EL MERCADO ÚNICO EUROPEO". Trata de recoger información sobre los principales problemas que, aún dentro del Mercado Único europeo, obstaculizan la actividad de las empresas españolas, así como promover su solución en colaboración con las autoridades competentes de las Administraciones nacionales o comunitarias. La Secretaría General es, en este sentido, especialmente a través de las Oficinas Económicas y Comerciales en Alemania, el punto de contacto de la Administración comercial para la comunicación de cualquier tipo de regulación que pueda impedir la efectiva aplicación del Mercado Interior Único.
- Pero hay también un objetivo y una estrategia que tiene claras implicaciones positivas para impulsar la internacionalización de nuestras empresas, que es un reto importante al

que todos estamos llamados a contribuir y es el de **reforzar la imagen de España**, en este caso en el mercado alemán.

- Preparando este foro he tenido ocasión de leer una **encuesta** interesante que revela hasta qué punto es difícil conseguir una imagen España acorde con la realidad. En este estudio realizado por una agencia de comunicación alemana se preguntaba a una muestra de 500 personas en Alemania qué productos comprarían a una empresa española y cuáles no. No era sorprendente que entre los productos más fácilmente citados fueran los clásicos de la alimentación, vinos, moda, etc. Llama la atención que no se valorara a los productos españoles precisamente en algunos de los sectores en que empresas españolas figuran entre los líderes de mercado en Alemania.
- En efecto, **conseguir que España goce en el exterior de una imagen ajustada a la realidad, cerrar esa brecha existente entre la percepción y la realidad, es un reto que nos afecta a todos** y al que todos debemos contribuir **desde el sector público y el privado**, con el que mantenemos **vías importantes de colaboración** en este sentido, como en el marco del Foro de Marcas Renombradas Españolas.
- Sólo me queda **agradecerles la contribución** que sus empresas hacen en un mercado tan competitivo y relevante como el alemán a **transmitir de forma ejemplar la imagen de España y de sus bienes y servicios**, y **animarles a seguir haciéndolo** de la mejor manera posible, que es **mediante el éxito de sus proyectos e iniciativas en este mercado**, para el que les reitero todo el apoyo que podamos ofrecerles.

Muchas gracias.