

Liderar  
Defender  
Impulsar  
Promover



**Informe  
Internacional**

**CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES  
IMPACTO DE LA PANDEMIA SOBRE LOS  
SECTORES DE LA ECONOMÍA ESPAÑOLA EN  
EL ÁMBITO INTERNACIONAL**

## ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	2
2. CONCLUSIONES.....	2
3. RECOMENDACIONES .....	6

## 1. INTRODUCCIÓN

A lo largo del mes de octubre de 2020, desde el departamento de CEOE Internacional se ha llevado a cabo una ronda de reuniones con los representantes de los principales sectores de la economía española para analizar el impacto de la pandemia de la COVID-19 en el ámbito internacional.

## 2. CONCLUSIONES

De las reuniones mantenidas con las organizaciones representantes de los principales sectores de la economía española se extraen las siguientes conclusiones:

### **Conclusiones generales**

La pérdida de actividad económica motivada por la paralización de las economías como consecuencia de los confinamientos, la escasez de suministro de determinados productos, así como la imposición de restricciones al comercio y la movilidad internacional, ha perjudicado considerablemente la internacionalización de la economía española.

El estallido de la crisis sanitaria ha acelerado tendencias preexistentes a la pandemia tales como los proteccionismos, las tensiones comerciales internacionales y la digitalización de la economía.

El sector exterior ha sido uno de los pilares de la economía que más se ha resentido durante la pandemia. En concreto, se observa un importante descenso del valor de las exportaciones y de la actividad internacional durante los meses de marzo, abril y mayo. Durante los últimos meses del año, las exportaciones están experimentando una considerable recuperación, aunque no sea de una magnitud suficiente para compensar la pérdida de actividad de los meses más duros de la pandemia.

No todos los sectores se han visto perjudicados en la misma medida. Con carácter general, aquellas industrias y actividades orientadas a la producción y comercialización de bienes y equipos esenciales han registrado un menor descenso en la actividad exportadora. Por el contrario, los sectores, cuya producción no está relacionada ni puede ser adaptada a la fabricación de productos esenciales son los que han registrado un mayor deterioro en las exportaciones. Asimismo, sectores de productos intermedios muy intensivos en capital también han tenido dificultades por la fuerte caída de producción internacional en sectores industriales tractores.

Numerosos sectores están percibiendo una creciente competencia. En terceros mercados, nuestras empresas se están enfrentando a una cada vez más intensa competencia desleal de empresas públicas, o en su defecto de empresas privadas respaldadas por el sector público, cuyas ventajosas condiciones de financiación son difíciles de igualar. En el mercado interior, se detecta un incremento de la

competencia de empresas extranjeras, que no cumplen los estándares europeos y nacionales. Por último, tanto en algunos países de la Unión Europea como en determinados países de la vecindad, la competencia ha aumentado como resultado de las políticas industriales y medidas de apoyo a las empresas adoptadas por estos países.

Por último, varios sectores han expresado su preocupación ante el inminente fin del periodo transitorio entre la Unión Europea y el Reino Unido, el próximo 31 de diciembre, y el limitado progreso en las negociaciones comerciales, por la incertidumbre que esta situación genera entre las empresas que exportan y operan en el Reino Unido. Al mismo tiempo, se manifestó cómo la firma de nuevos acuerdos comerciales entre el Reino Unido y terceros países puede ocasionar un incremento de la competencia para las empresas españolas en el mercado británico.

### **Conclusiones específicas**

Se han identificado un conjunto de retos que es necesario afrontar de cara a la recuperación de la internacionalización y de la economía en su conjunto.

#### **➤ Imagen España**

La imagen España no influye en muchos sectores industriales, que disponen de una reconocida reputación internacional por la calidad de sus productos y servicios. Sin embargo, un posible deterioro de la imagen España podría tener a medio y largo plazo un impacto negativo en las empresas, sobre todo en los países más alejados de nuestro entorno cultural.

#### **➤ Movilidad internacional**

A pesar de que la digitalización ha logrado facilitar las relaciones comerciales, las limitaciones a la movilidad internacional suponen un importante obstáculo a la actividad exterior de las empresas.

Así, se ha observado una creciente dificultad para mantener las relaciones comerciales, en especial por parte de las empresas que operan en mercados internacionales donde el trato personal juega un papel fundamental en las relaciones con el cliente, como puede ser el mercado latinoamericano donde la empresa española tiene una fuerte presencia. Esta falta de contacto implica un serio riesgo de pérdida de cuota de mercado, sobre todo frente a las empresas de los países vecinos de la región que, a pesar de la peor calidad de sus productos o servicios, logran importantes éxitos comerciales en detrimento de la posición ventajosa adquirida por la empresa española.

En esta misma línea, las restricciones a la movilidad internacional han ocasionado retrasos en el mercado de contratación pública y paralizado temporalmente la entrega de proyectos. No obstante, también es preciso señalar que estos

inconvenientes no han impedido de forma significativa la continuidad de las operaciones y contratos cerrados con anterioridad a la pandemia. En cambio, la falta de movilidad sí está limitando en gran medida la nueva contratación, amenazando la continuidad de la presencia española en terceros mercados.

➤ **Cadenas globales de valor**

A pesar del debate existente sobre la relocalización y reducción de dependencia de las cadenas globales de suministro, con el objetivo de fortalecer su resiliencia, no hemos constatado que se hayan producido interrupciones en el suministro de bienes, más allá de los ocasionados como resultado del súbito incremento en la demanda de bienes esenciales, de la adopción de medidas proteccionistas, de las dificultades logísticas o del cierre de fronteras.

Sin embargo, se ha observado una intensificación en el acortamiento de determinadas cadenas de valor hacia el cliente final como resultado del proceso de transformación tecnológica. En concreto, se observa que algunos eslabones intermedios de la cadena de comercialización han quedado desplazados por una creciente aproximación entre los fabricantes y clientes finales, motivado por la digitalización de los procesos de comercialización.

Otro aspecto en el que han hecho hincapié algunos sectores es la necesidad de garantizar el suministro de materias primas críticas, que resultan fundamentales para la producción de ciertos bienes y equipos.

➤ **Digitalización, promoción comercial y procedimientos administrativos**

Los avances logrados en la digitalización de algunos procedimientos de exportación durante la pandemia no solo no deben ser revertidos sino ser potenciados y extendidos a otras tramitaciones burocráticas, como la legalización de documentos.

Por otro lado, las organizaciones empresariales han tenido que llevar a cabo un rápido proceso de transformación digital de su actividad, con el fin de adaptarse al nuevo paradigma digital y poder continuar operando en su actividad. Las actividades de promoción comercial (ferias, misiones) han tenido que ser rediseñadas a través de soluciones digitales creativas que permitan tanto a las organizaciones empresariales como a las empresas continuar con la labor de promoción. En este sentido, se ha detectado la importancia de propiciar un intercambio de buenas prácticas entre las organizaciones empresariales que permitan maximizar los usos y beneficios de las nuevas tecnologías.

➤ **Promoción comercial**

El cambio del contexto coyuntural internacional debe llevarnos a replantearnos seriamente las medidas de apoyo a la internacionalización, cuyo objetivo tradicional ha consistido en ampliar la base exportadora. Si bien este último objetivo debe

mantenerse, no menos cierto es que la pandemia ha acelerado una serie de fenómenos preexistentes a la crisis sanitaria que están transformando de manera radical el entorno competitivo de los mercados internacionales, que amenaza la cuota de mercado que mantienen las empresas en el exterior.

Por ello, resulta prioritario aumentar el presupuesto dedicado a la internacionalización de la empresa, flexibilizar los criterios de los planes sectoriales, suspender la aplicación del criterio de temporalidad, así como valorar nuevas formas de apoyo a la internacionalización, entre otras medidas.

De forma paralela, se ha manifestado la importancia de reactivar y modernizar los consorcios de exportadores, como medio para facilitar la entrada de las PYMEs en mercados internacionales.

➤ **Seguros de crédito a la exportación**

Varios sectores han constatado la creciente dificultad para asegurar operaciones en el exterior.

### 3. RECOMENDACIONES

Partiendo de las conclusiones, recomendamos:

1. Reestablecer la movilidad internacional es imprescindible, no solo para la reactivación económica, sino para el mantenimiento de antiguos y captación de nuevos clientes, así como la obtención de nuevos pedidos y proyectos. Es prioritario reestablecer una movilidad internacional segura, adoptando criterios comunes entre los países y sustituyendo las cuarentenas por test.
2. Reforzar la red exterior de Oficinas Económicas y Comerciales mediante el aumento de recursos humanos y su especialización, con el objetivo de mejorar la prestación de servicios orientados a facilitar el acceso de las empresas a los mercados.
3. Incrementar la dotación presupuestaria destinada a la internacionalización de la empresa española, siempre y cuando se traslade a la empresa, mediante la potenciación de los instrumentos de apoyo a la internacionalización y los planes sectoriales de ICEX.
4. Considerar la posibilidad de desarrollar campañas de imagen adaptadas a las necesidades concretas de los sectores, así como a los mercados y clientes a los que van orientados.
5. Flexibilizar los criterios y reducir las cargas administrativas de los planes sectoriales, así como mantener, en lo que a su ejecución se refiere, un enfoque más abierto en cuanto a la propuesta y desarrollo de nuevas iniciativas encaminadas a impulsar la internacionalización de las empresas.

Entre los criterios que deben modificarse, hay que mencionar el de la temporalidad que limita la prestación de ayudas a empresas para la asistencia a ferias durante un máximo de cinco años.

Por último, y dado que una parte importante del presupuesto de los planes sectoriales no ha podido ser desembolsado este año por la pandemia, se propone que los remanentes sean trasladados al próximo ejercicio.

6. Reactivar y modernizar el programa de consorcio de exportadores, que permite la agrupación de empresas complementarias y compartir gastos comunes entre las empresas, reduciendo así los costes de la internacionalización.
7. Evitar cualquier modalidad de relocalización forzosa de las cadenas de suministro, que han demostrado su resiliencia y flexibilidad al cambio y que no haría más que dañar la competitividad de las empresas españolas; fomentar la

diversificación por medio de la red de acuerdos comerciales vigentes; y promover que los sectores y empresas realicen procesos de evaluación interna para medir su grado de resiliencia.

8. Mantener e impulsar la digitalización para agilizar los procedimientos vinculados a la importación y exportación de bienes (aduanas, certificaciones de exportación y legalización de documentos, entre otros) y para fomentar la comercialización de productos y servicios en el exterior (plataformas digitales, *market places*, encuentros B2B o prueba de productos virtual, entre otros), por ejemplo, por un intercambio de buenas experiencias y talleres de formación.
9. Potenciar la vigilancia de mercado con el fin de que nuestras empresas no queden expuestas en el mercado interior a la competencia desleal de las empresas extranjeras que no cumplen los estándares de la Unión Europea, y garantizar una correcta aplicación de los acuerdos comerciales vigentes.
10. Realizar un seguimiento continuo de los acuerdos que el Reino Unido suscriba con terceros países con el fin de identificar posibles amenazas y oportunidades para el tejido empresarial español.