empresa global

nº 153 Julio-Agosto 2015 4 €

Australia

en el «top ten» de países donde más fácil es hacer negocios

II Cumbre UE - CELAC

hacia una alianza estratégica para el siglo XXI

¿Es irreversible el proceso de internacionalización?

Empresas

cómo seleccionar el mejor mercado en el exterior

9 771578 345008 00153

ACTUALIDAD JURÍDICA-FISCAL

Estatutos tipo para las Sociedades de Responsabilidad Limitada

GESTIÓN EMPRESARIAL

El mapa de riesgos financieros

FINANZAS PERSONALES

La incertidumbre se mantiene en el bloque emergente pese a la cautela de la Fed

Empresa Global
N° 153 (julio-agosto 2015)

EDITA
Afi Escuela de Finanzas Aplicadas
C/ Españoleto, 19-23. 28010 Madrid
Tel.: 91 520 01 50/80/66 • Fax: 91 520 01 49
E-mail: ediciones@afi.es • www.afi.es/egafi

DIRECTOR Javier Paredes

COORDINACIÓN DE REDACCIÓN Verónica López Sabater

COLABORAN EN ESTE NÚMERO
Pablo Aumente, David Cano, Ana Domínguez, Virginia González, Pablo Guijarro, Mauro Guillén, José Antonio Herce, Verónica López, Juan Navarro, Emilio Ontiveros y Cristina Ortega.

CONSEJO ASESOR
Ángel Berges Lobera
Afi y Universidad Autónoma de Madrid
José María Castellano Ríos
Universidad de A Coruña
Carlos Egea Krauel
Banco Mare Nostrum
José Luis Fernández Pérez
Tecnología, Información y Finanzas. Afi y Universidad Autónoma de Madrid
José Luis García Delgado
Universidad Complutense de Madrid
José Manuel González Páramo
BBVA e IESE
Emilio Ontiveros Baeza
Afi y Universidad Autónoma de Madrid
Álvaro Rodríguez Bereijo
Universidad Autónoma de Madrid
Vicente Salas Fumás
Universidad de Zaragoza y Banco de España
Ignacio Santillana del Barrio
Grupo Santillana Editorial y Universidad Autónoma de Madrid
Juan Soto Serrano
ExPresidente de *Hewlett Packard*
Francisco José Valero López
Afi y Universidad Autónoma de Madrid
Mauro Guillén Rodríguez
Wharton School of Business
Luis Viceira Alguacil
Harvard Business School
José Antonio Herce San Miguel
Afi y Universidad Complutense de Madrid
Javier Santiso
Telefónica y ESADE Business School

PUBLICIDAD Tel.: 91 520 01 66. Fax: 91 520 01 49

PORTADA hof12

DISEÑO GRÁFICO Y PRODUCCIÓN
Valle González Manzanas, Nuria Pérez Navarro y Daniel Sánchez Casado

La editorial Afi Escuela de Finanzas Aplicadas, a los efectos previstos en el artículo 32.1, párrafo segundo del vigente TRLPI, se opone expresamente a que cualquiera de las páginas de Empresa Global, o partes de ellas, sean utilizadas para la realización de revistas de prensa.

Cualquier acto de explotación (reproducción, distribución, comunicación pública, puesta a disposición, etc.) de la totalidad o parte de las páginas de Empresa Global, precisará de la oportuna autorización, que será concedida por CEDRO

Editorial

Preparando la «rentrée»

En estos primeros compases del verano, concluido el curso escolar y con los parlamentos y gobiernos nacionales preparando las maletas para iniciar sus vacaciones, si la crisis griega no lo impide claro está, son momentos propicios para la celebración de foros y reuniones, dirigidas a acercar posturas y preparar las negociaciones y actuaciones para la «rentrée».

Una de esas cumbres fue la celebrada el pasado 10 y 11 de junio en Bruselas entre la Unión Europea y la Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños (CELAC), asociación que agrupa treinta y tres Estados de la región de América Latina y el Caribe y supone el 8,8% del PIB mundial. Como era de esperar, los resultados concretos del encuentro fueron limitados. Se abordaron diversas cuestiones, entre otras la necesidad de luchar contra el cambio climático y, en el terreno político, para valorar positivamente la normalización de las relaciones entre EEUU y Cuba. La única medida concreta adoptada, que por cierto fue aprobada antes del inicio de la cumbre, fue la concesión, por parte de la UE, de una ayuda de 118 millones de euros para el desarrollo de las empresas de la región.

Dicho esto y aun cuando los resultados de este encuentro se antojen limitados, como es habitual por otro lado en otras citas internacionales como las del G7, G8 o G20, lo cierto es que traducen el interés mutuo por estrechar las relaciones bi-regionales y favorecer un clima propicio para su desarrollo. A este respecto, baste recordar que la UE vende a los países de la CELAC el 6,5% de sus exportaciones y adquiere de estos mismos países cerca del 6% de sus compras. Junto a ello, Bruselas tiene acuerdos comerciales preferentes con México y Chile y un proceso de negociaciones abierto con el Mercosur, cuyo objetivo es liberalizar los intercambios comerciales bilaterales. Todo ello, junto con las dudas que planean sobre el crecimiento de la región para este 2015 y en especial para algunas de sus economías más representativas, como Brasil, justifican que Empresa Global haya querido aprovechar la celebración de la reciente cumbre UE-CELAC para analizar las relaciones bilaterales entre UE y las economías latinoamericanas y valorar el proceso multilateral emprendido entre ambas regiones.

En junio también se celebró otra cumbre, que tuvo probablemente menos repercusión mediática que la anterior, pero que seguramente resulte mucho más cercana para las empresas españolas y para nuestros lectores. Se trata de la III Cumbre de Internacionalización, organizada por la Cámara de Comercio de España, el Foro de Marcas Renombradas Españolas, el Club de Exportadores e Inversores y la Asociación Española de Directivos. La presente edición de Empresa Global dedica un artículo a analizar las principales conclusiones de este evento y, en particular, las intervenciones de sus protagonistas las empresas. Completan este número, entre otros artículos, la entrevista a la Asociación Nacional de Empresas Náuticas (ANEM) y el análisis de Australia, una economía que ha sabido sortear los efectos de las crisis de manera admirable, como evidencia una tasa media de crecimiento a lo largo de los últimos años del 3%, y que ofrece indudables oportunidades para nuestras empresas, a pesar de los más de 15.000 km que nos separan de este país ::

:: INTERNACIONAL ::

INFORME PAÍS

Australia está en el «top ten» de países donde es más fácil hacer negocios

Situado entre el Océano Pacífico y el Índico, Australia cuenta con una población de cerca de 22 millones de habitantes. Su estabilidad política y económica, así como su posición geográfica le convierten en una buena plataforma para hacer negocios en Asia y Oceanía.

Pag. 3

TEMA DEL MES

II Cumbre UE - CELAC: hacia una alianza estratégica para el siglo XXI

La Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños (CELAC) está formada por treinta y tres Estados de la región de América Latina y el Caribe. La CELAC junto con la Unión Europea reúnen a sesenta y un países, ocho miembros del G-20 y acogen a más de mil millones de personas.

Pag. 8

OBSERVATORIO EXTERIOR

¿Es irreversible el proceso de internacionalización?

El estancamiento del mercado español como consecuencia de la crisis ha acentuado la salida al exterior de muchas empresas nacionales. Con ello también surgen dudas sobre la irreversibilidad de los cambios y ajustes experimentados por el tejido empresarial español y, en general, por nuestra estructura económica.

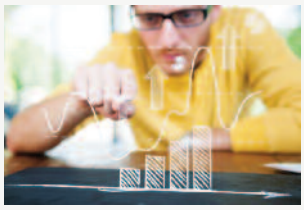
Pag. 12

ESCUELA DE COMERCIO EXTERIOR

Empresas: cómo seleccionar el mejor mercado en el exterior

El incremento de la competencia a nivel más local lleva a muchas empresas a plantearse su expansión hacia los mercados internacionales, donde poder satisfacer la demanda de nuevos consumidores. Surge así el desafío de seleccionar mercados donde la empresa pueda maximizar su potencial internacional.

Pag. 16



:: EMPRESAS ::

EXPERIENCIAS DE INTERNACIONALIZACIÓN

«Imagen e innovación son los factores más estratégicos para la internacionalización de la náutica española»

La Asociación Nacional de Empresas Náuticas (ANEN) fue creada hace nueve años y cuenta entre sus asociados con la mayoría de las empresas y organizaciones del sector empresarial e industrial de la náutica de recreo que operan en España.

Pag. 27

GESTIÓN EMPRESARIAL

El mapa de riesgos financieros

En los últimos trimestres, la elevada volatilidad de los mercados financieros, y en particular del mercado de divisas, ha vuelto a poner de manifiesto la necesidad de detectar correctamente las vertientes de afloración del riesgo en la empresa multinacional. Analizamos con detalle la utilidad y soporte que ofrece el mapa de riesgos financieros en este ámbito.

Pag. 32

ACTUALIDAD JURÍDICA-FISCAL

Estatutos tipo para las sociedades de responsabilidad limitada

Pag. 35

:: FINANZAS ::

FINANZAS PERSONALES

La incertidumbre se mantiene en el bloque emergente pese a la cautela de la Fed

El principal factor que está agregando incertidumbre es la falta de acuerdo entre Grecia y sus acreedores. La posibilidad de que el país heleno salga del área euro es ya una realidad. Fuera del ámbito más político, la senda de endurecimiento de condiciones monetarias de la Fed es el otro foco de riesgo relevante.

Pag. 22

ESTRATEGIA GLOBAL

Banca y obsolescencia

MAURO GUILLÉN

Pag. 20

MERCADOS FINANCIEROS

Recuperación del precio de la vivienda

DAVID CANO

Pag. 25

HOMO OECONOMICUS

Financiación autonómica: ideas para un año electoral

JOSÉ ANTONIO HERCE

Pag. 30

PASEO GLOBAL

Huérfanos de PTF

EMILIO ONTIVEROS

Pag. 37

Australia está en el «top ten» de países donde es más fácil hacer negocios

Situado entre el Océano Pacífico y el Índico, Australia cuenta con una población de cerca de 22 millones de habitantes. El país figura entre las más sólidas de las economías avanzadas pertenecientes a la OCDE. Su estabilidad política y económica, así como su posición geográfica le convierten en una buena plataforma para hacer negocios en Asia y Oceanía.

Cristina Ortega

Australia se configura bajo la forma de una democracia federal parlamentaria. Desde septiembre de 2013, gobierna en el país la coalición Liberal-Nacional con Tony Abbot como primer ministro. Actualmente la presidencia de Abbot no se encuentra muy apoyada por el conjunto de la esfera política australiana, incluyendo a miembros de su partido. Los índices de satisfacción de la población en relación al gobierno, extraídos por las encuestas, han sido relativamente bajos desde la puesta en marcha de un austero programa fiscal en mayo de 2014. Muchos liberales del actual gobierno, basándose en dichos resultados, han acusado al primer ministro de esa pérdida de popularidad del partido. El *Economist Intelligence Unit* (EIU) contempla la posibilidad de que Abbott sea reemplazado como primer ministro por el actual ministro de comunicaciones, Malcolm Turnbull a lo largo de 2015, esto implicaría el adelanto de las elecciones federales primarias, previstas para finales de 2016. Por su parte, la oposición, constituida por el partido laborista, con Bill Shorten como líder, se encuentra en el deber de transmitir disciplina y unidad de partido, puesto que, en los últimos años, el partido laborista se ha visto fragmentado en numerosas ocasiones.

La coalición Liberal-Nacional ganó un apoyo sustancial para gobernar tras la derogación del impopular impuesto sobre el carbono y el impuesto de

[iStock]/Thinkstock.

Sede del Parlamento, Canberra.

la renta de recursos minerales. en 2014. Sin embargo, el Senado se resiste a desmantelar estas iniciativas, implementadas por el anterior gobierno en un programa para combatir el cambio climático. Por otro lado, la política medioambiental es probable que continúe siendo un importante elemento del debate político. El compromiso por la restitución del impuesto al carbono anunciado por el partido laborista, en caso de ganar las próximas elecciones, constituye un aliciente adicional al debate político en materia medioambiental.

En la dimensión de política exterior, el gobierno de Abbott ha intentado sostener el equilibrio entre el mantenimiento de una estrecha relación política con EEUU y el fortalecimiento de los lazos económicos con China, el mayor socio comercial de

Nombre oficial:

Australia

Superficie: 7.682.300 km²

Capital: Canberra

Situación geográfica: En Oceanía, situado entre el océano Índico y el sur del océano Pacífico.

Clima: Generalmente árido. Templado en el sur y este del país. Tropical en el norte.

Divisiones Administrativas: 8 provincias: New South Wales, Victoria, Queensland, Western Australia, South Australia, Tasmania, Australian Capital y Northern Territory.

Esperanza de vida: 82,07 años

Sistema político: Monarquía constitucional con sistema de gobierno parlamentario.

Idiomas: Inglés.

Moneda: Dólar australiano (AUD).

Fuente: *The World Factbook*.

PRINCIPALES INDICADORES MACROECONÓMICOS

	2011	2012	2013	2014	2015(p)	2016(p)
Crecimiento real del PIB (%)	2,7	3,6	2,1	2,7	2,9	3,1
Inflación anual (final de año; %)	3,0	2,2	2,7	1,7	2,5	2,7
Tasa de desempleo (promedio; %)	5,1	5,2	5,6	6,1	6,1	5,8
Saldo presupuestario (% PIB)	-3,6	-3,0	-1,3	-3,3	-2,8	-2,0
Deuda Pública Neta (% PIB)	28,0	31,8	33,1	36,3	38,6	39,3

p: previsión

Fuente: *Economist Intelligence Unit*.

Australia. Asimismo, se encuentran en marcha negociaciones para el establecimiento de acuerdos de libre comercio con Japón, China, India, Malasia y Corea del Sur. El país ya ha ratificado tratados de libre comercio con Estados Unidos, Nueva Zelanda, el Consejo de Cooperación del Golfo, Indonesia o Singapur. Sin embargo, aún no se ha implantado un acuerdo comercial con la Unión Europea.

En este contexto, y fruto de las regulaciones de prevención del lavado de dinero y financiación del terrorismo, el país se encuentra inmerso en un debate acerca de las fuertes limitaciones impuestas a las empresas de servicios de transferencia de remesas –en un país en el que un tercio de la población es inmigrante y usuaria recurrente de estos servicios para enviar recursos a sus países de origen.

Evolución de la economía

Australia figura entre las más sólidas de las economías OCDE. En 2014, la economía australiana registró un crecimiento del PIB del 2,7%. Los datos correspondientes al cuarto trimestre de ese mismo año muestran un crecimiento cuatrimestral del PIB real del 0,5% y del 2,5% anual. Cabe mencionar que se produjo una notable expansión durante el primer cuatrimestre de 2014, consecuencia de un incremento de las exportaciones de bienes y servicios. No obstante, esta tendencia se vio ligeramente debilitada durante el transcurso del año, debido a la disminución del precio a la exportación del mineral de hierro y carbón.

El sector más dinámico ha sido tradicionalmente el minero. Australia ofrece abundantes recursos, mano de obra capacitada y tecnología punta, lo cual contribuye a su liderazgo en la industria minera global. Se encuentra entre los mayores productores de bauxita, mineral de hierro y zinc, níquel y oro, y también es importante proveedor de energía, incluyendo carbón, gas natural y uranio. A todo ello contribuye la gran competitividad de las empresas australianas en toda la cadena de abastecimiento, incluyendo la exploración, la ingeniería, el procesado, el manejo del medioambiente, la seguridad e I+D. Sin embargo, y a pesar de su mayor dinamismo relativo, el fuerte crecimiento de la actividad minera parece haber alcanzado su nivel máximo y la contribución al crecimiento económico ha sido decreciente en los últimos años, motivado por la reducción del precio de las materias primas y el aumento de los costes de producción.

Para 2015, de acuerdo con las estimaciones realizadas por el EIU, la situación anémica del mercado laboral australiano junto con un crecimiento débil de los salarios (1,5% en 2014), frenará el crecimiento del consumo privado. Sin embargo, los incrementos en los precios de la vivienda y las altas tasas de ahorro registradas por las familias facilitarán un mayor nivel de consumo privado para el pe-

ríodo 2016-2019. Por otro lado, el nivel de inversión bruta, que ha potenciado la economía en los últimos años, se ha contraído en un 2,1% en 2014. Para 2019, el EIU estima que se recuperará gradualmente hasta registrar unas tasas de crecimiento en torno al 1,2%, principalmente consecuencia del repunte de los precios de las materias primas y de un incremento esperado de los incentivos a la inversión en el sector minero.

Con todo, la tasa de crecimiento del PIB para el período 2015-19 podría situarse en el 2,8%, reflejando el desarrollo del sector minero que se encuentra inmerso en su apertura comercial al exterior.

La inflación cerró 2014 en el 1,7% y, de acuerdo con EIU, podría aumentar hasta el 2,5% al cierre de 2015, manteniéndose dentro del rango objetivo del Banco de la Reserva de Australia del 2% - 3%. Esta aceleración de la inflación esperada queda justificada por la actual expansión del mercado inmobiliario y por la depreciación esperada del dólar australiano.

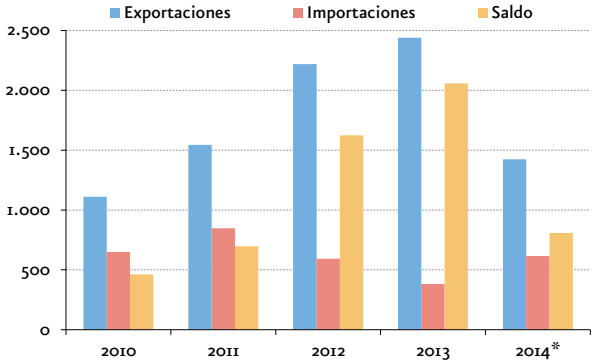
En cuanto al sector exterior, la balanza comercial cerró en negativo en el ejercicio 2014 (-11% PIB) en comparación con el saldo positivo registrado en 2013 (4,4%). Según las previsiones del EIU, se espera que el saldo por cuenta corriente se mantenga deficitario para el período 2016-2019. La ya señalada expectativa de depreciación del dólar australiano ayudará a la expansión de las exportaciones de servicios. Sin embargo, dada la elevada proporción de las exportaciones dirigidas a China, existe un notable riesgo en el caso de producirse una ralentización de la economía china.

Relaciones económicas hispano-australianas

Australia y España mantienen buenas relaciones político-comerciales. La balanza comercial hispano-australiana es superavitaria para España y arrojó en 2014 un saldo positivo cercano a los 809 millones de euros. Un superávit que, no obstante, se ha reducido y se sitúa en mínimos del último trienio.

Balanza comercial hispano-australiana

(millones de euros)



* Datos provisionales 2014.

Fuente: *Afi a partir de Datacomex.*

«RATING» DEUDA SOBERANA - LARGO PLAZO

Calificación - julio 2015	Moody's	S & P
Australia	Aaa	AAAu
España	Baa2	BBB

NOTAS:

Moody's: de menor a mayor riesgo

L.P.: Aaa, Aa (1,2,3), A (1,2,3), Baa (1,2,3), Ba (1,2,3), B (1,2,3), Caa, Ca. C.P.: P-1, P-2, P-3, Not Prime.

S.&P: de menor a mayor riesgo

AAA , AA(+,-), A(+,-), BBB(+,-), BB(+,-), B(+,-), CCC(+,-), CC, C

España exportó mercancías a Australia por valor de 1.425 millones de euros el año pasado (un 42% menos que en 2013), refiriéndose estas ventas principalmente a vehículos automóviles y tractores (22,77% del total), productos farmacéuticos (18,69%) y máquinas y aparatos mecánicos (10,50%). En los cuatro primeros meses de 2015, dichas exportaciones se situaron cerca de los 684 millones de euros.

Las importaciones españolas procedentes de Australia totalizaron 615,7 millones de euros en 2014. En concreto, los minerales, escorias y cenizas (respondieron por el 32,74% del total de las compras al mercado australiano durante ese año); los combustibles y aceites minerales (15,45%); y los barcos y embarcaciones (14,85%), constituyeron las principales partidas adquiridas por empresas españolas a

proveedores australianos. ella entre los meses de enero y abril de 2015 el valor de las importaciones española rondó los de 166 millones de euros.

En relación a la inversión directa de España (IED) en Australia, el flujo de inversión bruta en operaciones no «etve»(de tenencia de valores) se situó en los 48,6 millones de euros durante el ejercicio 2014. De este total, un 85,5% se destinó a inversiones en servicios financieros (exceptuando los seguros y los fondos de pensiones) y otro 6,03% a la extracción de crudo de petróleo y gas natural. No obstante, dicha inversión fue un 43% inferior a la recibida en 2013. Más recientemente, en el primer trimestre de 2015, las empresas españolas realizaron inversiones directas en el mercado australiano por un valor cercano a los 2 millones de euros.

El flujo inverso, de IED australiana en España, ha sido mucho menos significativo en 2013 y 2014 que el registrado 2012, cuando superó los 81 millones de euros; situándose en los 1,9 y 4,6 millones de euros en 2013 y 2014, respectivamente. Un 60% de la inversión directa de empresas australianas en España en 2014 fue dirigida a actividades de I+D y otro 30% al sector educativo. Mientras, en los tres primeros meses de 2015 no se contabilizó inversión alguna.

Entorno de negocios en Australia

De acuerdo con el Informe Mundial de Inversiones 2014 elaborado por la Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD), Australia fue el octavo principal receptor mundial de inversión extranjera directa (IED) en 2013, habiendo recibido cerca de 49.000 millones de dólares en inversiones. No obstante, el flujo de entrada de inversiones en el mercado australiano cayó un 12,5% en relación con 2012.

Con todo, el entorno de negocios de Australia es excelente (calificación «A1» según Coface) y de acuerdo con el Índice de Libertad Económica 2015, elaborado por *Heritage Foundation*, es la cuarta economía más libre de un total de 178 consideradas. El régimen australiano para la inversión extranjera puede definirse, en general, como transparente y abierto, dotando de seguridad al desarrollo de actividades empresariales en el país.

Adicionalmente, según la clasificación del *Doing Business* 2015, elaborada por el Banco Mundial, Australia se sitúa en el décimo puesto entre los países en los que resulta más fácil hacer negocios. En este sentido, los factores que obtienen mayor puntuación son la sencillez para la apertura de una empresa y el acceso a financiación.

Según el Índice de Restricciones Regulatorias a la Inversión Extranjera Directa publicado por la OECD en 2015, el mercado australiano ofrece un entorno favorable para la entrada de inversiones extranjeras, siendo muy reducidas las restricciones a la participación de capital foráneo en los distintos sectores de actividad.

Oportunidades de negocio para la empresa española

La estabilidad política y económica de Australia, así como su posición geográfica, le convierten en una buena plataforma para hacer negocios en Asia y Oceanía. Posee enormes recursos naturales y una amplia oferta productiva, dotada a su vez de ventajas fiscales y jurídicas para la inversión extranjera.

Las relaciones bilaterales entre la Unión Europea y Australia se rigen por el Marco de Asociación UE - Australia de 2008 cuyo objetivo es facilitar el comercio entre ambas regiones. Uno de los principales programas de ayudas a los que se pueden acoger los inversores extranjeros es el *Major Project Facilitation* (MPF), con el objetivo de incentivar la industria enfocada a la innovación, la competitividad y la exportación.

Actualmente, Australia ofrece buenas oportunidades de negocio en el sector agroalimentario, sobre todo en los productos orgánicos y en los segmentos *gourmet*. Dentro del sector de bienes de

consumo, productos como la cerámica decorativa, moda deportiva y calzado, muebles de diseño, accesorios de baño, embarcaciones de recreo, productos de belleza, material de imprenta y textil-confección, son los que ofrecen más posibilidades para el comercio y la inversión.

Por otro lado, como consecuencia del agotamiento de la capacidad del sector industrial, existen oportunidades de negocio derivadas de las exportaciones de maquinaria, bienes de equipo y tecnología de apoyo al proceso productivo. Asimismo, existe potencial comercial para la maquinaria agrícola, el material eléctrico y electrónico, los equipos de telecomunicaciones y componentes de automóviles. Dado el tradicional dinamismo del sector minero en Australia, también resulta de interés para las empresas españolas el suministro de maquinaria empleada en las actividades mineras.

Por su parte, el sector medioambiental, sobre todo en lo relativo a energías renovables y tratamiento de agua, ofrece unas buenas perspectivas de desarrollo y generación de negocio en el mercado australiano. Las oportunidades en esta área estarían ligadas tanto a la construcción de infraestructuras como al suministro de maquinaria y equipos. Finalmente, cabe destacar el potencial que presentan otras actividades innovadoras y de alto valor añadido como son la biotecnología, nanotecnología, telecomunicaciones y tecnologías de la información ::

PRINCIPALES CAPÍTULOS EXPORTADOS POR ESPAÑA A AUSTRALIA (2014)

Cap.	Productos	Miles euros	% Total
85	Vehículos automóviles; tractor	324.348,72	22,77
30	Productos farmacéuticos	266.284,80	18,69
84	Máquinas y aparatos mecánicos	149.543,29	10,50
99	Conjunt. de otros productos	73.219,93	5,14
73	Manuf. de fundic., hier./acero	70.207,62	4,93
85	Aparatos y material eléctricos	66.258,40	4,65
15	Grasas, aceite animal o vegetal	60.155,96	4,22
40	Caucho y sus manufacturas	39.378,86	2,76
33	Aceites esenciales; perfumes	34.565,93	2,43
39	Materiales plásticos	31.484,22	2,21
	Subtotal	1.115.447,74	78,30
	Total exportaciones	**1.424.511,81**	**100,00**

Fuente: *ESTACOM y Afi*.

PRINCIPALES CAPÍTULOS IMPORTADOS POR ESPAÑA DESDE AUSTRALIA (2014)

Cap.	Productos	Miles euros	% Total
26	Minerales, escorias y cenizas	201.607,01	32,74
27	Combustibles, aceites mineral.	95.117,62	15,45
89	Barcos y embarcaciones	91.449,52	14,85
30	Productos farmacéuticos	48.522,43	7,88
75	Níquel y sus manufacturas	39.330,72	6,39
8	Frutas /frutos, s/ conservar	33.745,22	5,48
85	Aparatos y material eléctricos	28.503,73	4,63
48	Papel, cartón; sus manufactura	15.368,51	2,50
84	Máquinas y aparatos mecánicos	13.668,52	2,22
12	Semillas y plantas	5.603,93	0,91
	Subtotal	572.917,21	93,04
	Total importaciones	**615.744,73**	**100,00**

Fuente: *ESTACOM y Afi*.

II Cumbre UE - CELAC: hacia una alianza estratégica para el siglo XXI

La Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños (CELAC) está formada por treinta y tres Estados de la región de América Latina y el Caribe, englobando países de habla española, portuguesa, francesa, inglesa y holandesa. La CELAC junto con la Unión Europea reúnen a sesenta y un países (casi la tercera parte los miembros de Naciones Unidas), ocho miembros del G-20 y acogen a más de mil millones de personas (15% de la población mundial). La UE es el primer inversor extranjero en la región de la CELAC y su segundo socio comercial. Con estos antecedentes, pasamos a analizar los contenidos y compromisos de la II Cumbre UE-CELAC, celebrada en Bruselas los días 10 y 11 de junio, con el tema «Modelar nuestro futuro común: trabajar por unas sociedades prósperas, cohesivas y sostenibles para nuestros ciudadanos».

Verónica López Sabater

La Unión Europea (UE) y América Latina y el Caribe han disfrutado de relaciones privilegiadas desde la primera Cumbre birregional celebrada en Río de Janeiro (Brasil) en 1999, que estableció una alianza estratégica entre ambas regiones, ligadas por fuertes lazos históricos, culturales y económicos.

La CELAC fue fundada en 2010 como una nueva organización política de toda la región latinoamericana y del Caribe, constituyéndose en la nueva contraparte de la UE. Es un mecanismo regional para el diálogo político y la cooperación, que comprende treinta y tres países procedentes de la unión del Grupo de Río[1] y las Cumbres de América Latina y el Caribe (CALC).

Desde enero de 2013 –fecha de la primera cumbre UE - CELAC y séptima cumbre UE-ALC[2]– se celebran cumbres bienales como la que ahora destacamos, además de reuniones periódicas de

[iStock]/Thinkstock.

funcionarios y diálogos sobre temas e iniciativas específicas, como las siguientes:

• Iniciativa conjunta en Investigación e Innovación, que busca la inclusión social y la sostenibilidad a través de la ciencia, la investigación, la tecnología y la innovación.

TESORERÍA EMPRESAS

SI SU EMPRESA FUNCIONA COMO UN RELOJ, OBTENGA MÁS RENDIMIENTO

RENTABILIDAD PARA SUS PUNTAS DE TESORERÍA CON DISPONIBILIDAD INMEDIATA

DEPÓSITO ÁGIL
• Desde solo 6.000,00 €
• Usted elige y dispone de plazos de inversión entre 1 y 30 días
• 100% del capital invertido garantizado
• Sin comisión de cancelación
• Con tipos de interés muy atractivos, variables en función del plazo

UNIFOND DINERO, FI
• Inversión mínima: 170,00 €, con aportaciones posteriores sin límite
• Sin comisiones de ningún tipo por suscripción o reembolso
• Disponibilidad inmediata

Unicaja

• El Diálogo Estructurado UE-CELAC sobre Migraciones, que provee un marco para el intercambio de buenas prácticas y la construcción de capacidades que ayudan a afrontar los retos de la migración birregional.

• El Mecanismo de Coordinación y Cooperación UE-CELAC sobre Drogas, que facilita una estructura de diálogo político que busca contribuir a solucionar el problema de la droga como reflejo de la corresponsabilidad de todos los países en este asunto.

El tema central de la II Cumbre UE-CELAC celebrada este año en Bruselas fue «modelar nuestro futuro común: trabajar por unas sociedades prósperas, cohesionadas y sostenibles para nuestros ciudadanos», que produjo una declaración conjunta de «Asociación para la próxima generación».

Acuerdos políticos y comerciales

La UE es el principal socio de desarrollo de la región de América Latina, su segundo mayor socio comercial (después de China y en el mismo nivel que Estados Unidos) y su primer inversor extranjero. La UE ha concluido acuerdos comerciales con 26 de los 33 países miembros de la CELAC: los países miembros del Mercosur (Argentina, Brasil, Paraguay, Uruguay, Venezuela), Cuba y Bolivia todavía no cuentan con acuerdos comerciales con la UE. En paralelo, la UE se encuentra negociando acuerdos subregionales con Centroamérica, el Caribe, la Comunidad Andina y Mercosur.

El carácter económico de la relación birregional se ha intensificado en los últimos diez años. La UE está ligada a la mayoría de los países caribeños no miembros de la UE[3] a través de un Acuerdo de Alianza Económica (*Economic Partnership Agreement*). Además, estableció zonas de libre comercio con México y Chile desde el 2000 y 2005 respectivamente, en plena vigencia hoy.

Un día después de la Cumbre UE-CELAC tuvo lugar la VII Cumbre UE-México, primera bilateral desde 2012, que concluyó con un acuerdo para impulsar una asociación estratégica más fuerte y estrecha mediante: (i) el inicio de un proceso de negociaciones para modernizar el acuerdo global bilateral y reforzar la asociación estratégica; y (ii) el fortalecimiento del diálogo político en relación a las cuestiones mundiales y regionales de interés común (el cambio climático y el medio ambiente, la agenda post 2015 para el desarrollo sostenible, las operaciones en materia de seguridad y mantenimiento de la paz, el problema mundial de la droga, la lucha contra la delincuencia internacional organizada y la migración). También en paralelo tuvo lugar la Cumbre UE-CARIFORUM (jefes de Estado y de Gobierno del Foro del Caribe).

Por su parte, el acuerdo de Asociación con Colombia y Perú –solución intermedia en el marco de las negociaciones interrumpidas con la Comunidad Andina de Nacionales (CAN)– se ha aplicado provisionalmente desde 2013. Fruto de este acuerdo, colombianos y peruanos que deseen viajar a cualquier país de la Unión Europea, para una estadía no mayor a 90 días, podrán hacerlo solo con su pasaporte, sin necesidad de tramitar con anterioridad la visa *Schengen*, a partir de finales de este año.

Ecuador firmó su Protocolo de Adhesión a este acuerdo entre la UE y Colombia y Perú en diciembre de 2014. Por su parte, Centroamérica y la Unión Europea están aplicando provisionalmente una zona de libre comercio desde 2013. En relación a esta región, se celebró la Cumbre de los Estados Miembros del Sistema de Integración Centroamericana (SICA) y la UE, fruto de la cual fue emitido un comunicado conjunto que destacó, entre otros, (i) la llamada a los Estados Miembros de la UE que aún no han ratificado el Acuerdo de Asociación a que culminen el proceso – entre tanto, se encuentra en vigor desde mayo de 2014 el Acuerdo de diálogo político y cooperación entre la UE y Centroamérica; (ii) el ánimo de avanzar en una Unión Aduanera centroamericana; y (iii) la

TESORERÍA EMPRESAS

SI SU EMPRESA FUNCIONA COMO UN RELOJ, OBTENGA MÁS RENDIMIENTO

RENTABILIDAD PARA SUS PUNTAS DE TESORERÍA CON DISPONIBILIDAD INMEDIATA

DEPÓSITO ÁGIL
• Desde solo 6.000,00 €
• Usted elige y dispone de plazos de inversión entre 1 y 30 días
• 100% del capital invertido garantizado
• Sin comisión de cancelación
• Con tipos de interés muy atractivos, variables en función del plazo

UNIFOND DINERO, FI
• Inversión mínima: 170,00 €, con aportaciones posteriores sin límite
• Sin comisiones de ningún tipo por suscripción o reembolso
• Disponibilidad inmediata

Unicaja

Ámbitos del Plan de Acción UE-CELAC

- Ciencia, investigación, innovación y tecnología.
- Desarrollo sostenible, medioambiente, cambio climático, biodiversidad, energía (trabajo en función de los resultados de la COP21[4]).
- Integración regional e interconectividad para fomentar la integración y cohesión social.
- Migración.
- Educación y empleo para fomentar la integración y cohesión sociales.
- El problema mundial de la droga.
- Cuestiones de género
- Inversiones y espíritu empresarial con vistas a un desarrollo sostenible.
- Educación superior.
- Seguridad ciudadana.

Fuente: *Afi*.

invitación a los Estados Miembros de la UE a participar como socios extra regionales en el Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE), brazo financiero de la región.

Mientras tanto, continúan las negociaciones para una zona de libre comercio con el Mercosur, iniciadas en 1999, interrumpidas en 2004 y reanudadas en 2010, totalizando doce rondas de negociación (la última celebrada en octubre de 2012). Las dos partes buscan ultimar un acuerdo de asociación equilibrado, global y ambicioso a corto plazo.

Destaca asimismo el inicio y avance de las negociaciones sobre un acuerdo histórico de diálogo político y cooperación con Cuba.

Algunas cifras de interés

En 2013, el PIB de la UE ascendió a 13,5 billones de euros y representó el 17,5% del PIB mundial, mientras que el correspondiente al conjunto de los países de la CELAC alcanzó los 4,6 billones de euros (8,8% PIB mundial). Brasil y México se configuran como las mayores economías (3,1% y 2% del PIB mundial respectivamente) y los países más poblados (203 y 125 millones de habitantes respectivamente) del conjunto de las dos regiones. Las siguientes posiciones en cuanto a población las ocupan Alemania (82 millones), Francia (65 millones) y Reino Unido (64 millones).

En 2014 el PIB aumentó 0,9% en la zona euro y un 1,4% en el conjunto de la UE, mientras que en América Latina y el Caribe apenas alcanzó el 0,8%, con tendencias divergentes en la región como señalábamos el mes pasado en esta misma sección de la revista.

El comercio de mercancías entre la UE y América Latina y el Caribe casi se duplicó en los últimos diez años, llegando a 209.200 millones de euros en 2014 y representando un 6,2% del comercio total de la UE. Por su parte, el comercio de servicios ascendió a 72.200 millones de euros.

En la década 2004-2014 el peso de las exportaciones de la UE a la CELAC aumentó del 5,4% al 6,5%, mientras que el de los países CELAC en las importaciones de la UE se ha mantenido estable en torno al 5,9%. Los principales rubros de exportación de la UE a la CELAC son maquinaria, equipos de transporte y productos químicos; y por el lado de las importaciones destacan los productos agrícolas y las materias primas.

La inversión directa (IED) de la UE en los países de la CELAC superó el medio billón de euros en 2013, esto es, el 10,3% de la totalidad de la IED europea y más de un tercio de la inversión que ingresa en la CELAC. Los principales receptores de dicha inversión son Brasil y México, siendo la UE el principal inversor en Chile, Argentina, Brasil, Bolivia y Venezuela. En sentido inverso, las inversiones de la CELAC en la UE en 2013 ascendieron a 213.000 millones de euros, el 42,9% procedente de Brasil y el 16,7% de México.

Plan de acción UE-CELAC

La II Cumbre UE-CELAC concluyó con la firma de un Plan de Acción que recoge las principales prio-

TESORERÍA EMPRESAS

SI SU EMPRESA FUNCIONA COMO UN RELOJ, OBTENGA MÁS RENDIMIENTO

RENTABILIDAD PARA SUS PUNTAS DE TESORERÍA CON DISPONIBILIDAD INMEDIATA

DEPÓSITO ÁGIL
- Desde solo 6.000,00 €
- Usted elige y dispone de plazos de inversión entre 1 y 30 días
- 100% del capital invertido garantizado
- Sin comisión de cancelación
- Con tipos de interés muy atractivos, variables en función del plazo

UNIFOND DINERO, FI
- Inversión mínima: 170,00 €, con aportaciones posteriores sin límite
- Sin comisiones de ningún tipo por suscripción o reembolso
- Disponibilidad inmediata

Unicaja

ridades de sendos bloques económicos enmarcadas en diez ámbitos de actuación, orientados a los ciudadanos en relación con la innovación para el crecimiento sostenible, la educación, la seguridad y el cambio climático.

La próxima cumbre se celebrará en 2017 en el país que ocupe ese año la presidencia pro tempore de la CELAC, que durante el semestre enero-junio de 2015 la ha ejercido Rafael Correa, presidente de Ecuador ::

---

[1] El Mecanismo Permanente de Consulta y Concertación Política, conocido como Grupo de Río, fue un mecanismo que efectuó reuniones anuales entre los jefes de Estado y de Gobierno de los países firmantes de América Latina y el Caribe. En la XXI Cumbre, llamada «Cumbre de la unidad de América Latina y el Caribe», celebrada los días 22 y 23 de febrero del 2010 en Playa del Carmen (México), se decidió la creación de un nuevo organismo denominado Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños (CELAC) que heredaría los cometidos del Grupo de Río.

[2] Celebrada en Santiago de Chile y centrada en la colaboración en materia comercial y a la promoción de las inversiones con calidad social y ambiental.

[3] Las Islas Georgias del Sur y Sandwich del Sur (territorio británico de ultramar) y la Guyana francesa forman parte de la UE.

[4] Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático en París, prevista entre los días 30 de noviembre al 11 de diciembre de 2015.

TESORERÍA EMPRESAS

SI SU EMPRESA FUNCIONA COMO UN RELOJ, OBTENGA MÁS RENDIMIENTO

RENTABILIDAD PARA SUS PUNTAS DE TESORERÍA CON DISPONIBILIDAD INMEDIATA

DEPÓSITO ÁGIL

- Desde solo 6.000,00 €
- Usted elige y dispone de plazos de inversión entre 1 y 30 días
- 100% del capital invertido garantizado
- Sin comisión de cancelación
- Con tipos de interés muy atractivos, variables en función del plazo

UNIFOND DINERO, FI

- Inversión mínima: 170,00 €, con aportaciones posteriores sin límite
- Sin comisiones de ningún tipo por suscripción o reembolso
- Disponibilidad inmediata

Unicaja

¿Es irreversible el proceso de internacionalización?

El estancamiento del mercado español como consecuencia de la crisis ha acentuado la salida al exterior de muchas empresas nacionales. Con ello también surgen dudas sobre la irreversibilidad de los cambios y ajustes experimentados por el tejido empresarial español y, en general, por nuestra estructura económica. Autoridades y empresarios tanto del universo pyme como de grandes compañías españolas internacionalizadas han aportado su propia visión en la III Cumbre de Internacionalización celebrada el pasado mes de junio. Recogemos en este Observatorio sus percepciones.

Ana Domínguez

El debate sobre el carácter estructural o coyuntural del proceso de internacionalización emprendido por el tejido empresarial español fue abordado en la III Cumbre de Internacionalización, celebrada el pasado 11 de junio en Madrid y organizada por la Cámara de Comercio de España, el Foro de Marcas Renombradas Españolas, el Club de Exportadores e Inversores y la Asociación Española de Directivos.

En la inauguración de la Cumbre, la vicepresidenta del Gobierno, Soraya Sáenz de Santamaría, destacó el importante proceso de aprendizaje emprendido por el sector empresarial español, siendo hoy este «más dinámico y estando más preparado que hace cinco años». Ha sido notable el incremento de las empresas exportadoras regulares y de las pymes que han iniciado su internacionalización en los últimos años. Actualmente la contribución de las exportaciones españolas al PIB se sitúa en el 34% (sólo superada por Alemania, entre las grandes economías desarrolladas principales socias comerciales de nuestro país) y España es el décimo primer país con un mayor volumen de inversión directa en el exterior (IED). Estos avances no pueden difuminarse en el actual contexto de crecimiento doméstico y «la internacionalización tiene que ser y es un proceso irreversible», tal como manifestaba la vicepresidenta

[iStock]/Thinkstock.

del Gobierno, quien también apelaba a que «las empresas no deben renunciar a exportar, ya que ahora lo harán con más experiencia y serán más competitivas».

No obstante, todavía hay que hacer frente a diversos desafíos y en el plano institucional es necesario seguir trabajando para favorecer que las pymes puedan adquirir una dimensión suficiente, que les permita competir con éxito en el exterior y superar las limitaciones en cuanto a disponibilidad de recursos financieros o a las distintas barreras de entrada en otros mercados. Además, la vicepresidenta aludía a la necesidad de una mayor diversificación geográfica para un mejor aprovechamiento de las oportunidades generadas por aquellas economías emergentes que están regis-

trando tasas de crecimiento superiores, y que demandan productos en los que las empresas españolas ocupan posiciones de liderazgo a nivel mundial.

En la necesidad de redimensionamiento o aumento del tamaño de las empresas españolas también hizo hincapié el Secretario de Estado de Comercio, Jaime García – Legaz, al considerar primordial dicho aumento, y de ahí la puesta a disposición de las empresas de nuevos instrumentos de capital como el Fondo Soberano de Omán por valor de 200 millones de euros, u otro equivalente que está negociándose con Qatar, de 500 millones de euros. Asimismo, el objetivo del Gobierno es llegar a las 200.000 empresas exportadoras y 70.000 exportadores regulares a medio plazo, aumentando también el peso de las exportaciones en el PIB, hasta niveles del 40%.

En el acto de clausura, S.M. el Rey Don Juan Carlos puso de manifiesto que «el ajuste del sector exterior español ha sido el más rápido y profundo de un país desarrollado», favorecido por la creatividad, la visión global de las empresas y su capacidad de adaptación. El monarca incidió en la «necesidad de seguir apostando por la internacionalización» y por «que las grandes empresas ayuden a las pymes a recorrer el camino en el que han sabido avanzar», en el que el tejido empresarial español puede «seguir contando con la ayuda de la Casa Real».

Experiencias de pymes internacionalizadas

En una de las mesas redondas que albergó la Cumbre y que llevaba por título «Retos para la internacionalización de las pymes», tres empresas españolas de distintos sectores de actividad compartieron con los asistentes sus experiencias de internacionalización.

Desde el sector de la consultoría, el presidente de ACE International Consultants, Antonio Bonet, justificó la amplia diversificación geográfica de su empresa en la elevada flexibilidad de su modelo de negocio, cuya operativa se sustenta en la apertura de un mercado hasta que se agotan las oportunidades en el mismo, que es cuando entran en otro. A su vez, considera importante el hecho de tener «muy focalizado el perfil de cliente». Preguntado por los apoyos públicos, destacó la inferioridad competitiva a la que se enfrentan las empresas españolas respecto, por ejemplo, a las alemanas, francesas y británicas, al no contar en España con agencias de cooperación al desarrollo que formalicen un elevado volumen de contratos.

Por su parte, Antonio Gassó, consejero delegado de GAES, empresa dedicada a la corrección auditiva, explicó que su firma se internacionalizó hace décadas a través de la exportación, y cuando alcanzaban cierto nivel de éxito en un determinado mercado se implantaban en el mismo mediante inversión directa. Una andadura con la que cumplen ahora veinte años, tras el establecimiento en Portugal en 1995. Para GAES la internacionalización es una estrategia consolidada que permitirá que no centren su actividad en España aun cuando se haya superado la crisis. El hecho de ser de origen español y de contar con una mayor facilidad de comunicación con el colectivo médico les ha ayudado en su establecimiento en la región de América Latina.

Distinto y más reciente ha sido el camino recorrido por Quantis, una empresa de servicios de comunicación vía satélite. Nacida en 2012, la mitad de su facturación

Acometer la internacionalización bien acompañado

Las empresas de pequeño tamaño encuentran importantes trabas, tanto financieras como no financieras, a la hora de poner en marcha un plan de internacionalización. En este sentido, Josep Piqué, exministro y vicepresidente y consejero delegado de OHL, durante su conferencia sobre «La internacionalización como necesidad» en el marco de la III Cumbre de Internacionalización, afirmaba que «la curva de aprendizaje puede ser dura» para esas empresas de menor dimensión. Por ello, aconseja «ir acompañado de alguien que facilite el proceso y mirar de ir bien acompañado», además de tener seguridad sobre el entorno de acción antes de dar el paso.

Las empresas que busquen una vía de crecimiento, sin embargo, han de salir al exterior, sostiene Josep Piqué, que también reconoce que «es fácil de decir pero difícil de hacer».

Fuente: *Afi*.

ya responde al negocio internacional y cuenta con unos 70 empleados de 7 nacionalidades diferentes. Aquilino Antuña, director general de Quantis señala, sin embargo, que el «tamaño es un problema gravísimo» y que sería de gran ayuda que las grandes empresas españolas contasen con las pymes cuando hacen negocios y desarrollan productos fuera de España.

La visión de las grandes empresas

La III Cumbre de Internacionalización acogió una mesa redonda de «Grandes empresas internacionalizadas», en la que participaron Borges, Cortefiel, Iberdrola y MarkMonitor Europe.

Josep Pont, consejero delegado de Borges, «aconseja ir despacio en el proceso de internacionalización», «un país después de otro», siendo conveniente ejercer una elevada proactividad en las acciones comerciales. En este sentido, «hay que partir por tener confianza y creerse el propio proyecto de expansión internacional, y dotarse de altas dosis de paciencia, pensando siempre en el largo plazo ya que los resultados se van encontrando por el camino», afirma Pont. Para él la Marca España «es un activo de tantísima envergadura que todos debemos tener una gran sensibilidad con este tema».

Para Ignacio Sierra, director general del grupo Cortefiel, «la clave del éxito está en comprar y vender en todo el mundo», algo que se lleva a cabo con la marca, como elemento diferenciador frente a la competencia. El grupo textil español ha iniciando su expansión exterior por países geográficamente próximos y, posteriormente, dio el salto a otros mercados más complejos que ofrecían una rentabilidad mayor. Algo que ha reforzado su capacidad competitiva, pues Sierra sostiene que «la experiencia de competir en mercados más maduros y competitivos te hace mejor en tu propio mercado». Un proceso en el que además han tenido que contar con perfiles de profesionales con conocimientos de internacionalización, así como con expatriados. En este sentido, el carácter más internacional de las nuevas generaciones facilitaría hoy en día la configuración de los equipos. Asimismo, Sierra concluye que la multinacionalidad permite competir globalmente.

En relación con la Asociación Transatlántica de Comercio e Inversión (TTIP, por sus siglas en inglés) que están negociando la UE y EE.UU., Pont defiende que «cuanto más libertad, mejor», ya que a su juicio en el mercado estadounidense existen enormes oportunidades de negocio para el sector agroalimentario, pero todavía son muchas las barreras. Sierra, por su parte, afirma que el TTIP establecerá un sistema de reconocimiento mutuo de estándares relativos a determinadas prácticas que «van a abaratar los costes de puesta a disposición», promoviendo un refuerzo de nuestra posición competitiva frente a países emergentes.

Iberdrola, uno de los principales referentes en el sector energético y cuyo proceso de internacionalización está marcado en buena medida por las características de su sector de actividad, considera que «las empresas de cierto tamaño necesitan estar en países con cierta masa crítica», según su director de Desarrollo Corporativo, Pedro Azagra, quien también afirma que «en cada país son locales». De hecho, apuesta por una estrategia «glocal» («ser globales pero locales en cada sitio») no exenta de importantes necesidades de adaptación y cambios internos, aunque «la importancia de que la holding se mantenga en España es clave». Además, constata que muchos de los proveedores españoles de Iberdrola les han seguido a los nuevos destinos en sus proyectos internacionales.

MarkMonitor, representada por Jerome Sicard, gerente de la compañía para España e Italia, incorporó al debate la creciente importancia del comercio electrónico: un canal directo que permite a las empresas tener una presencia mundial sin necesidad de apertura de tiendas. Internet ofrece oportunidades tanto para vender como para comprar, a la vez que las redes sociales constituyen una herramienta para suministrar información sobre la marca, defiende Sicard. Pero «las empresas suelen llegar a Internet un poco tarde». Muchas de ellas se han dado cuenta de que su marca ya estaba en el canal on-line a través de distribuidores, sin que la

propia empresa lo controle. Sicard alerta de la existencia de mucho producto «falsificado» y que «hoy en España la marca se protege poco en el canal on-line». En este sentido, considera que «es importante invertir ahora en esta limpieza» de la presencia no directa (a través de terceros) en Internet.

Estado de la internacionalización

En esta III Cumbre también se presentaron los resultados de una encuesta sobre el estado de la internacionalización de la empresa española, promovida por los organizadores del evento y realizada a 1.385 directivos de empresas internacionalizadas hace más de una década, en su mayoría.

De los resultados de la encuesta se concluye que la continuidad o proyección a futuro de la actividad internacional de las empresas parece estar asegurada, ya que un 90% de las encuestadas consideran que dicha actividad se mantendrá o aumentará. Si bien, es cierto que la mitad de las empresas ya se había constituido con una visión internacional y sólo entre las de menor tamaño el estancamiento del mercado español y la crisis promovieron el despegue hacia el exterior.

Observando la evolución registrada en el último lustro por aquellas empresas que ya contaban con negocio internacional hace cinco años, los resultados de la encuesta muestran que hoy sus ventas fuera de España representan, en media, más de la mitad de su facturación total. Para el conjunto de empresas encuestadas, sólo en un 29% de los casos el negocio en España es hoy más rentable que el internacional y se prevé que dicho porcentaje se reducirá a menos de la mitad dentro de tres años. El 61% considera que debe crecer más fuera del mercado español como consecuencia, sobre todo, de sus planes de acceso a nuevos mercados y de la ampliación de los productos y/o servicios que pueden vender en el exterior. Para ello, el poder ofertar unos precios competitivos es considerado clave.

Pero también tendrán que hacer frente a algunos desafíos en ese proceso de creciente internacionalización. Las principales dificultades que encuentran las empresas están asociadas con la selección de socios en el exterior, la regulación del mercado de destino y la financiación.

Con todo, llama la atención que un 65% de las empresas no cuente con un plan de internacionalización o que este no haya sido definido para un periodo temporal determinado. Una circunstancia que es más patente en las empresas de menor dimensión y que lógicamente condicionará su desempeño internacional.

La adecuada planificación del proceso de internacionalización, marcando la hoja de ruta para los próximos años, resulta esencial. Además, será útil para que otras empresas, potenciales socios, financiadores, etc., puedan interesarse y confiar en el proyecto de desarrollo una actividad internacional::

Empresas globales

Antonio Brufau, presidente de Repsol, en su conferencia durante la III Cumbre de Internacionalización, definió a la «compañía global» como la que responde a las siguientes cinco características o actitudes:

- «Mirada abierta al mundo» de cara a identificar dónde se localizan las oportunidades de negocio, cómo puede impactar la tecnología y las demandas de la sociedad y dónde se encuentran las ventajas competitivas
- Aceptación de la diversidad, multiculturalidad, bilingüismo… para aprovechar las potencialidades de los demás
- Gestión global desde una óptica local: tener empatía y atender las demandas de la sociedad donde la empresa está operando
- *Win – win*: búsqueda de alianzas para compartir las ganancias
- Relación con la sociedad, con los poderes fácticos y con los gobiernos; y capacidad de poner en valor la transparencia, la accountability, la lucha contra la corrupción, etc., para convertirlas en oportunidad.

Por otra parte, para dar continuidad al proceso de internacionalización en España, Brufau destacó la necesidad de atraer, invertir y retener talento, mejorando las capacidades de los profesionales españoles para que sean «agentes globales».

Fuente: *Afi*.

Empresas: cómo seleccionar el mejor mercado en el exterior

El incremento de la competencia a nivel más local lleva a muchas empresas a plantearse su expansión hacia los mercados internacionales, donde poder satisfacer la demanda de nuevos consumidores. Surge así el desafío de seleccionar aquellos mercados donde la empresa pueda maximizar su potencial internacional. Para ello, es preciso realizar un análisis previo utilizando múltiples criterios que puedan aplicarse de forma homogénea en todos los potenciales países destino. Conocer la estabilidad económica del país, el tamaño del mercado, el tipo de cliente potencial, las barreras arancelarias y técnicas, entre otros, son algunos de los criterios que abordamos a continuación.

Pablo Aumente

La selección de mercados de destino donde articular la expansión geográfica es uno de los temas que mayor preocupación genera en las empresas interesadas en salir fuera de sus fronteras más inmediatas, empujadas por la débil situación económica y, en algunos casos, por la saturación del mercado.

El éxito de la estrategia internacional dependerá en buena medida de la adecuada selección del mercado objetivo, para lo cual es preciso evaluar una serie de criterios cuya configuración pasa por la obtención de información que sea relevante, accesible, objetiva, homogénea y actualizada. Los criterios para la selección de mercados exteriores se articularán en una matriz de doble dimensión que abarque, por un lado, el potencial del mercado y, por otro, la accesibilidad a dicho mercado.

Entre los criterios clave para efectuar una adecuada valoración del potencial del mercado, destacan los siguientes:

[iStock]/Thinkstock.

Situación económica del país

La estabilidad económica del país así como las previsiones de crecimiento del PIB ponen de manifiesto un comportamiento favorable o no de la demanda. De este modo, un país con un crecimiento del PIB por encima del 5% exhibiría una demanda creciente y sostenida, atractiva para las empresas internacionales. En cambio, un cuadro macroeconómico con un crecimiento del PIB inferior al 1% reflejaría un estancamiento, lo que llevaría a replantear la selección del mercado objetivo. Todo lo anterior, sin perjuicio de la existencia de productos y servicios que muestran un comportamiento anticíclico, es decir, que tienen una demanda estable y menos elástica a cambios en la coyuntura económica.

• La información sobre el PIB de los países se puede encontrar en la publicación trimestral World Economic Outlook del Fondo Monetario Internacional (FMI).

Poder adquisitivo de la población

Ligado con el criterio anterior, el poder adquisitivo de un mercado (medido en términos de paridad de poder adquisitivo) refleja la capacidad de compra de la población de un país. Conviene tener presente que este indicador oscila de manera notable de un país a otro, incluso dentro de países pertenecientes a un mismo bloque económico. Así ocurre en la Unión Europea donde el poder adquisitivo de Alemania (44.700 dólares de renta per cápita en 2014) es ampliamente superior al de países del Este como Rumanía (19.400 dólares per cápita en 2014).

• La información anterior sobre la PPA puede encontrarse en la publicación *The World Factbook* de la CIA.

Volumen de importaciones de los productos o servicios que vende la empresa

Al reflejar la cantidad de productos o servicios que compra el país objetivo en los mercados internacionales, el volumen de importaciones se muestra como el mejor indicador para calibrar el tamaño del mercado. No obstante, este indicador ha de relativizarse con los datos de población o riqueza del país. Así, ante un volumen de importaciones similar en términos nominales de un mismo producto, habría que valorar también el tamaño del mercado (población) y la potencia económica del país.

• Para conocer el volumen de importaciones de un país, conviene tener presente, en primer lugar, su código arancelario. Para ello se puede consultar la web de la Comisión Europea. Una vez conocido este código, el flujo de exportaciones e importaciones se pueden obtener en la plataforma de la Secretaría de Estado de Comercio Datacomex.

CRITERIOS DE SELECCIÓN DE MERCADOS OBJETIVO

Criterios para valorar el potencial del mercado	Criterios para valorar la accesibilidad y el riesgo
1. Situación económica del país	1. Barreras arancelarias
2. Poder adquisitivo de la población	2. Barreras no arancelarias
3. Volumen de importaciones	3. Riesgos comerciales
4. Evolución de importaciones	4. Facilidad para hacer negocios
5. Volumen de exportaciones	5. Transparencia y corrupción

Fuente: *Afi, a partir de Manual ICEX-CECO de Internacionalización.*

Evolución de importaciones de los productos o servicios que vende la empresa

En línea con el criterio anterior, tan importante es conocer el volumen de importaciones como su evolución, preferiblemente durante los últimos cinco años. El crecimiento medio anual en el periodo de referencia determinará si el producto o servicio ha incrementado su importancia en el país (tasa por encima del 10%) o si por el contrario, hay un descenso en las importaciones (tasa por debajo del 3%) que conlleva replantear el abordaje del mercado.

• La información relativa a la evolución de las importaciones se puede encontrar en las fuentes señaladas en el apartado anterior: Comisión Europea y Datacomex.

Volumen de exportaciones de los productos o servicios que vende la empresa desde el país de origen

El último criterio para valorar el potencial del mercado consiste en cuantificar las exportaciones del producto o servicio que vende la empresa desde el país donde ésta radica. Su evaluación, tanto en términos de volumen como de crecimiento durante los últimos cinco años permitirá determinar si los productos procedentes del país de la empresa tienen mayor reconocimiento y penetración en los mercados exteriores.

• La información relativa a la evolución de las importaciones se puede encontrar en las fuentes señaladas en el apartado anterior: Comisión Europea y Datacomex.

Por su parte, los criterios para valorar la accesibilidad y el riesgo son los siguientes:

Barreras arancelarias

Los aranceles, impuestos que gravan la importación de productos y servicios, suponen un incremento en el coste de los mismos, y por ende, en su precio de venta final, reduciendo su competitividad frente a los productos locales.

De este modo, un producto con un elevado arancel competiría en condiciones muy desventajosas en términos de precio, limitándose así su grado de penetración en el país de destino. Aunque llegados a este punto, conviene matizar el caso de que en el país de destino haya producción de ese mismo producto, donde el problema potencial residiría en el efecto sustitución del producto local frente al producto importado, o que no la haya. En este último caso, los consumidores se verían obligados a pagar el precio incrementado por el arancel, que en ocasiones puede suponer un sobrecoste muy elevado. Por ejemplo, el vino en Egipto, donde los aranceles para los espumosos (código TARIC 2204.10) son del 3.000%, aplicándose además un impuesto de ventas del 100%.

• La determinación de los aranceles se puede realizar a través del portal *Market Access Data Base* gestionado por la Comisión Europea.

Barreras no arancelarias

Existen otras barreras a la importación que tienen que ver con las limitaciones a la cantidad de producto que un país puede importar y con requerimientos técnicos y de seguridad, que varían de un país a otro, como por ejemplo, las normas de protección fitosanitarias que tratan de impedir la expansión de enfermedades en plantas, animales o personas. En base a estas normas, las exportaciones de jamón serrano español a los Estados Unidos estaban prohibidas por la peste porcina.

• Al igual que se ha mencionado anteriormente para los aranceles, la búsqueda de información sobre barreras no arancelarias se puede hacer a través del portal *Market Access Data Base*.

Riesgos comerciales

La precisión del riesgo asociado a las inversiones o actividades comerciales que se realizan en un mercado puede comprender diversas variantes:

1. Riesgo político: asociado a las actuaciones del Gobierno de un país que afectan negativamente a la actividad comercial de la empresa, como pueden ser los cambios normativos arbitrarios.

2. Riesgo económico: asociado a fluctuaciones en el cuadro macroeconómico de un país.

3. Riesgo de tipo de cambio: cuando los compromisos financieros de una empresa (deudas, operaciones de cobro a futuro) están en otra moneda, la empresa se expone a soportar pérdidas ocasionadas por la variación en el tipo de cambio.

• En su conjunto, los riesgos anteriores pueden estar recogidos por el denominado riesgo país, que comprende la evaluación global sobre los peligros para los negocios internacionales que pueden coexistir en una nación. En este sentido, una fuente de referencia para valorar los riesgos comerciales internacionales es la clasificación de COFACE, segundo grupo mundial de seguro de crédito a la exportación. La clasificación se articula en torno a siete niveles de riesgo (A1, A2, A3, A4, B, C y D) que van desde la máxima calificación (A1) para los países más solventes, hasta los países con alto riesgo político y económico (D).

Facilidad para hacer negocios

La facilidad para hacer negocios permite valorar aspectos como el tiempo y coste incurrido en la constitución o cierre de una empresa, la facilidad para la obtención de un crédito, la carga impositiva, los costes laborales, los costes logísticos, el cumplimiento contractual o los procedimientos de resolución de insolvencias.

• Estos aspectos junto con otros están contemplados en el estudio anual *Doing Business* del Banco

Mundial, en el que se presenta una comparativa entre 189 economías de indicadores cuantitativos sobre las regulaciones empresariales y la protección de los derechos de propiedad.

Transparencia y corrupción

Entre los criterios de accesibilidad al país, también es preciso contemplar el componente ético de los negocios, es decir, la existencia de transparencia en la transferencia de información, de normativa fácilmente interpretable para los concursos y licitaciones, de vigilancia de la corrupción y penalización de sobornos, etc.

La organización *Transparency International* establece un *ranking* de 175 economías en su informe *Corruption Perception Index*, donde evalúa anualmente el grado de corrupción con una puntuación en la escala 1/100 ::

Banca y obsolescencia

Dudo mucho que la banca vuelva a disfrutar de la posición privilegiada que ocupó durante el siglo XX.

Ha llegado el día en el que toca preguntarse si la banca tiene realmente la intención de superar sus múltiples problemas y reinventarse, o si por el contrario se ha resignado a continuar por la senda de declive por la que se adentró ya hace muchos años. La banca se encuentra asediada por los cuatro costados. Por el norte avanza el frente de la desconfianza y del recelo por su aparente incapacidad de recobrar credibilidad tras la debacle de la crisis de 2008. Por el este soplan vientos tecnológicos fuertes que vaticinan una revolución en la manera en la que el cliente se relaciona con los intermediarios financieros, llegando incluso a eliminar tales intermediarios, accediendo directamente a servicios financieros sin necesidad de pagar peaje alguno. Por el sur amenaza el regulador con sus incesantes demandas de mayor transparencia y solidez, que inevitablemente significan menores márgenes de beneficio. Y por el oeste se entrevén las consecuencias del envejecimiento de la población y del comportamiento de la generación del milenio.

No sería la primera vez que un sector desaparece del mapa. El hundimiento del *Titanic* era inevitable no porque su diseño no permitía que más de un cierto número de compartimientos estancos se inundara sino porque la era del transatlántico iba a llegar a su inexorable fin con el desarrollo de la aviación. Nada tuvo que ver con su declive la arrogancia de las empresas tradicionales de fotografía a la hora de servir al cliente. El golpe de gracia lo asestó la fotografía digital. Tampoco viene al caso desprender una lágrima por el motor de combustión interna, puesto que me parece obvio que el coche del futuro será eléctrico.

Nunca pensé que en 2015 fuera a creer seriamente en la posibilidad de la extinción de la banca tal y como existe en la actualidad. Pero la arrogancia y la testarudez de muchos directivos de banca me parecen preocupantes. Ha pasado ya casi una década desde que comenzaran los problemas a gran escala en el año 2007. Sin embargo, no detecto ningún esfuerzo sistemático por parte de la banca para adaptarse a la nueva situación. Mientras tanto, crece la desconfianza, y también crece el número de alternativas. Desde Apple Pay hasta PayPal, pasando por Google Pay, las empresas tecnológicas continúan avanzando. De no ser porque la regulación bancaria supone una formidable barrera de entrada, estoy seguro de que en estos momentos una proporción elevadísima de

Mauro F. Guillén es director del Lauder Institute y catedrático de Dirección Internacional de la Empresa en la Wharton School, así como miembro del Consejo Académico de Afi Escuela de Finanzas Aplicadas.
E-mail: guillen@wharton.upenn.edu

la población tendría sus ahorros depositados en una cuenta de gmail.

Pero no nos engañemos. La banca es una institución fundamental de la economía y juega un papel esencial. El teléfono inteligente no es más que un instrumento y nunca se convertirá en sucedáneo de todo un sector. Pero no me cabe ninguna duda de que las reticencias de la gente joven a convertirse en cliente bancario han de tomarse en serio. Ya lo venimos observando en mercados poco desarrollados, en los que la banca apenas tiene presencia en forma de sucursales y menos del 20 por ciento de la población tiene una cuenta bancaria. En esos países, el desarrollo de la economía virtual, de los pagos móviles e incluso del crédito digital es vertiginoso. No se puede concebir el futuro sin unos servicios financieros mucho más tecnológicos, ágiles, ubicuos y asequibles.

Dudo mucho que la banca vuelva a disfrutar de la posición privilegiada que ocupó durante el siglo XX. Tampoco veo que la rentabilidad de la banca vaya a recuperar sus máximos históricos. De eso a predecir la desaparición de la banca, va un trecho. Y sin embargo, algo en el ambiente me sugiere que la banca, tal y como está planteada hoy en día, se ha quedado obsoleta. Mientras tanto, los consumidores siguen buscando mejores productos y mejor servicio allá donde existan. Estoy seguro de que una miríada de emprendedores les va a encontrar y ofrecer lo que buscan ::

SERVICIO NÓMINAS EMPRESAS

Unicaja Banco, S.A.U. Avda. Andalucía 10-12, 29007 Málaga. Inscrita R.M. de Málaga, Tomo 4.952, Libro 3.859, Sección 8, Hoja MA-111580, Folio 1, Inscripción 1. C.I.F. A93139053.

SIMPLIFIQUE LA GESTIÓN DEL PAGO DE SUS NÓMINAS

Descubra un nuevo método para ahorrar en su empresa: simplifique al máximo la gestión de pago de las nóminas de sus empleados a través del Servicio Nóminas Empresas. Tramítelas a través de UniVía y dedique su tiempo a gestiones más rentables para su empresa.

www.unicaja.es 901 111 133 · 952 076 224

Unicaja

La incertidumbre se mantiene en el bloque emergente pese a la cautela de la Fed

El principal factor que está agregando incertidumbre es la falta de acuerdo entre Grecia y sus acreedores. La posibilidad de que el país heleno salga del área euro es ya una realidad. No obstante, fuera del ámbito más político, la senda de endurecimiento de condiciones monetarias de la Fed es el otro foco de riesgo relevante. Los mercados emergentes serán los más sensibles a posibles sorpresas en cuanto a la fecha de comienzo o a la magnitud de las subidas de tipos de interés de EEUU.

Juan Navarro

Más allá de la tensión generada durante el último mes con respecto a la resolución de la crisis griega, el otro foco de interés principal que ha generado cierta volatilidad en los mercados es el mensaje de la Reserva Federal. La mayor parte del mercado ya parece estar descontando la primera subida de tipos de interés en su reunión de septiembre.

A juzgar por los más recientes registros en el mercado laboral, la infrautilización de recursos disponibles podría estar llegando a su fin en EEUU. Los oferentes de empleo cada vez encuentran mayores dificultades a la hora de cubrir las vacantes disponibles. Por otra parte, los salarios están empezando a recoger cierta tensión, y ya crecen a un ritmo superior al 2% interanual. Estas evidencias ponen de manifiesto que la economía podría estar cerca de su nivel de desempleo estructural, situado en un nivel superior al de otros ciclos caracterizados por el endurecimiento de las condiciones monetarias. Las presiones sobre los precios no deberían tardar en llegar, incentivando una actuación de la Fed antes del final de 2015.

Las principales incógnitas se circunscriben al ritmo y la magnitud de las subidas. En cuanto a

[Stockbyte]/Thinkstock.

esta última cuestión, parece claro que el nivel de llegada de los *Fed Funds* se situará en un estrato más reducido que en otras fases de incremento de tipos, siendo la el principal argumento la caída del crecimiento potencial de la economía. Por otra parte, la senda en la subida de tipos de interés que seguirá la Fed será muy gradual para evitar acontecimientos como el del *taper tantrum* del verano 2013. Además, la desincronización de los ciclos económicos hace que ante un endurecimiento

brusco de las condiciones monetarias, el dólar experimente una fuerte apreciación, lesiva para el crecimiento, por lo que también optamos por un incremento de los tipos muy gradual.

Durante el último FOMC (Comité de política monetaria de la Fed), el mensaje de su presidenta fue muy cauto, y no ha evitado la vuelta de la volatilidad a las divisas emergentes. Las principales monedas del bloque emergente se deprecian durante las últimas semanas, en algunos casos más que compensando la revalorización que habían acumulado en el año. Una reacción que es la derivada directa del brusco reajuste de expectativas de crecimiento en Europa, con el impacto que ello ha tenido sobre las rentabilidades que cotizan los principales mercados de bonos desarrollados.

El final del *forward guidance* de la Fed supone que, a partir de ahora, las expectativas del mercado sobre las subidas de tipos fluctuarán, en gran medida, en función de los indicadores macroeconómicos. El mercado ya ha situado la TIR del *T-note* en el 2,40% (1,65% a principios de febrero), lo que supone un recordatorio de hasta qué punto los mercados de bonos cotizaban con niveles de complacencia elevados. El repunte de tipos de interés de la curva alemana también apuntaría en esta dirección.

En lo que atañe a las divisas emergentes, el resultado de lo anterior es que la entrada de flujos de capital al bloque emergente se ha moderado de forma clara durante las últimas semanas. Según el Instituto Internacional de Finanzas, en mayo las entradas fueron de 7.000 millones de dólares frente a los 30.000 registrados en abril.

Por áreas geográficas, destacamos lo siguiente:

• Las divisas de América Latina han sido las más penalizadas. Estas monedas son las más sensibles al endurecimiento de las condiciones monetarias en EEUU por la más intensa salida neta de flujos de capital. Incluso las divisas de países que cuentan con buenos fundamentos económicos, como es el caso del peso mexicano, experimentan las consecuencias de la ralentización de EEUU y una cierta inestabilidad socio-política.

• Las divisas de Asia emergente se ven afectadas por la desaceleración de China y la posibilidad de que este país apueste por una depreciación de su divisa como válvula para apuntalar el crecimiento.

• Las perspectivas de mejora cíclica global, y particularmente en el área euro, y de que las tensiones geopolíticas no vayan a más, pueden dar es-

ÍNDICES AFI FONDOS DE INVERSIÓN (%)

	Rentabilidades a	
	Junio	2015
FI Inmobiliaria	0,4	0,3
Monetarios Euro	0,0	0,0
RF Corto Euro	-0,5	-0,2
Monetarios Internacional	-0,6	8,3
Retorno Absoluto Conservador	-0,6	1,1
Garantizado rendimiento fijo	-0,7	-0,5
Gestión Alternativa	-1,2	2,6
RF Mixta Internacional	-1,4	2,3
RF Mixta Euro	-1,4	1,9
Materias primas	-1,4	-0,7
Fondos de Inversión Libre	-1,6	6,4
Garantizado rendimiento variable	-1,6	1,3
Gestión Global	-1,9	5,1
RV Emergentes Latinoamérica	-2,0	0,1
RF Largo Euro	-2,0	-0,8
RF Corto Plazo USD	-2,0	7,7
RF Internacional	-2,0	3,9
RF High Yields	-2,0	4,4
RF Emergentes Corporate	-2,1	5,3
Monetarios USD	-2,1	8,7
RV Mixta Internacional	-2,3	5,8
RV Mixta Euro	-2,3	7,0
RV Japón	-2,5	22,0
Garantizado parcial	-2,5	4,5
RF Convertibles	-2,5	6,2
RF Emergentes	-2,8	4,6
RF Largo Plazo USD	-2,9	8,1
RV Emergentes MENA	-3,2	6,9
RV EEUU	-3,2	8,7
RV España	-3,3	9,3
RV Euro	-3,4	13,6
RV Internacional	-3,9	9,9
RV Europa	-4,1	15,4
RV Sectores Crecimiento	-4,1	13,2
RV Sectores Defensivos	-4,4	8,2
RV Emergentes Global	-4,5	10,3
RV Emergentes Asia y Oceanía	-5,3	14,6
RV Emergentes Europa del Este	-5,8	12,3
RV Materias Primas	-6,9	3,0

Fuente: *Afi*.

tabilidad e incluso cierto recorrido de apreciación a las divisas de Europa del este.

• El comportamiento de las divisas emergentes durante el primer semestre del año sorprende en un momento en el que la política monetaria se mantiene acomodaticia a nivel global, con bancos centrales como el BCE o el Banco de Japón, entre otros, incrementando su balance de forma sustancial y, con ello, la liquidez en el mercado.

• El escenario que se abre para los próximos meses no va a ser más benigno para esta área del mercado. La Fed está a las puertas de subir los tipos de interés, aunque de forma muy progresiva, y la mejora del crecimiento en Europa y Japón (con repunte de tipos de interés), podrían traducirse en un endurecimiento de las condiciones monetarias a nivel global, con el consiguiente impacto sobre las economías emergentes en forma de salida de flujos de inversión. El crecimiento en los emergentes, además, sigue sin responder a las expectativas salvo en casos excepcionales (India).

Con este panorama y a pesar de la depreciación que acumulan las divisas, pensamos que todavía hay valor en realizar coberturas de cobros que se vayan a producir en las áreas emergentes durante los próximos meses. Las monedas de América Latina y las de los denominados «cinco frágiles» (con la excepción de India) son, a nuestro juicio, las que presentan un mayor grado de vulnerabilidad.

Mercados financieros

El repunte de la volatilidad ha sido una de las principales características de los mercados financieros durante el último mes. Y es que esta se encuentra en pleno proceso de normalización, alcanzando niveles superiores a los registrados durante los últimos dos ejercicios en los que la laxitud monetaria aplicada por la práctica totalidad de bancos centrales ha dominado esta tendencia.

ASSET ALLOCATION RECOMENDADO (%)

Categoría	30-jun-15	31-04-2015	BMK	AFI vs BMK
RV EUR	33	35	17	16
RV EEUU	4	4	6	-2
RV Emer. Asia	2	4	1	1
RV Emerg. Latam	0	0	1	-1
RV Europa Este	1	1	1	0
RV Japón	14	14	4	10
Renta variable	**54**	**58**	**30**	**24**
Ret. Abs. Conservador	0	0	7	-7
Gestión Alternativa	2	2	0	2
Gestión alternativa	**2**	**2**	**7**	**-5**
RF Convertibles	7	7	0	7
RF High Yield	13	11	2	11
RF Emergente	2	4	0	2
RF IG CP	0	0	8	-8
RF IG LP	0	0	0	0
RF Largo EUR	15	13	15	0
RF Corto EUR	0	0	33	-33
RF USD	0	0	0	0
Renta fija	**37**	**35**	**58**	**-21**
Monetarios USD	4	2	0	4
Monetarios GBP	0	0	0	0
Liquidez	3	3	5	-2
Mdo. Monetario	**7**	**5**	**5**	**2**

Fuente: *Afi*.

Varios elementos, como Grecia o la política monetaria de EEUU, han contribuido a que el comportamiento de los activos de riesgo haya sido negativo en el mes. Consideramos que estos factores seguirán generando ruido a lo largo de la temporada estival por lo que optamos por adoptar un posicionamiento más defensivo en nuestro asset allocation recomendado.

Rebajamos la sobreponderación en renta variable en euro ante el escenario de mayor volatilidad y con la situación en Grecia sin esclarecerse. Volvemos a reducir nuestro posicionamiento en activos emergentes, tanto en renta variable como en renta fija, ante la cercanía de la primera subida de tipos de interés en EEUU (previsión Afi: SEP15), y cuyo efecto sobre la valoración y los flujos de inversión hacia estos podría impactar negativamente. Ello nos lleva a incrementar el peso en monetarios dólar. Además, elevamos el peso de la renta fija a largo plazo en euros, en esta ocasión y de forma táctica nos decantamos por deuda de países core, y de la renta fija *high yield* ::

Recuperación del precio de la vivienda

El aumento de la base monetaria de los bancos centrales y los bajos tipos de interés estarían provocando una importante revalorización de la vivienda.

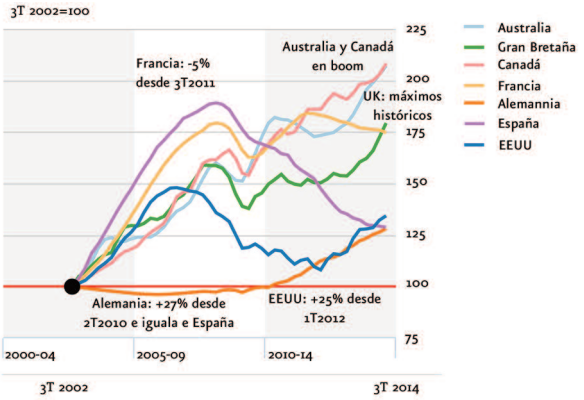
Tras la caída en el primer trimestre del año, el PIB de EEUU vuelve a crecer en el segundo. Y lo hace a tasas anualizadas del orden del 2,0%. Según los indicadores adelantados, este podría ser el ritmo al que cerrase el ejercicio, como también ha reconocido la Reserva Federal en sus últimas proyecciones (revisadas a las baja). EEUU crecería, por lo tanto, menos que en 2014, lo mismo que le ocurre a China, donde persiste la desaceleración hacia cotas del 6,5%. En sentido contrario, Japón vuelve al crecimiento y, aunque sea moderado (1,0%), toda vez que es la tercera economía por tamaño, aporta impulso al conjunto mundial. Ello, junto con el Área euro, que sigue generando evidencias de aceleración, por lo que podría requerirse una revisión al alza de la previsión actual del 1,5% para 2015. En definitiva, el menor crecimiento de EEUU y de China se compensa con el mayor de Japón y la UME, por lo que el PIB mundial avanzaría a tasas del 3,5%, es decir, la misma tasa que años atrás.

La novedad la encontramos en la inflación, que continúa con su gradual elevación asociada al punto de inflexión del precio de las materias primas. Parece que el riesgo de deflación del que se hablaba hace unos meses queda atrás y que ahora el escenario más verosímil es el de una normalización del crecimiento de los precios hacia tasas del 1,5%. Si el PIB crece al 2,0% en las economías desarrolladas y la inflación se sitúa en la zona del 1,5%, parece razonable que se deba poner fin a las políticas monetarias tan extraordinariamente expansivas que hemos observado en los últimos años. Más cuando el aumento de la base monetaria de los bancos centrales y los bajos tipos de interés estarían provocando una importante revalorización de la vivienda.

El caso más claro es Reino Unido, donde los precios se sitúan en máximos

Evolución del precio de la vivienda

(Base 100)



Fuente: *The Economist a partir de datos de Australian Bureau of Statistics, Banco de España, Deutsche Bundesbank, INSEE, OECD, ONS, Standard & Poor's y Teranet - National Bank.*

David Cano es socio de Afi y asesor principal de Españoleto Gestión Global.
E-mail: dcano@afi.es

TESORERÍA EMPRESAS

SI SU EMPRESA FUNCIONA COMO UN RELOJ, OBTENGA MÁS RENDIMIENTO

RENTABILIDAD PARA SUS PUNTAS DE TESORERÍA CON DISPONIBILIDAD INMEDIATA

No pierda ni un segundo cuando se trata de sacarle partido a sus excedentes. Descubra las fórmulas de inversión a corto plazo de Unicaja y aproveche cada minuto de rentabilidad, con total seguridad y disponibilidad.

DEPÓSITO ÁGIL
- Desde solo 6.000,00 €
- Usted elige y dispone de plazos de inversión entre 1 y 30 días
- 100% del capital invertido garantizado
- Sin comisión de cancelación
- Con tipos de interés muy atractivos, variables en función del plazo

UNIFOND DINERO, FI
- Inversión mínima: 170,00 €, con aportaciones posteriores sin límite
- Sin comisiones de ningún tipo por suscripción o reembolso
- Disponibilidad inmediata

Unicaja

históricos (y todo el mundo coincidía a la hora de diagnosticar una burbuja en 2008). Pero no es menos notable el de EEUU, donde desde 2012 el precio ha escalado un 25% y se sitúa apenas a un 15% de las cotas de la burbuja de 2006. A este ritmo, alcanzaría ese nivel en apenas dos años. Pero es que incluso en Alemania los precios suben. En este caso, a tasas más modestas (5% anual) y después de permanecer estables durante 15 años. Pero es relevante que desde 2010 la vivienda se haya encarecido un 27% igualando así la variación acumulada en España desde 2002: ¿¿qué??; ¿¿cómo??. Me explico. Si tomamos el precio de la vivienda en España en 2002, es decir, cuando comenzó el fuerte proceso de revalorización y lo comparamos con el de hoy, veremos que la variación acumulada (25%) es igual que la que ha experimentado durante este mismo periodo una vivienda en Alemania. Allí el proceso de subida empezó en 2010 y aquí hemos observado una burbuja y posterior corrección. Pero la variación neta es la misma ::

TESORERÍA EMPRESAS

SI SU EMPRESA FUNCIONA COMO UN RELOJ, OBTENGA MÁS RENDIMIENTO

RENTABILIDAD PARA SUS PUNTAS DE TESORERÍA CON DISPONIBILIDAD INMEDIATA

No pierda ni un segundo cuando se trate de sacarle partido a sus excedentes. Descubra las formulas de inversión a corto plazo de Unicaja y aproveche cada minuto de rentabilidad, con total seguridad y disponibilidad

DEPÓSITO ÁGIL

- Desde solo 6.000,00 €
- Usted elige y dispone de plazos de inversión entre 1 y 30 días
- 100% del capital invertido garantizado
- Sin comisión de cancelación
- Con tipos de interés muy atractivos, variables en función del plazo

UNIFOND DINERO, FI

- Inversión mínima: 170,00 €, con aportaciones posteriores sin límite
- Sin comisiones de ningún tipo por suscripción o reembolso
- Disponibilidad inmediata

Unicaja

Entrevista a: Carlos Sanlorenzo, secretario general de la Asociación Nacional de Empresas Náuticas

«Imagen e innovación son los factores más estratégicos para la internacionalización de la náutica española»

Carlos Sanlorenzo es licenciado en Derecho por la Universidad de Valencia y abogado del Ilustre Colegio de Abogados de Valencia. Especializado en Derecho Marítimo, en náutica de recreo y deportiva. Master en Derecho Marítimo y Negocio Marítimo y Gestión Portuaria por la Facultad Náutica de Barcelona (UPC) y Master en Dirección de Instalaciones Náutico Portuarias. Es coordinador del Máster de Derecho Marítimo de la Universidad de Valencia y profesor del Máster de Derecho y Negocio Marítimo de la Facultad Náutica de Barcelona, así como docente en otros cursos de postgrado de especialización náutica. Ha intervenido en la redacción de la normativa que afecta a la náutica de recreo y es autor de numerosos artículos relacionados con el derecho náutico. Miembro del Comité Ejecutivo de EBI *European Boating Industry*, patronal del sector náutico en Europa. Ejerció de asesor jurídico de ANEN desde su constitución hasta el año 2013, fecha de su nombramiento como secretario general de la Asociación.

Carlos Sanlorenzo
secretario general de la Asociación Nacional de Empresas Náuticas

Área Internacional de Afi

La Asociación Nacional de Empresas Náuticas (ANEN) fue creada hace nueve años y cuenta entre sus asociados con la mayoría de las empresas y organizaciones del sector empresarial e industrial de la náutica de recreo que operan en España. Entre dichos asociados se encuentran tanto astilleros españoles como empresas fabricantes y comercializadoras de motores, empresas de electrónica accesorios y prestadoras de servicios, así como importadores de embarcaciones, asociaciones náuticas de carácter autonómico, escuelas náuticas, empresas de

chárter, instalaciones náutico-deportivas, entre otros. En el plano internacional, cabe indicar que ANEN forma parte de la *European Boating Industry* (EBI) y del *International Council of Marine Industry Associations* (ICOMIA).

¿Cómo valora el grado de internacionalización actual del sector náutico español? ¿Qué aspectos son susceptibles de mejora?

La internacionalización es uno de los grandes retos a los que se enfrenta nuestro sector náutico. Nuestras empresas no han podido desarrollar de forma consolidada su salida a mercados internacionales, fundamentalmente por dos motivos. Por una parte, la náutica española en general ha contado, históricamente, con una escasa vocación internacional; esta es una de las asignaturas pendientes del sector. Si bien en los años precedentes a la crisis hubo un despunte de las iniciativas llevadas a cabo en el exterior, principalmente marcado por la participación en los salones náuticos de mercados emergentes (Dubái, Shanghái, Corea del Sur, etc.), a partir del año 2008 se produjo una drástica reducción de la actividad internacional. Por otro lado, las ayudas a la internacionalización que percibe el sector por parte de la Administración son muy escasas.

Entre los años 2000 y 2007, la industria náutica española destinaba prácticamente el 100% de su producción al mercado nacional, beneficiándose de su positiva evolución. A partir de ese momento, fue cuando realmente nuestra industria náutica comenzó a desarrollar su negocio internacional que quedó ralentizado como consecuencia de la crisis.

¿En qué segmentos han demostrado ser más competitivas a nivel internacional las empresas españolas de su sector?

Actualmente, el diseño náutico «marca España» está ganando puntos en el exterior. Existen proyectos de diseño que están alcanzando un extraordinario desarrollo internacional.

También en materiales y equipamiento náutico, varias de nuestras empresas han obtenido reconocimientos en el *Marine Equipment Trade Show* (METS), el salón del Equipamiento y Accesorios Náuticos más importante del mundo.

¿Qué factores competitivos considera claves para desarrollar una estrategia de internacionalización sostenible?

Fundamentalmente, en el caso del sector náutico español, necesitamos desarrollar una campaña de imagen de la que carecemos. Tenemos productos y servicios de calidad, instalaciones náutico-deportivas que son de las más competitivas de Europa, mano de obra cualificada, pero todo esto sin una estrategia de imagen y de marketing potente no tiene visibilidad.

Asimismo es estratégica la innovación: en los mercados internacionales aquellas empresas con departamentos de I+D+i potentes tienen una clara ventaja sobre sus competidores.

¿Qué modalidad de internacionalización es utilizada con mayor frecuencia por las empresas náuticas españolas?

La exportación: la venta directa al exterior es la modalidad más utilizada por las empresas de nuestro sector.

¿Qué tipo de iniciativas lleva a cabo ANEN para apoyar y promover la internacionalización de la empresa náutica española?

Desde el año 2008 ANEN ha coordinado, con el auspicio de ICEX España Exportación e Inversiones, el Plan Sectorial de Promoción del sector náutico en el exterior. En el marco de este Plan, la Asociación ha venido organizando anualmente una serie de misiones comerciales con empresas náuticas españolas a mercados internacionales de

interés. Las actividades incluidas en este Plan van desde la participación en salones náuticos internacionales y la asistencia a foros náuticos en el exterior, hasta la organización de encuentros B2B entre empresas españolas y extranjeras, entre otras.

Por otra parte, ANEN es miembro de EBI (*European Boating Industry*) y de ICOMIA (*International Council of Marine Industries Associations*), dos instituciones internacionales de la industria náutica en las que representamos al sector náutico español. En ambos foros, ANEN interviene en las propuestas y medidas que se adoptan a nivel europeo e internacional en materia de náutica de recreo.

¿Cuál es la imagen de España en el sector de la náutica de recreo a nivel internacional?

En España tenemos una desventaja que condiciona la proyección internacional de la náutica y que se refiere a la fiscalidad de nuestro sector, la más confiscatoria de todos los países de nuestro entorno. Esto obstaculiza el que aficionados extranjeros vengan a España a disfrutar de nuestros productos y servicios náuticos, porque tienen esa imagen y percepción de que la náutica española está muy penalizada fiscalmente.

Tenemos un impuesto de matriculación que no existe en ningún otro país del mundo y que graba con un 12% la compra de embarcaciones de recreo de más de 8 metros de eslora, al que se suma el IVA. Esto encarece un 33% la compra de barcos en España.

Hasta hace poco más de un año, se aplicaba este impuesto de matriculación a las embarcaciones destinadas al chárter (alquiler para uso turístico/comercial), lo cual también desviaba este negocio hacia otros países. Afortunadamente, en el caso del chárter, conseguimos que la Administración eliminara este impuesto y los resultados han sido muy positivos: el chárter ha crecido exponencialmente en 2014 y en lo que va de año (enero-junio de 2015) se han incrementado un 55% las matriculaciones de embarcaciones destinadas a este propósito.

Otro de los aspectos también superado el año pasado se refiere a la normativa que regulaba los títulos náuticos para gobernar embarcaciones de recreo. La actualización y adecuación de nuestras titulaciones a las europeas el pasado mes de septiembre de 2014 está cambiando esa percepción exterior (también a nivel nacional) de que la náutica española se rige por una legislación excesivamente burocrática, que ralentiza todos los procesos para disfrutar de la navegación de recreo.

¿Cuáles son los principales retos para la industria náutica española en relación con la expansión de su actividad internacional?

Como ya he explicado anteriormente, necesitamos desarrollar una campaña de imagen, que a su vez esté apoyada por más medidas fiscales y legislativas favorables a la náutica española ::

Financiación autonómica: ideas para un año electoral

Las próximas elecciones generales son una estupenda ocasión para contrastar ideas respecto a cómo deben financiarse las comunidades autónomas en el futuro.

Nuestro país tiene un sistema federal, que llamamos «de las autonomías» al que solo le falta el nombre. Es uno de los que más descentralizado tiene el gasto público con las importantísimas partidas de sanidad y educación plenamente transferidas a las regiones. Los ingresos de las regiones, sin embargo, todavía dependen en buena medida de las transferencias del gobierno central, sin las cuales serían incapaces de financiar unos gastos sensiblemente mayores. Para que nuestro sistema de niveles territoriales de gobierno pueda denominarse verdaderamente federal debería resolverse esta asimetría entre la amplia descentralización del gasto y la sensiblemente menos amplia descentralización de los impuestos.

De manera que todo el mundo espera una nueva reforma de la financiación autonómica y seguro que los programas electorales se hacen eco de ello, como ya han empezado a sugerir algunos de los nuevos presidentes autonómicos retomando un largo debate inexplicablemente suspendido durante los largos meses de campaña para las elecciones autonómicas.

No obstante, el punto de partida para una nueva «vuelta de tuerca» al modelo de financiación autonómica, alrededor del mismo tornillo, se entiende, es muy problemático.

Recuérdese que el régimen fiscal foral ha sido visto por las restantes comunidades autónomas desde el inicio como un agravio comparativo. Aún así, no ha sido este agravio el que ha dirigido todo el proceso posteriormente. Lo que ha dirigido el número incesante de vueltas de tuerca de la financiación autonómica hasta el presente ha sido el agravio comparativo que supuso para Cataluña el régimen de «café para todos (los restantes)» que complementó a las excepciones forales para dibujar nuestro estado de las autonomías.

Cualquier trato favorable a Cataluña, disparaba la máquina del café para todos los demás, hasta que, viciado el principio implícito de mejor trato a esta comunidad, había que echar un poco más de café en la taza catalana. Y vuelta a empezar. Obviamente, esto no es lo que puede volver a suceder si a ello nos referimos por una nueva vuelta de tuerca al modelo de financiación autonómica.

José Antonio Herce es Director Asociado de Afi.
E-mail: jherce@afi.es

TARJETA MASTERCARD e-BUSINESS

PARA EMPRESAS Y PROFESIONALES, ALTA EFICACIA Y TOTAL FLEXIBILIDAD

CON LA TARJETA e-BUSINESS DE UNICAJA CONTINÚAN LAS VENTAJAS

UNA EFICAZ HERRAMIENTA DE GESTIÓN ONLINE

e-Business funciona como herramienta de gestión on-line

Solicite su Tarjeta e-Business en su oficina habitual de Unicaja. Para cualquier duda, llame a Unicaja Línea Directa al 901 111 133 / 952 076 224. Le atenderemos encantados.

Unicaja

Las próximas elecciones generales, independientemente del curso que siga la cuestión catalana, son una estupenda ocasión para contrastar ideas respecto a cómo deben financiarse las comunidades autónomas en el futuro, al menos en la medida en que aceptemos que la situación actual no es satisfactoria.

Obviamente, no se puede hacer tabla rasa de la trayectoria pasada, aunque tampoco hay que tomarla como algo intocable. Sería bueno restablecer algunos principios de sentido común que se han ido desdibujando con el tiempo. Entre ellos el «principio de responsabilidad» que vendría a decir que no es sano gestionar programas de gastos sin disponer de los recursos suficientes. De esta forma se cierra el círculo de la responsabilidad fiscal y no tenemos por qué seguir hablando de algo tan difuso como la co-responsabilidad. También estaría muy bien que contribuyesen a financiar los servicios públicos de cada región todos los beneficiarios potenciales de los mismos. Este «principio de correspondencia» obligaría a extraer dichos recursos de los habitantes de la región y no de los que no viven en ella.

Otro principio que convendría mantener, en buena medida aplicado, es el de que exista una cartera común de servicios para todas las regiones. No tiene por qué ser una cartera «básica» o «mínima», como a veces se la define. Basta con que sea común. En este punto sí que es necesario disponer de algún mecanismo de solidaridad territorial para evitar que las regiones menos favorecidas se queden por debajo de dicho estándar. Para ello, no hacen falta los recursos ingentes que manejamos en la actualidad, ni los innumerables fondos existentes, o los polinomios absurdos con los que se distribuyen dichos recursos. Basta con un solo fondo o mecanismo financiado con recursos centrales cuyo montante no debería superar el 5% del PIB, por ejemplo. El resto de los recursos de las comunidades autónomas deberían obtenerse de las bases imponibles radicadas en cada una de ellas ::

TARJETA MASTERCARD e-BUSINESS

PARA EMPRESAS Y PROFESIONALES, ALTA EFICACIA Y TOTAL FLEXIBILIDAD

CON LA TARJETA e-BUSINESS DE UNICAJA CONTINÚAN LAS VENTAJAS

UNA EFICAZ HERRAMIENTA DE GESTIÓN ONLINE

Solicite su Tarjeta e-Business en su oficina habitual de Unicaja. Para cualquier duda, llame a Unicaja Línea Directa al 901 111 133 / 952 076 224. Le atenderemos encantados.

Unicaja

El mapa de riesgos financieros

En los últimos trimestres, la elevada volatilidad de los mercados financieros, y en particular del mercado de divisas, ha vuelto a poner de manifiesto la necesidad de detectar correctamente las vertientes de afloración del riesgo en la empresa multinacional. Analizamos con detalle la utilidad y soporte que ofrece el mapa de riesgos financieros en este ámbito.

Pablo Guijarro

El mercado de divisas es el mercado más líquido de cuantos existen a nivel financiero mundial. La negociación, prácticamente continua durante las 24 horas del día, provoca que la capacidad de este mercado para incorporar noticias, eventos, y registros macroeconómicos en el valor de las monedas sea muy elevada en comparación con otros (como el mercado de acciones) que se encuentran circunscritos a determinados horarios de negociación.

La divergencia que están registrando las economías mundiales en términos de su capacidad y velocidad de recuperación se ha traducido, en los últimos meses, en un aumento de la volatilidad de los tipos de cambio, intensificando la ya de por sí compleja tarea de anticipación del valor de las monedas a futuro.

No resulta extraño, por lo tanto, que los impactos que estos movimientos están teniendo en los estados financieros de las empresas multinacionales sigan siendo muy relevantes, y en algunos casos, superiores a lo que venía siendo la tónica habitual a lo largo del último lustro. Si analizamos los estados financieros de las empresas no financieras cotizadas en el IBEX 35 nos encontramos con registros bien ilustrativos de este impacto:

a) En términos de patrimonio neto, las diferencias de conversión han supuesto, en promedio, impactos en el entorno del 2,5%, pero con un rango de variabilidad que oscila entre el -10% y el +12% del patrimonio neto de las empresas, esto es, un impacto muy significativo sobre todos los parámetros de solvencia y autonomía financiera de la empresa

[iStock]/Thinkstock.

b) En términos de resultado antes de impuestos, nos encontramos con resultados similares, con impactos que en promedio han sido nulos pero que presentan un rango de oscilación entre el -25% y el +10%.

Dada la volatilidad que presenta el mercado de divisas, tanto la actual como la esperada para los próximos meses, así como los impactos tan significativos que afloran en los estados financieros de la empresa, es crítico que se lleve a cabo el diseño de un mapa de riesgos financieros que permita detectar correctamente las fuentes de afloración de los riesgos, y llevar a cabo su cobertura y seguimiento.

SERVICIO NÓMINAS EMPRESAS

SIMPLIFIQUE LA GESTIÓN DEL PAGO DE SUS NÓMINAS

Descubra un nuevo método para ahorrar en su empresa: simplifique al máximo la gestión de pago de las nóminas de sus empleados a través del Servicio Nóminas Empresas. Tramítelas a través de UniVía y dedique su tiempo a gestiones más rentables para su empresa.

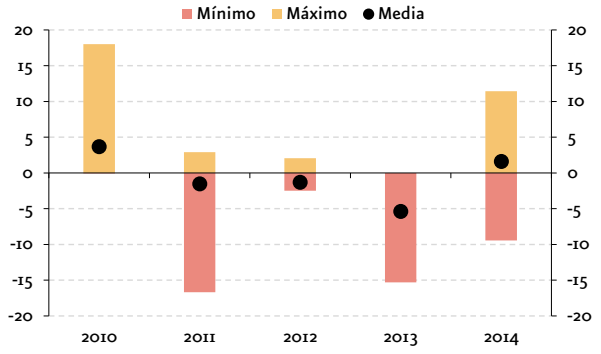
www.unicaja.es 901 111 133 · 952 076 224

Unicaja

Unicaja Banco, S.A.U. Avda. Andalucía 10-12, 29007 Málaga. Inscrita R.Mª de Málaga, Tomo 4.952, Libro 3.859, Sección 8, Hoja MA-111580, Folio 1, Inscripción 1. C.I.F. A93139053.

Diferencias de conversión sobre el patrimonio neto

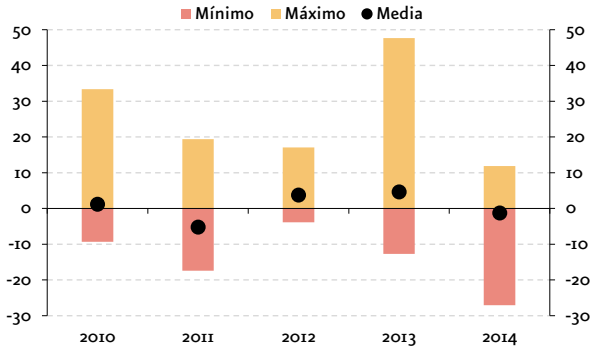
(%)



Fuente: *Estados financieros de empresas no financieras del IBEX 35.*

Diferencias de cambio sobre el beneficio neto

(%)



Fuente: *Estados financieros de empresas no financieras del IBEX 35.*

Proceso de internacionalización y mapa de riesgos financieros

Durante el último lustro la economía española ha vivido un proceso de internacionalización muy intenso que se ha traducido en un aumento del número de empresas exportadoras de más de un 50% hasta superar en 2014 la frontera de 150.000. El modo de internacionalizarse y los destinos no han sido homogéneos:

a) En un 70% de los casos, las empresas han optado por la exportación como vía de internacionalización, y sólo en un 25% de los casos se ha llevado a cabo el proceso mediante la apertura de filiales o establecimientos permanentes en los países objetivo.

b) En cuanto a los destinos, la tendencia tradicional de dirigirse hacia el mercado europeo (por el menor riesgo de divisa) y latinoamericano (por la puerta de entrada que brinda entre otros el idioma compartido) ha dado paso a un aumento de la presencia española en la región del Norte de África, Europa del Este y Asia, aunque todavía con un peso relativo inferior al de las dos primeras regiones enunciadas.

El modo en el que la empresa se internacionaliza y el destino de la internacionalización afectan de forma decisiva a la definición del mapa de riesgos financieros. Este mapa se define como el conjunto de riesgos que impactan en el negocio de la empresa, y las variables sobre las que impactan. Cuatro son las variables que comprenden un mapa de riesgos tradicional:

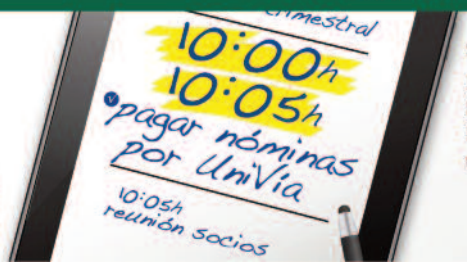
- Tipo de interés
- Tipo de cambio
- Riesgo de crédito
- Riesgo de inflación

Nos vamos a centrar en el ámbito del tipo de cambio por la mayor complejidad que ofrece su gestión, toda vez que sus dimensiones de afloración son múltiples, a saber:

a) Impacto en Balance (riesgo de traslación): Hace referencia a la posibilidad de que la depreciación de una divisa extranjera provoque que el valor neto contable de la filial (inversión neta) se reduzca una vez convertido a moneda local y, por lo tanto, impacte sobre el consolidado del grupo. Por este riesgo se computan diferencias de conversión en el balance de la empresa.

b) Impacto en flujos de caja (riesgo de transacción): Se refiere a la probabilidad de que el tipo de cambio evolucione de forma negativa a la hora de convertir los flujos de caja recurrentes a moneda funcional (cobros y pagos operativos, o dividendos, por ejemplo). Por este impacto se registran diferencias positivas o negativas de cambio en la cuenta de Pérdidas y Ganancias.

SERVICIO NÓMINAS EMPRESAS



SIMPLIFIQUE LA GESTIÓN DEL PAGO DE SUS NÓMINAS

Descubra un nuevo método para ahorrar en su empresa: simplifique al máximo la gestión de pago de las nóminas de sus empleados a través del Servicio Nóminas Empresas. Tramítelas a través de UniVía y dedique su tiempo a gestiones más rentables para su empresa.

www.unicaja.es 901 111 133 · 952 076 224

Unicaja

Unicaja Banco, S.A.U. Avda. Andalucía 10-12, 29007 Málaga. Inscrita R.Mª de Málaga, Tomo 4.952, Libro 3.859, Sección 8, Hoja MA-111580, Folio 1, Inscripción 1. C.I.F. A93139053.

c) Impacto en valoración de proyectos y participaciones en empresas en moneda extranjera (riesgo económico): Hace referencia al impacto del tipo de cambio sobre el valor actual de los flujos de caja futuros relacionados con la operativa recurrente de la compañía.

Gestión del riesgo de tipo de cambio

Dadas las múltiples variables en las que puede impactar el riesgo de tipo de cambio, la gestión para la empresa es más compleja que en el ámbito de otros riesgos financieros. A continuación ofrecemos unas sencillas pautas de gestión que, aunque limitadas por su carácter genérico, pueden permitir iniciar una revisión de la idoneidad de las políticas y procesos actualmente establecidos por la empresa para el control de riesgo de divisa:

a) Cobertura de balance: La literatura disponible apunta que, por norma general, el *equity* no debe cubrirse, ya que el riesgo de tipo de cambio es inherente al propio proceso de inversión. A la hora de exigir una TIR al proyecto de inversión, entre las primas por riesgo exigidas, se debe incorporar la posibilidad de una depreciación de la divisa: ver RIESGO ECONÓMICO. Sólo existe una excepción en la regla de no cubrir el riesgo de traslación: aquellas monedas que presenten (i) una volatilidad elevada y (ii) una tendencia a la depreciación por un diferencial positivo de inflación o persistente déficit por cuenta corriente con dificultades de financiación asociadas a bajo rating. En todo caso, esta cobertura no debe ser permanente.

b) Cobertura de flujo de caja: En este caso sí se acepta la cobertura de los flujos de caja, y la cautela que conviene realizar es la necesidad de verificar que los instrumentos contratados cumplen los requisitos para ser considerados coberturas eficaces, y por lo tanto, para no distorsionar la cuenta de resultados fruto de sus cambios de valor.

c) Cobertura del riesgo económico: Este riesgo debe analizarse en la fase de estudio de proyectos, aunque puede impactar de forma posterior en la valoración del negocio y de los fondos propios en proyectos realizados en el exterior y que se encuentran en curso (test de deterioro). El modo de cubrir el riesgo económico reside, en la mayor parte de los casos, en un ajuste de la tasa de descuento que permita recoger un cierto margen de protección ante movimientos desfavorables del tipo de cambio.

Tal y como hemos dejado entrever en el caso de las coberturas de flujo de caja, es preciso que, sea cual sea la tipología de riesgo, y siempre que se opte por contratar un instrumento derivado para la protección del mismo, se evalúe previamente la idoneidad en términos de la eficacia contable. Una cobertura eficaz elimina el riesgo financiero pero además permite que la cuenta de resultados no se vea alterada por los cambios de valor de los instrumentos contratados.

Conclusión

El proceso de internacionalización de la empresa española a lo largo de los últimos años le ha permitido diversificar sus fuentes de ingresos, mitigando el efecto de la debilidad de la demanda interna, pero exponiendo sus estados financieros a más riesgos. El riesgo de tipo de cambio es, en este sentido, uno de los que mayor impacto tienen, por sus múltiples dimensiones de afloración, y por las dificultades para plantear mecanismos de gestión sobre esta variable.

Considerando que el tipo de cambio es una de las variables más difíciles de anticipar en los mercados financieros, es preciso que la empresa se plantee mecanismos de gestión encaminados no tanto a anticipar un valor futuro, sino más bien a mitigar el efecto que la volatilidad de la divisa puede tener en sus estados financieros. El mapa de riesgos financieros es una herramienta muy útil en este ámbito, permitiendo a la empresa diagnosticar correctamente las variables sobre las que impacta el tipo de cambio, y diseñar políticas de gestión que faciliten la mitigación del impacto de esta variable ::

Estatutos tipo para las sociedades de responsabilidad limitada

El pasado 13 de junio se publicó en el BOE el Real Decreto 421/2015, de 29 de mayo, por el que se regulan los modelos de estatutos-tipo y de escritura pública estandarizados de las sociedades de responsabilidad limitada, que facilitará la constitución de empresas en plazos más cortos.

Virginia González

La Ley 14/2013, de 27 de septiembre, de apoyo a los emprendedores y su internacionalización, establecía la necesidad de agilizar el inicio de la actividad emprendedora, estableciéndose la constitución de sociedades de responsabilidad limitada, con escritura pública y estatutos-tipo, mediante el llamado Documento Único Electrónico (DUE) y a través del sistema de tramitación telemática del Centro de Información y Red de Creación de Empresas (CIRCE), debiéndose autorizar la escritura pública en el plazo máximo de 12 horas hábiles y calificarse e inscribirse, en su caso, en el Registro Mercantil en el plazo de 6 horas.

Se establecen por tanto unos exigentes requisitos temporales que el legislador es consciente de que solamente pueden ser alcanzados con la estandarización de los estatutos sociales correspondientes a la constitución de la sociedad. Por ello establece la necesidad de la existencia de unos estatutos-tipo que permitan la autorización de la escritura de constitución y la calificación e inscripción de la misma en tan breves plazos.

En consecuencia con esta habilitación legal, el Real Decreto 421/2015, de 29 de mayo, (en lo sucesivo el «Real Decreto»), que entrará en vigor a los tres meses de su publicación en el BOE, prevé la posibilidad de constituir sociedades de responsabilidad limitada, con escritura pública y unos estatutos-tipo, mediante un sistema de tramitación telemática que permitirá el otorgamiento de la escritura de constitución y la calificación e inscripción en el Registro Mercantil en los plazos indicados anteriormente.

Los nuevos estatutos-tipo constan de nueve artículos con campos rellenables donde deben introducirse los datos codificados que correspondan. Así, por ejemplo, el objeto social se determinará en los estatutos tipo mediante la selección de alguna de las actividades económicas y de los códigos previamente establecidos. La propia norma prevé la posibilidad de aprobar en un futuro nuevos modelos de estatutos más complejos. Asimismo, independientemente de que la sociedad limitada se constituya valiéndose de los estatutos-tipo, podrá utilizarse un modelo estandarizado de escritura pública para la constitución telemática, que también se realizará cumplimentando campos rellenables, esta vez por parte del notario. Este modelo de escritura pública deberá ser aprobado mediante una Orden Ministerial del Ministro de Justicia.

En línea con lo anterior, se regula la entrada en funcionamiento de la Agenda Electrónica Notarial, que le permitirá al interesado reservar tele-

máticamente la cita con el notario para el otorgamiento de la escritura pública correspondiente en función del calendario de disponibilidad que se muestre en pantalla. Y finalmente, se crea una Bolsa de denominaciones sociales con reserva. El Registro Mercantil generará una bolsa de al menos, 1.500 denominaciones sociales, que podrá ser consultada de forma gratuita por los interesados. Escoger una de ellas puede abreviar significativamente el trámite de constitución. Actualmente el primer paso que un emprendedor tiene que realizar para constituir una sociedad es la solicitud de un nombre para su sociedad que no puede coincidir con otra denominación existente, algo que a veces puede complicar y retrasar el proceso de constitución.

En definitiva, estas medidas permitirán la constitución de sociedades de forma rápida y cómoda y además barata, ya que este sistema abarata de forma notable los aranceles notariales y registrales: 60 euros y 40 euros, respectivamente, si el capital social no supera los 3.100 euros y se utilizan los estatutos-tipo ::

Huérfanos de PTF

La PTF ha jugado un papel pobre en la contribución al crecimiento de nuestra economía desde 1981 hasta ahora.

La economía española vuelve a crecer y a un ritmo intenso, pero caben dudas razonables de si está creciendo bien. En diversas ocasiones, antes y durante la crisis, hice mi apuesta personal: prefería que nuestra economía creciera menos pero que lo hiciera mejor, es decir, que en su tracción tuviera un protagonismo destacado la Productividad Total de los Factores (PTF).

Como se sabe, la PTF captura la eficiencia con la que se utilizan los factores de producción disponibles, el trabajo y el capital fundamentalmente, en la producción de bienes y servicios. A igualdad de esas dotaciones, cuanto mejor se combinan, mayor es el valor de la producción. Que esa combinación de factores sea acertada depende a su vez, entre otros, de aspectos tan importantes como la calidad de la función empresarial, el tamaño de las empresas, la adecuación de los sistemas financieros a las necesidades de las empresas, la calidad de la regulación, la flexibildiad de los mercados de factores y productos, la habilidad para generar o asimilar los avances tecnológicos. Se obtiene como un residuo (el denominado «residuo de Solow») en la estimación de la función de producción, una vez que las contribuciones de los factores cuantificables ha sido estimada. Es decir, su valor es el crecimiento en el valor de la producción que no se atribuye especificamente a las contribuciones del trabajo y del capital. En las tres referencias señaladas[1] se recoge una amplia revisión de la literatura al respecto, incluido el análisis bien sugerente de Cardarelli y Lusinyan sobre lo que está ocurriendo en la economía estadounidense.

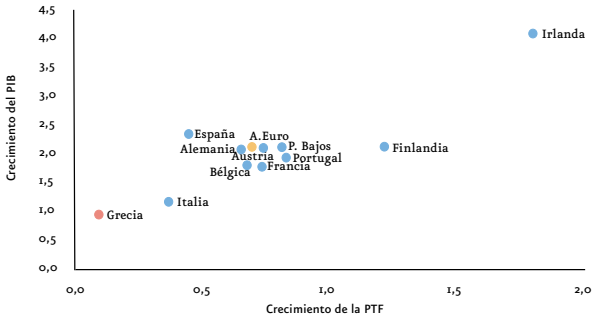
El gráfico que aparece en esta nota lo exhibía el informe del FMI sobre la sostenibildiad de la deuda pública griega, difundido la última semana de junio. Ha sido utilizado dos días después por el ministro de finanzas griego[2], Yanis Varoufakis, en su blog. Varoufakis señala cómo los investigadores del FMI destacan que para que la deuda pública sea sostenible (en ausencia de reducción de su valor nominal) Grecia debería registrar crecimientos en su PTF, desde el más bajo registro a partir de que se incorporó a la UE en 1981 hasta llegar a ser el más intenso de la eurozona. Algo que, ciertamente, es poco menos que imposible, con el punto de partida actual.

No era mi propósito en esta nota entrar en la argumentación de Vaurofakis, sino aplicarnos el cuento a nosotros mismos. Como se aprecia, en la contribución al crecimiento de nuestra

Emilio Ontiveros es presidente de Afi y catedrático de Economía de la Empresa de la UAM.
E-mail: eontiveros@afi.es

Crecimiento del PIB y productividad total de los factores 1981-2014

(%)



Fuente: *AMECO*.

economía en ese largo periodo, la PTF ha jugado un pobre papel. La destacada expansión relativa del valor de la producción española en ese período tuvo su origen en la acumulación de factores, capital y trabajo, pero no en una buena utilización, precisamente. Por eso, sería desde todo punto necesario observar en cuál(es) de los programas electorales que los partidos políticos van a presentarnos próximamente, hacen hincapié en la mejora de ese componente del crecimiento. Haciéndolo, tendrán que referirse a aspectos muy diversos y relevantes para la economía española, desde la mejora de la calidad de las instituciones, hasta la mejora de las condiciones de supervivencia de los buenos emprendedores ::

---

[1] Cardarelli, R. y L. Lusinyan, 2015
U.S. Total Factor Productivity Slowdown: Evidence from the U.S. States
IMF Working Paper, WP/15/116, mayo.

Isaksson, A., 2007, Determinants of Total Factor Productivity: A Literature Review.
Research and Statistics Branch Staff Working Paper 02/2007, United Nations Industrial Development Organization.

Syverson, Ch.,2011, What Determines Productivity, *Journal of Economic Literature* 49(2), pp. 326–365

[2] A la fecha de redacción de este artículo.