miradas
al exterior
Revista de Información Diplomática
del Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación
ENERO-MARZO 2011. N˚17. www.maec.es

Diplomacia económica como estrategia en las relaciones internacionales

El servicio exterior impulsa la política de internacionalización de la empresa española.
La marca España se afianza en los mercados

ACCIÓN EXTERIOR > Sudán del Sur, el nacimiento de un Estado **>** La FAO en busca de un nuevo liderazgo **>** 25 años de relaciones entre España e Israel **>** Namibia, socio privilegiado para España. **COOPERACIÓN >** La crisis de Libia, una prioridad humanitaria. **CULTURA Y SOCIEDAD >** Santillana, una aventura editorial de cincuenta años. **LA ENTREVISTA >** Antonio López: "Lo cotidiano es generador de emociones insospechadas".

Tradicionalmente, los principales objetivos de la diplomacia han sido la cooperación política internacional, la seguridad y el mantenimiento de la paz. Sin embargo, los profundos cambios globales que estamos experimentando en los últimos tiempos han modificado esos objetivos y han determinado un papel primordial para las relaciones económicas internacionales. Así, lo que conocemos como diplomacia económica se ha consolidado como objetivo prioritario de cualquier política exterior. En España, la diplomacia económica es hoy uno de los ejes vertebradores de un Servicio Exterior adaptado a esa nueva realidad. **Por Arturo Carrascosa**

Diplomacia económica

y desarrollo de la internacionalización

"Nuestro sector exterior debe consolidarse como motor de la recuperación y vector estable de crecimiento dentro del nuevo modelo productivo español". Con estas palabras, Alfredo Bonet, Secretario de Estado de Comercio Exterior, inauguraba recientemente en Madrid unas Jornadas sobre Apoyo Financiero a la Internacionalización Empresarial. Los asistentes -en su mayoría, empresarios- pusieron de relieve la fortaleza del sector exterior español, en base a los últimos datos estadísticos, y defendieron la necesidad de integrar la internacionalización en la estrategia empresarial.

Unos días antes, el sector privado español presentaba en sociedad el Consejo Empresarial para la Competitividad. Las 17 grandes compañías que lo han impulsado, junto con el Instituto de la Empresa Familiar (IEF), pretenden que esta iniciativa sirva para generar opinión (documentos, foros...) y además para organizar visitas internacionales orientadas a restaurar la imagen de la economía española en el extranjero y fomentar la marca España. Su objetivo final, seguir avanzando por el camino de la internacionalización de la empresa española.

Por su parte, al poco de asumir el cargo de Ministra de Asuntos Exteriores y de Cooperación, Trinidad Jiménez manifestaba la decidida apuesta de su departamento por sacar partido de las buenas relaciones políticas que España mantiene con países que cuentan con economías emergentes para lograr la expansión internacional de nuestras empresas. En este sentido, opinaba que las oportunidades que ofrecen regiones como China, India, Sudeste Asiático y Pacífico, Asia Central, el Golfo Pérsico o los Estados Unidos, "deben ser aprovechadas en sectores como las infraestructuras, el transporte, las energías renovables y eléctricas, las telecomunicaciones y la banca".

La diplomacia tradicional ha debido adaptarse a la nueva economía, a los nuevos mercados financieros...

Recientemente, el Pleno del Congreso de los Diputados ha aprobado una proposición no de no de ley presentada por el PSOE, y pactada con CiU, que aboga por apoyar y coordinar desde el Gobierno los esfuerzos individuales o colectivos de las empresas y asociaciones empresariales con intereses en el exterior, incentivando la cooperación público-privada. Asimismo, pide que se avance en el conocimiento y la imagen de España y de sus marcas, y en la potenciación de la oferta española en los mercados internacionales, "como un referente de eficiencia y modernidad". También, que se amplíe la "notoriedad internacional" de España a través de alianzas con personalidades españolas en ámbitos como el deporte, la cultura, la ciencia y la empresa, así como promover las candidaturas de ciudadanos y ciudadanas españoles en puestos de relevancia internacional.

Además, la proposición aprobada en el Parlamento aboga por reforzar los acuerdos de asociación de la Unión Europea en las áreas tradicionalmente preferentes para España como son Iberoamérica o el Mediterráneo, e intensificar paralelamente los esfuerzos en las áreas emergentes

y que España contribuya a las estrategias de desarrollo económico y del comercio establecidas en Naciones Unidas, la Organización Mundial del Comercio y los acuerdos de la Ronda de Doha.

Todas estas acciones, deseos y declaraciones en pos de la mejora y avance en el proceso de internacionalización empresarial española confluyen en un reto que se ha marcado la política exterior de nuestro país: trazar y ejecutar una diplomacia económica que contribuya al beneficio general, tanto del sector público como del privado. En palabras de José Eugenio Salarich, Director General de Relaciones Económicas Internacionales y Asuntos Energéticos del Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación, "ha llegado el momento de recoger en el ámbito económico lo que se ha sembrado políticamente en los últimos años". "Nuestro objetivo -añade- es aprovechar la buena red de contacto políticos para que las empresas españolas sean tratadas favorablemente en las adjudicaciones".

Qué es la diplomacia económica. Históricamente, la diplomacia económica consistía en un ejercicio esencialmente comercial. Era el caso de la labor que desempeñaban, entre otros, los cónsules de España, de Francia, de Inglaterra, o de los antiguos Estados de Génova o Venecia. Aquellos cónsules no eran sino meros delegados comerciales de sus países, retribuidos y protegidos por los soberanos de turno.

En la actualidad, el concepto de diplomacia económica ha cambiado sustancialmente. Los expertos lo definen como el uso de la influencia política que tienen los Estados para favorecer sus intereses económicos en los mercados internacionales. En este sentido, el Profesor de Economía Javier Morillas afirma que la diplomacia económica "no ha reemplazado a la diplomacia política convencional pero sí se ha convertido en su elemento inseparable... Así, la diplomacia económica negocia la libertad de exportar y de invertir más allá de las fronteras nacionales; actúa junto a las empresas que trabajan en el extranjero, y en el caso europeo, está incluso en la base de la propia construcción comunitaria".

En base a esa afirmación, los teóricos de la diplomacia convencional consideran que si ésta no se especializa en la promoción económica, o adolece de una consistente formación en ese terreno, corre el riesgo de ver devaluado su papel en los Estados modernos. Y, al respecto, aportan diversas razones. Fundamentalmente, porque al principal objetivo de la diplomacia, que sería proteger a los nacionales de cada país en el extranjero, debe sumarse que todos los Estados desean y trabajan para la prosperidad de sus empresas.

Es decir, que para conseguir buenos resultados, la diplomacia debe ejercer además como catalizador entre la capacidad comercial y económica del país y los rendimientos que pueden aportar otros sectores; desde la política cultural y la innovación tecnológica, a la cooperación internacional. La cohesión que se obtenga de todos ellos constituiría el peso político real del Estado. Y cuánto mayor sea ese peso, mayores serán los

RANKING DE PAÍSES DESTINO DE LA EXPORTACIÓN ESPAÑOLA 2010

Pto.	País	Importe
1º	**Francia**	33.955.931
2º	**Alemania**	19.452.892
3º	**Portugal**	16.577.686
4º	**Italia**	16.296.185
5º	**Reino Unido**	11.496.427
6º	**Estados Unidos**	6.529.718
7º	**Países Bajos**	5.807.698
8º	**Bélgica**	5.221.825
9º	**Turquía**	3.752.728
10º	**Marruecos**	3.448.868
11º	**Suiza**	3.423.743
12º	**México**	2.806.271
13º	**Polonia**	2.783.471
14º	**China**	2.648.086

RANKING DE PAÍSES ORIGEN DE LA IMPORTACIÓN ESPAÑOLA

Pto.	País	Importe
1º	**Alemania**	27.939.043
2º	**Francia**	25.556.601
3º	**China**	18.867.089
4º	**Italia**	16.694.571
5º	**Reino Unido**	10.787.893
6º	**Países Bajos**	10.698.095
7º	**Estados Unidos**	9.364.152
8º	**Portugal**	8.539.929
9º	**Rusia**	6.125.512
10º	**Bélgica**	5.985.762
11º	**Argelia**	4.551.228
12º	**Nigeria**	4.341.680
13º	**Arabia Saudí**	3.539.612
14º	**Japón**	3.471.624

RANKING DE SECTORES EXPORTADOS POR ESPAÑA 2010

Pto.	País	Importe
1º	**Tecnología industrial**	58.628.308
2º	**Industria química**	25.084.468
3º	**Materias primas, semimanufacturas y productos intermedios**	16.056.315
4º	**Industria auxiliar mecánica y de la construcción**	14.875.499
5º	**Moda**	14.507.190
6º	**Productos hortofrutícolas**	11.757.408
7º	**M. Ambiente y producción energética**	10.014.207
8º	**Hábitat**	9.864.108
9º	**TIC's y telecomunicaciones**	4.219.797
10º	**Panadería y otros**	3.630.686

RANKING DE SECTORES IMPORTADOS POR ESPAÑA 2010

Pto.	País	Importe
1º	**Tecnología industrial**	51.947.287
2º	**M. Ambiente y producción energética**	43.505.667
3º	**Industria química**	33.249.612
4º	**Moda**	19.052.876
5º	**TIC's y telecomunicaciones**	15.304.999
6º	**Industria auxiliar mecánica y de la construcción**	14.835.604
7º	**Hábitat**	13.488.662
8º	**Materias primas, semimanufacturas y productos intermedios**	13.229.648
9º	**Ocio**	6.763.769
10º	**Panadería y otros**	6.478.892

Un interés público y privado

Juan Rosell Lastortras
PRESIDENTE DE CEOE

La labor diplomática de España ha sufrido un cambio de objetivos a lo largo de su historia. Lo que en otro tiempo se centraba más en mantener relaciones políticas y de buena vecindad ha ido evolucionando hacia las relaciones económicas, expansión y consolidación de los intereses españoles en el extranjero y de inversiones extranjeras en nuestro país.

Cada vez cobra mayor importancia la vertiente económica y comercial de nuestra política exterior. Nuestros intereses en el exterior conforman ya más del 60% de nuestro PIB y de ellos viven varios millones de españoles. En estos momentos, la española es una de las economías más abiertas del mundo. De las inversiones españolas en el exterior viven muchos españoles residentes en nuestro país –y fuera de él–, cuyos empleos y cuyas rentas es obligatorio proteger y defender si no se quiere que baje el nivel de vida medio de nuestra sociedad.

Por ello, es imprescindible revisar el concepto tradicional del Servicio Exterior. Los intereses españoles en el extranjero necesitan contar con la colaboración de nuestro Gobierno, cuya labor debe centrarse en apoyar esos intereses cuando estén en contraposición con los de nuestros socios y amigos, utilizando todos los instrumentos diplomáticos de los que dispone. Para ello es necesario identificarlos, valorar su importancia y conocer las posibles dificultades con las que se van a encontrar.

El proceso de internacionalización de la empresa española ha alcanzado en los últimos veinte años un dinamismo sin precedentes en nuestra historia económica. España ha pasado de ser un país receptor de inversión extranjera a convertirse en uno de los miembros de la comunidad internacional que mayor volumen de inversión realiza en el exterior. Durante los últimos años, las inversiones de las empresas españolas en el exterior han situado a nuestro país entre los diez países del mundo que mayor inversión han realizado en otros mercados.

Ya no sólo en los países de América Latina, sino también en la Unión Europea, nuestras empresas se han ido posicionando de una manera cada vez más activa. Más recientemente, también en los Estados Unidos ha aumentado la inversión y la actividad de las empresas españolas. Asia es el continente donde debemos de incrementar nuestra apuesta empresarial de una manera más importante.

Las empresas y las organizaciones empresariales son cada vez más parte activa de la actividad internacional y usuarios del Servicio Exterior. Todo Gobierno tiene la obligación de garantizar la seguridad y la tranquilidad de sus ciudadanos y de protegerles en todo momento en la búsqueda individual de su bienestar. Parece, pues, obvio que el tejido empresarial, creador de riqueza y generador de empleo dentro y fuera de España, intervenga activamente en la instrumentación de una Política Exterior adecuada y esté informado en todo momento de la aplicación de la misma.

Cada vez cobra mayor importancia la vertiente económica y comercial de nuestra política exterior. Nuestros intereses en el exterior conforman ya más del 60% de nuestro PIB.

Nuestro país tiene que elaborar una política exterior en torno a unos intereses comunes claros y con un amplio consenso sobre la mejor forma de defenderlos. CEOE, como representante de la clase empresarial española, y la Administración deben diseñar juntos dicha política para ser adoptada por las distintas fuerzas políticas y aplicada por los sucesivos Gobiernos.

El sector exterior debe de constituir, en este marco, uno de los pilares del nuevo modelo de crecimiento español. Debemos redoblar la coordinación de todos los agentes, públicos y privados, que realizan actividades de promoción de la internacionalización. Para ello, hay que mantener la dotación presupuestaria de las políticas de promoción comercial e introducir criterios privados en la gestión y evaluación de estas actuaciones. Con este objetivo, se tiene que proporcionar a las Organizaciones Empresariales un marco estable de colaboración con la Administración en este ámbito.

La diplomacia económica es una de las principales herramientas a aplicar para seguir avanzando por el camino de la internacionalización de nuestras empresas, y que nos ayudará a solventar los problemas derivados de la actual crisis económica.

réditos -primero políticos, y luego económicos- que reciba el país.

Ya desde finales del siglo pasado, son los propios Jefes de Estado o de Gobierno de cada país quienes encabezan y representan el principal apoyo de sus empresas nacionales al multiplicar las reuniones tanto con sus homólogos como en los distintos foros internacionales, para obtener así contratos o licitaciones que redunden en beneficio para esas empresas. El caso más llamativo y transparente es el de Estados Unidos. Allí, los máximos responsables de la Administración no sólo proclaman sino que ejecutan el apoyo a sus empresas, como objetivo -dicen- central de su política exterior. La principal razón, el fuerte crecimiento de su comercio exterior -y el del empleo vinculado- en la última década del siglo XX.

Francia es, tras Estados Unidos, el país que más intervenciones personales del Presidente de la República, del Primer Ministro o de los miembros del Gobierno realiza a favor de sus empresas. En Japón, es el Ministerio de Industria y Comercio el encargado de vertebrar la diplomacia económica del país, en estrecha colaboración con los Ministerios de Asuntos Exteriores, Defensa e incluso Educación. Un buen número de funcionarios de este departamento viaja por el mundo durante las vacaciones escolares para investigar la situación del mercado mundial. Y en el Reino Unido, Canadá o los Países Bajos, los respectivos Ministerios de Asuntos Exteriores siguen de cerca los asuntos que engloba la diplomacia económica.

En definitiva, la diplomacia económica generalizada a lo largo de la segunda mitad del siglo XX fue la entendida como la que buscaba objetivos económicos por medios diplomáticos, se apoyara o no en instrumentos económicos para lograrlos, y la que al mismo tiempo alcanzaba también objetivos políticos.

Esa diplomacia de finales del siglo XX ha tenido ahora que adaptarse a la nueva economía, a los nuevos mercados financieros, flexibles y volátiles, a la innovación tecnológica y a la sociedad de la información. Todo ello, en un ámbito en el que las empresas compiten internacionalmente por delante de los Estados.

En nuestro mundo globalizado, cualquier servicio exterior que pretenda ser competitivo debe contar con una diplomacia convenientemente adaptada, que conozca tanto la negociación de las reglas de la competencia, como los acuerdos que deben respetarse en el comercio mundial o las condiciones del desarrollo económico. En estos terrenos, la diplomacia económica es especialmente relevante.

LAS FUNDACIONES CONSEJO SE REÚNEN CON LA MINISTRA DE EXTERIORES PARA FOMENTAR LA DIPLOMACIA ECONÓMICA ESPAÑOLA

Coordinar la actividad de los Consejos de España y fomentar la diplomacia económica española fueron los objetivos de la recepción que mantuvo recientemente la Ministra de Asuntos Exteriores y de Cooperación, Trinidad Jiménez, con los Presidentes de las Fundaciones-Consejo que España tiene constituidas con Australia, China, Estados Unidos, India, Japón, México y Rusia. Asistieron, entre otros, Juan Rodríguez Inciarte y Emilio Lamo de Espinosa, Presidente y Vicepresidente de la Fundación Consejo España-EEUU; Juan Lladó, Presidente de la Fundación Consejo España-China, y Pedro Solbes, Presidente del capítulo español del Foro España-China. Entre los temas abordados en la reunión destacó el papel de la sociedad civil española en el fomento de las relaciones internacionales con otros países, incidiendo especialmente en la diplomacia económica. La Ministra Jiménez mostró la firme voluntad de su departamento de potenciar la diplomacia económica, con el fin de impulsar las exportaciones y de favorecer la inversión española en aquellos sectores en los que España es puntera, como el sector de las infraestructuras, el del transporte, las telecomunicaciones, la ingeniería civil, la moda, el deporte o la industria cultural, entre otros, sectores que son clave para el crecimiento económico y la creación de empleo. En la actualidad, existen siete Fundaciones-Consejo impulsadas y coordinadas desde el Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación. La más antigua es la Fundación Consejo España-Estados Unidos y la más reciente la Fundación Consejo España-Australia, creada en julio de 2010. Próximamente podrían constituirse nuevas Fundaciones Consejo con países esenciales para las relaciones económicas y culturales de España, como Marruecos o Brasil, de cara a acercar las sociedades civiles en aras de un mejor conocimiento mutuo.

En apoyo a la internacionalización

Alfredo Bonet
SECRETARIO DE ESTADO DE COMERCIO EXTERIOR

La internacionalización ha jugado un papel esencial en el proceso de desarrollo y modernización de nuestra economía Así, el sector exterior se ha consolidado como un motor de la recuperación y del crecimiento económico que jugará un papel aún más relevante en el nuevo modelo productivo al que estamos evolucionando. La Secretaría de Estado de Comercio Exterior del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio es el órgano encargado del diseño y ejecución de las políticas e instrumentos de impulso a la internacionalización, dirigidos a apoyar a las empresas españolas exportadoras de bienes y servicios e inversoras en el exterior, así como a promover la atracción de inversión extranjera. Trabajamos en diversas líneas estratégicas, que van desde aumentar el número de empresas exportadoras y diversificar nuestras exportaciones hacia los mercados de mayor potencial, eliminando obstáculos y barreras y orientando hacia ellos a nuestras empresas, a elevar el valor añadido de nuestra oferta impulsando factores de competitividad como diseño, marca, innovación o calidad y contribuyendo a mejorar la imagen del Made in Spain. Tratamos también de promover sus inversiones en el exterior y de atraer un mayor volumen de inversión directa extranjera y favorecer la reinversión de las empresas establecidas en España.

Nuestro objetivo es, en definitiva, apoyar a las empresas que se encuentran en proceso de internacionalización con instrumentos eficaces y defendiendo sus intereses en el exterior. En la medida en que dichos intereses pueden ser considerados de Estado, la política de internacionalización debe incorporar el apoyo institucional y político ante empresas, instituciones y gobiernos extranjeros, en el ámbito de la denominada diplomacia económica.

Las condiciones de los mercados internacionales evolucionan sobre la base de una mayor competencia resultante del reequilibrio de poder económico que se está produciendo en el mundo. Ello exige un seguimiento permanente de esas transformaciones, económicas y políticas, para asesorar y orientar a las empresas sobre bases sólidas, pero también la construcción de vínculos bilaterales privilegiados para poder ofrecerles apoyo institucional. La globalización ha hecho que la diplomacia económica y comercial haya incrementando su peso en la política exterior en el mundo. En nuestro caso, la coordinación estrecha entre la secretaría de Estado de Comercio Exterior y el Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación resulta, pues, cada vez más necesaria, y tanto en España como en el exterior.

En el exterior, la red de un centenar de Oficinas Económicas y Comerciales de nuestras Embajadas constituye una estructura administrativa diseñada y desplegada específicamente para servir a las empresas en su internacionalización, como centros de información y asesoramiento, de prestación de servicios de valor añadido, de ejecución de las actividades promocionales sobre el terreno y de defensa de sus intereses específicos ante las instancias locales públicas y privadas en el marco de nuestra acción exterior. Esa labor de mayor coordinación en el exterior debe complementarse con el avance de la colaboración en España a tres niveles diferentes. Por un lado, con el resto de instituciones activas en esta labor, como Comunidades Autónomas y Cámaras de Comercio, con las que venimos logrando avances importantes en el seno del Consejo Interterritorial de Internacionalización. Además, con los demás ministerios con actividad internacional, para lo que pronto verá la luz el nuevo Grupo de Trabajo Interministerial que, bajo nuestra presidencia, permitirá incorporar a la política de internacionalización las prioridades de otras políticas sectoriales u horizontales. En tercer lugar, con el sector privado, con el que mantenemos varios instrumentos de interlocución permanente, de alcance tanto sectorial como empresarial precisos para desarrollar la labor de apoyo que demandan.

Nuestro objetivo es apoyar a las empresas que se encuentran en proceso de internacionalización con instrumentos eficaces y defendiendo sus intereses en el exterior.

El sector exterior incrementará su peso en nuestra actividad económica en los próximos años, y corresponde a la Administración promover ese proceso apoyando a las empresas en su expansión. Esta dimensión económica y comercial debe incorporarse de manera creciente en nuestra acción exterior en el marco de un enfoque que prime la especialización y aproveche las sinergias que ofrece la estrecha y leal colaboración entre las Administraciones comercial y diplomática.

El ejemplo de las Fundaciones Consejo

Antonio Garrigues Walker
PRESIDENTE DEL DESPACHO DE ABOGADOS GARRIGUES

He tenido la oportunidad de participar en todas las Fundaciones Consejo que se han creado por iniciativa del Ministerio de Asuntos Exteriores en los últimos años y he vivido con ellas sus retos, sus logros y sus dificultades. La primera fue la de España-Estados Unidos y la última la de España-Australia a la que se añadirán previsiblemente otras en el futuro. Rusia, China, India, Japón, Méjico son los demás países en los que se ha aplicado una fórmula de relación que tiene las tres siguientes características:

Son Fundaciones de carácter jurídico privado en las que la financiación es fundamentalmente privada pero cuentan con la implicación y el apoyo del Ministerio y la colaboración en muchos casos de Ayuntamientos y Comunidades Autónomas. Es un ejemplo de sinergia público privada que hasta el momento ha funcionado con total eficacia, debido en gran medida a la increíble capacidad de acción de un equipo reducido de cargos públicos y de funcionarios del Ministerio, que logran llevar a cabo tareas difíciles y complejas y dinamizan la actividad global de la Fundación.

Son Fundaciones que aunque se ocupan de favorecer la relación económica en su conjunto y la financiera y empresarial en concreto, tienen objetivos más amplios y prestan atención a las relaciones culturales en tanto en cuanto las industrias y los intercambios culturales profundizan mejor en el conocimiento de los pueblos y coadyuvan así a multiplicar y enriquecer las demás relaciones.

Son Fundaciones que tienen la voluntad inequívoca de colaborar con otras instituciones o entidades, públicas o privadas, que tengan objetivos similares, incorporándolas, muchas veces, a los patronatos respectivos, ayudando así, en alguna medida, a corregir la resistencia a la colaboración y a la sinergia que predomina entre nosotros.

Las Fundaciones Consejo han cumplido y seguirán cumpliendo un papel importante en un terreno decisivo para nuestro futuro, un terreno en el que estamos moviéndonos con demasiadas inseguridades. Los españoles tenemos una cierta tendencia a infravalorar nuestros méritos y capacidades y también nuestros defectos y limitaciones. Sería cosa buena y saludable que intentáramos corregir esa tendencia porque operar en el mundo actual al margen de las realidades no es conducta prudente y si más bien peligrosa por cuanto con ello se definen equivocadamente objetivos y estrategias y se pierden oportunidades decisivas.

Entre nuestros déficits está el déficit de internacionalización originario de nuestro aislamiento durante la dictadura que provocó entre otras muchas cosas el retraso de nuestra incorporación a Europa. Todos los aislamientos y los retrasos –lección que hay que aprender siempre- se pagan porque sus efectos negativos son, desde luego superables, pero tardan en corregirse. No se superan, en ningún caso, sin un esfuerzo grande y continuado. A ese déficit originario se unen –casi siempre como efectos derivados del anterior- la falta de conocimiento y el desinterés sobre las nuevas situaciones geopolíticas y sus implicaciones. En España "lo internacional" no genera pasión y en algunas ocasiones provoca un auténtico rechazo. Nadie parece aceptar –como afirmaba Lord Acton- que "la política exterior acaba afectando directamente a nuestros bolsillos".

Son Fundaciones de carácter jurídico privado en las que la financiación es fundamentalmente privada pero cuentan con la implicación y el apoyo del Ministerio y la colaboración en muchos casos de Ayuntamientos y Comunidades Autónomas.

A pesar de todo lo anterior no se puede poner en duda el avance que se ha producido en este terreno sobre todo en la última década. Estamos, al fin, en el buen camino. Aún así habrá que aceptar que en comparación con los países de la Europa de los nueve el diferencial negativo sigue siendo profundo en temas culturales y económicos. El déficit idiomático –los datos son contundentes- es otra de las dificultades a afrontar y no es tema menor ni intranscendente. Esta carencia magnifica las demás y a veces se convierte –aunque no se reconozca- en un obstáculo, real o mental, insuperable.

En la mejora del proceso de internacionalización hay que reconocer que el papel del sector público ha sido en su conjunto positivo y desde luego muy superior al privado. La sociedad civil, las cámaras de comercio y sobre todo las organizaciones empresariales tienen que multiplicar su actividad en esta área y sensibilizar y orientar a la ciudadanía sobre el impacto y la importancia de nuestra posición y nuestra acción en el mundo. Las Fundaciones consejo pueden ser especialmente útiles en este proceso.