

## Apoyos a la internacionalización: introducción a los organismos clave en España



### Atrium\*

Un tema sobre el que con frecuencia las empresas tienen insuficiente información es el de los apoyos con los que pueden contar para sus actividades de internacionalización. Ese desconocimiento provoca lógicamente que no utilicen una serie de instrumentos que pueden ayudarles, de manera efectiva y a un coste reducido (que muchas veces es cero), a superar los obstáculos con los que se enfrentan en su actuación internacional.

El objetivo de este artículo es explicar, en primer lugar, cuáles son los principales tipos de apoyo que pueden encontrar las empresas para su actividad internacional.

En una segunda parte -la más extensa del artículo- el objetivo es hacer una presentación de los organismos públicos clave que existen en España, en lo que se refiere a políticas de internacionalización. El objetivo es “situar” cada organismo, de forma que una empresa comprenda cuál es en esencia el tipo de apoyo que se puede obtener de él.

Diferentes organizaciones pueden proveer estos apoyos. Gran parte de los países suelen contar, a nivel del gobierno central, con **organismos de promoción económica en los mercados internacionales**: es el caso de ICEX en España, el ICE en Italia, ProChile en Chile, Promperú en Perú, etc.

Aparte de los temas de promoción, las políticas de apoyo pueden ser muy relevantes en otros aspectos de la actividad internacional de las empresas, como la financiación (tanto de exportaciones como inversiones), o el aseguramiento de operaciones contra diversos riesgos (de pago, políticos, etc.).

Por otra parte, también es frecuente que a nivel de gobiernos regionales y locales existan organismos de promoción internacional.

Cabría mencionar también el papel de organizaciones empresariales, como Cámaras de Comercio, asociaciones empresariales, etc.

---

\* Atrium es el nombre colectivo de un grupo de profesionales de comercio exterior.



También existen entidades privadas que pueden prestar apoyo gratuito o en condiciones económicas favorables a las empresas en su actividad internacional. Se trata normalmente de empresas que comercializan servicios susceptibles de ser comprados por las empresas en su actividad internacional; el suministro de servicios de apoyo es una forma de promocionarse y darse a conocer entre estas empresas.

Por ejemplo, los bancos suelen ser muy activos a este respecto. El motivo para el desarrollo de estas actividades es claro. El banco busca la promoción de los servicios bancarios que ofrece a las empresas, en diversos campos: medios de pago, créditos a la exportación, fianzas, etc. Los bancos ofrecen apoyo a las empresas en su actividad de internacionalización, con el fin de venderles posteriormente sus servicios.

Otras empresas que ofrecen servicios que utilizan las empresas en su actividad internacional también ofrecen, frecuentemente de forma gratuita, servicios de apoyo, como una forma de posicionarse para la venta posterior de sus servicios (por citar un ejemplo, DHL, la empresa de mensajería, tiene una [web](#) con información de interés sobre comercio exterior, perfiles de países, etc.).

Un ejemplo reciente y destacado de la labor de apoyo por parte de entidades privadas es [Exportar para Crecer](#), un **centro de recursos sobre negocio internacional del Banco Sabadell**. A través de este centro virtual el Banco Sabadell ha aglutinado una amplia serie de servicios para la actividad internacional de las empresas, incorporando la colaboración de una serie de empresas e instituciones. Una buena parte de estos servicios se ofrecen de forma gratuita o con descuentos significativos.

**Banco Santander** también tiene una web en Internet, [Santander Trade](#), con información de interés para las empresas interesadas en los mercados internacionales.

Es importante tener en cuenta a este respecto que no es un objetivo de este artículo explicar de forma detallada el funcionamiento, los procedimientos de tramitación, etc., de los instrumentos de ayuda que gestionan estos organismos, algo que excedería con mucho el alcance, y la extensión, de este artículo. El objetivo de este artículo es servir de introducción al sistema de organismos públicos de apoyo a la internacionalización.

Una segunda aclaración: en el artículo nos vamos a centrar en los organismos de la Administración central. No nos vamos a ocupar por tanto de los organismos a nivel autonómico o municipal. Tampoco nos vamos a ocupar de entidades privadas o de entidades semipúblicas como las Cámaras de Comercio. El motivo es muy sencillo: limitación de espacio y claridad. Nos ha parecido que el artículo tendría una utilidad clara si a través de su lectura las empresas pueden obtener una idea más o menos clara del papel de los principales organismos de la Administración central.

### ***Principales tipos de apoyo***

Los apoyos que las empresas pueden obtener tanto de entidades públicas como privadas suponen una ayuda para afrontar las diferentes barreras con las que tropiezan las empresas en su proceso de internacionalización. Como áreas más destacadas de los apoyos se podrían mencionar las siguientes:

- **Información.** La falta de información es una de las principales barreras con las que tropiezan las empresas en su actividad internacional. Prácticamente todas

las entidades que suministran apoyo suelen ofrecer información: información sobre la economía y las condiciones para los negocios de los países; estudios de mercado sobre sectores; información sobre técnicas de comercio exterior, medios de pago, transporte, etc.

- **Financiación.** Es éste uno de los aspectos en los que el apoyo público es más destacado. En el caso de España se ofrece un amplio abanico de instrumentos de apoyo financiero, desde créditos con fondos gubernamentales (como el Fondo para la Internacionalización de la Empresa-FIEM), créditos y capitales para inversiones en el exterior (a través de la empresa semipública Cofides o el Instituto de Crédito Oficial), seguro de crédito a la exportación (a través de la empresa semipública CESCE), etc. Numerosos países ofrecen a sus empresas instrumentos similares de apoyo a la financiación de operaciones internacionales.
- **Identificación de socios potenciales.** Es ésta otra de las barreras clave a las que se enfrentan las empresas cuando abordan un mercado exterior. Las Administraciones públicas de numerosos países, normalmente a través de sus embajadas, ofrecen servicios para identificar socios. Estos servicios pueden ser de distinto alcance (desde el mero envío de una lista de importadores o agentes, hasta la realización de una labor de prospección más a fondo, contactando directamente a estos importadores y agentes para presentar a la empresa, explorar su interés en los productos de ésta, etc.). En España, por ejemplo, el ICEX ofrece un servicio, que realizan las Oficinas Comerciales de las embajadas, de identificación de socios potenciales. Se trata de un servicio de pago, aunque a un precio inferior al del mercado, por lo que tiene un componente significativo de subvención. El resultado final de este servicio es la identificación de una serie de socios que en principio están interesados en explorar sus posibilidades de colaboración con la empresa española.
- **Formación.** La falta de personal preparado para el trabajo internacional es una de las principales barreras con las que tropiezan las empresas. La realización de actividades de formación es una actividad clave en el apoyo a las empresas: mediante cursos (presenciales y online), seminarios, talleres, etc. Hay una gran variedad en la oferta de formación sobre temas de internacionalización, que en ciertos casos es gratuita (especialmente actividades de corta duración).

### ***Organismos clave en España***

En este apartado vamos a explicar, como hemos indicado, cuáles son los organismos públicos clave en la Administración central española en lo que se refiere a apoyos a la internacionalización de la empresa. No es nuestro objetivo recoger de forma exhaustiva todos los organismos públicos cuya actuación puede tener una incidencia sobre la internacionalización de la empresa, sino aquellos que tienen una especial relevancia, dicho de otro modo los organismos cuya consideración es esencial para la empresa que opera en los mercados internacionales.

En nuestra explicación consideraremos **dos tipos básicos de operación exterior de las empresas españolas: exportaciones**, es decir, venta de bienes y servicios a clientes en el exterior; e **inversiones en el exterior**, que suponen una salida de capital de la empresa española, con el fin de constituir una filial en el extranjero, o comprar



una participación en una empresa ya existente. Son dos tipos de operaciones muy distintas, con implicaciones completamente diferentes (aunque no es raro leer informaciones en los medios de comunicación que las confunden, que no saben diferenciarlas correctamente). La exportación es una simple operación de compraventa. La inversión supone que la empresa inversora pasa a ser propietaria de activos en el exterior durante un periodo de tiempo que en principio va a ser relativamente largo.

Hemos identificado siete organismos clave, que vamos a presentar a continuación:

### 1- Secretaría de Estado de Comercio

El organismo más *central* es sin duda la **Secretaría de Estado de Comercio**, integrada en el ministerio de Economía, Industria y Competitividad. No es un organismo que como tal tiene una intensa relación directa con las empresas, pero sí es un organismo que influye o del que dependen varios de los organismos clave que vamos a analizar.

La Secretaría de Estado de Comercio sí tiene una relación directa con las empresas en lo relativo a la gestión del [FIEM \(Fondo para la Internacionalización de la Empresa\)](#). El FIEM es el heredero del antiguo Fondo de Ayuda al Desarrollo. El FIEM concede apoyo financiero en la forma de créditos (que pueden ser concesionales, en mejores condiciones que las del mercado, o en condiciones comerciales, es decir, condiciones de mercado), tanto para operaciones de exportación como para operaciones de inversión en el exterior de empresas españolas. En el FIEM, por tanto, las empresas pueden obtener una fuente de financiación para sus operaciones internacionales.

La Secretaría de Estado de Comercio ha hecho un esfuerzo para flexibilizar la forma de utilizar este instrumento. También para agilizarlo, ya que una crítica habitual de los exportadores en relación con el FIEM (y otros instrumentos) es que su tramitación es lenta y compleja.

Así, con esta finalidad de agilizar la tramitación de operaciones, en 2017 se aprobó una [línea para pequeños y medianos proyectos](#) (de hasta tres millones de dólares). La idea básica es que el proceso de tramitación se ha realizado para el conjunto de la línea. Pero posteriormente la tramitación de operaciones debería ser relativamente rápida, ya que éstas se imputarían a la línea tras su aprobación por la Secretaría de Estado de Comercio, sin necesidad de realizar todo el proceso de tramitación administrativa de una operación FIEM (proceso que, como hemos dicho, se ha realizado para el conjunto de la línea).

### 2- La red de Oficinas Comerciales en el exterior

De la Secretaría de Estado de Comercio depende el que probablemente es, con diferencia, el instrumento más potente y efectivo de apoyo para la internacionalización de las empresas: la [red de Oficinas Comerciales en el exterior](#). Un instrumento que, como hemos apuntado al principio no es suficientemente conocido ni utilizado por numerosas empresas españolas.

Las Oficinas Comerciales cuentan con personal especializado en temas de comercio exterior. Al frente de ellas se encuentran funcionarios de la Secretaría de Estado de Comercio, que han sido específicamente preparados para desarrollar este trabajo de apoyo a las empresas en sus operaciones internacionales.



Las funciones de una Oficina Comercial son diversas. Cubren además otros aspectos además del apoyo a las empresas (relaciones institucionales con las autoridades del país en el que se encuentran, seguimiento de su economía, etc.).

Para la empresa puede ser una fuente de ayuda para aspectos clave de su actividad. Por ejemplo, como **fuentes de información**: sobre el mercado del producto de la empresa, las regulaciones y requisitos técnicos que éste puede tener, empresas competidoras de otros países, aranceles, etc. Las Oficinas Comerciales elaboran regularmente estudios de mercado sobre los principales sectores económicos de los países que cubren; también elaboran un tipo de estudios que puede ser muy útil para empresa que quiere conocer un mercado, como son estudios sobre ferias que se celebran en el país, con información sobre los países y empresas de otros países que han participado, los temas o subsectores que han despertado más interés, etc.

Las Oficinas Comerciales pueden servir también para **identificar potenciales importadores o socios**. En casos de conflictos legales con una empresa del país, pueden asesorar sobre la legislación local, mecanismos de arbitraje, recomendar abogados de confianza, etc. Si hay alguna entidad pública involucrada en el problema, la Oficina Comercial puede prestar también su apoyo institucional a la empresa, interviniendo ante las autoridades del país.

Asimismo, las Oficinas Comerciales pueden prestar apoyo logístico a la empresa, ayudándole en cuestiones que para una empresa española pueden resultar muy complicadas desde España, como conseguir un intérprete, saber cuál es el hotel más recomendable, u organizar agendas de reuniones para la empresa española.

Finalmente, y como otro ejemplo de ayuda que puede ser de gran utilidad, la Oficina Comercial puede facilitar información acerca de la seriedad o solvencia de empresas del país. La Oficina Comercial conoce lógicamente la forma de obtener información sobre estos aspectos. Muchas empresas españolas que han sido objeto de fraudes y estafas en sus operaciones internacionales hubieran podido evitarlos fácilmente si hubieran consultado en un primer momento a la Oficina Comercial. En los casos de empresas fraudulentas o estafadoras, su detección suele ser muy fácil.

### 3- La Red Territorial de Comercio

Junto a la denominada Red Exterior, la formada por las Oficinas Comerciales en el exterior, la Secretaría de Estado de Comercio cuenta con la que se denomina [Red Territorial](#): una red de representaciones en provincias y comunidades autónomas por toda España.

Estas delegaciones territoriales son oficinas de la Secretaría de Estado de Comercio y del ICEX (organismo del que vamos a hablar en el siguiente punto) por toda la geografía nacional. Para muchas empresas pequeñas y medianas, que no conocen bien el funcionamiento de la Administración comercial, pueden ser el primer punto de contacto con la misma.

Una Pyme puede tener interés, por ejemplo, en un crédito del FIEM, pero no sabe cómo ponerse en marcha. ¿Debe ponerse en contacto directamente con la Secretaría de Estado de Comercio en Madrid, un órgano alejado y con el que nunca ha tenido contacto? La delegación de Comercio en su provincia o en su comunidad autónoma puede en este sentido ser un primer punto de contacto y orientación, cercano geográficamente. Lo mismo puede decirse en relación con una empresa que tiene



interés en participar en un foro de inversiones del ICEX en un país, o en otra acción de promoción.

La delegación de Comercio es un **punto de contacto de proximidad**, en el que las empresas pueden encontrar orientación y una vía para entrar en contacto con los organismos centrales situados en Madrid o con las Oficinas Comerciales en el extranjero.

Esta red tampoco es lo suficientemente conocida por parte de muchas empresas españolas. Nuestra recomendación es que las empresas, en especial las Pymes, establezcan un contacto regular con la dirección de Comercio que les corresponda por su geografía, como un primer canal de orientación y acceso al sistema de apoyos públicos a la internacionalización.

#### 4- El ICEX

De la Secretaría de Estado de Comercio depende el gran organismo dedicado a la promoción: [ICEX España Exportación e Inversiones](#).

El ICEX desarrolla una amplia gama de actividades dirigidas a apoyar las empresas. Un tema importante a tener en cuenta es que, al estar unidos administrativamente a través de su dependencia común de la Secretaría de Estado de Comercio, el ICEX y las Oficinas Comerciales actúan con una estrecha integración. El ICEX como tal no tiene oficinas en el extranjero. Sus "oficinas" son las Oficinas Comerciales. Es frecuente escuchar alusiones a la "Oficina del ICEX" en tal país, que en realidad es la Oficina Comercial, pero que efectivamente actúa como la oficina del ICEX (aunque también desarrolla otras funciones que no son de ICEX).

**ICEX y Oficinas Comercial actúan pues con una estrecha imbricación**, y es normal que las empresas no perciban una diferenciación.

La web del ICEX recoge toda la información que elaboran las Oficinas Comerciales: estudios, notas, directorios, etc. El ICEX es el que arregla en España con una empresa la realización de un estudio para identificar socios potenciales en un mercado determinado. Pero el que realiza el estudio es la Oficina Comercial.

El ICEX organiza actividades de difusión de información en España: seminarios sobre mercados exteriores, técnicas de comercio exterior, oportunidades de negocio que se derivan de la actividad de los organismos multilaterales, en fin, sobre todo tipo de temas que sean relevantes para la actividad internacional de las empresas.

Desde hace años estos seminarios se celebran también por Internet. Lógicamente, tanto ICEX como las Oficinas Comerciales han desarrollado una amplia actividad en Internet y redes sociales, como otro canal a través del cual diseminar información.

Dentro de las actividades de información, hay una que ha cobrado especial relevancia en los últimos años, y que puede ser muy útil para la empresa: el servicio personalizado de **identificación de socios**. A través de este servicio, la Oficina Comercial analiza los productos de una empresa e intenta identificar potenciales clientes en su país. Para ello contacta con agentes e importadores, a los que presenta la empresa española y sus productos. De esta forma intenta identificar un grupo de empresas locales interesados en los productos de la empresa española. A ésta le envía un informe, con una descripción de la actividad de cada una de las empresas identificadas, en qué tipo de productos están más interesados, de donde están



importando en la actualidad, etc. El siguiente paso es que la empresa española contacte con los socios potenciales identificados y comience a materializar operaciones, si todo va bien.

El ICEX es el principal organismo que desarrolla **actividades de promoción comercial**, que pueden ser muy variadas: misiones comerciales, ferias, seminarios, encuentros empresariales, foros de inversión... Lo normal es la organización de estas actividades en el país en el que se desarrollan corra a cargo de la Oficina Comercial.

Para terminar, vamos a hacer una mención a otra vertiente relevante en la actividad de ICEX, la **formación**. Por un lado, ICEX realiza, como ya mencionamos, actividades de formación dirigidas a las empresas, sobre mercados, técnicas, etc. Estaríamos hablando aquí de seminarios (o webinaros) de corta duración. Pero también tiene una escuela de negocios, [ICEX-CECO](#), en la que se imparten masters y cursos de larga duración, normalmente sobre temas relacionados con la internacionalización de la economía.

Por último, uno de los programas estrella de ICEX, y que goza de mayor reconocimiento, es el **programa de becarios**, mediante el cual se forman jóvenes graduados, en un largo proceso de formación que incluye estudios en la escuela de negocios de ICEX-CECO en Madrid, un periodo de prácticas en una Oficina Comercial, y un periodo de prácticas en una empresa. Gracias al programa de becarios del ICEX se han formado muchos cientos de profesionales de comercio exterior, que son normalmente muy bien valorados por las empresas. No es exagerado decir que el programa de becarios del ICEX es una de las contribuciones más positivas que ha tenido este organismo.

### 5- CESCE

En la *órbita* de la Secretaría de Estado de Comercio se encuentra otro de los organismos clave que vamos a repasar en este artículo: [CESCE](#), la Compañía española de Seguro de Crédito a la Exportación.

CESCE es una empresa público-privada, es decir, cuyo capital comparten el Estado con empresas privadas, fundamentalmente bancos. (En los últimos años se puso en marcha un plan para privatizar completamente la empresa, que finalmente fue abandonado).

Su función es en principio muy sencilla: **asegurar el cobro de operaciones** con el exterior.

Cuando existe algún tipo de aplazamiento de pago –bien sea a corto plazo, en operaciones que se pagan mediante carta de crédito, transferencia, etc., o bien sea a más largo plazo, con créditos a la exportación- existe el riesgo de que se produzca un impago, y que el exportador, o el banco que ha financiado con un crédito la operación, sufra el correspondiente quebranto.

CESCE es una empresa de seguro, y como tal **asegura contra un riesgo: el riesgo de que se produzca un impago** en una operación internacional.

CESCE ofrece diferentes modalidades de seguro, según el plazo de la operación, el tamaño de la empresa, que se pueden conocer bien en su página web.

En ciertas operaciones **CESCE actúa por cuenta del Estado**: se trata normalmente de operaciones de un cierto tamaño, en países que pueden presentar riesgos especialmente elevados de tipo político. Existen operaciones que por su elevado importe y por los riesgos asociados exigen de un seguro del Estado; no hay aseguradores privados que estén dispuestos a asegurar (a unos precios, claro, razonables). Es el Estado pues el que asegura. Lo normal es que no lo haga directamente, sino que encargue la gestión de la “cuenta del Estado” a una empresa de seguros. En el caso de España, es CESCE la que gestiona la denominada cuenta del Estado.

CESCE puede ofrecer otros servicios complementarios de utilidad para las empresas. Uno de ellos es **información sobre empresas extranjeras**. Como empresa de seguros, CESCE tiene que procurarse información sobre empresas extranjeras cuyos compromisos de pago va a asegurar. De esta forma CESCE dispone de información sobre la solvencia y la seriedad de numerosas empresas. Una empresa española que entra en contacto con una empresa extranjera y quiere tener información sobre ésta, puede encontrarla en CESCE. De entrada, CESCE conoce todas las empresas que han incumplido sus compromisos de pago con empresas españolas a las que CESCE había asegurado (y a las que CESCE tuvo por tanto que indemnizar), incluso de empresas que se dedican de forma deliberada al fraude y la estafa.

Aunque la mayor parte de la actividad aseguradora de CESCE se refiere a operaciones de exportación o compraventa de bienes, CESCE también ofrece un **seguro para inversiones en el exterior**, que cubre riesgos diversos (expropiaciones, guerras, problemas para la repatriación de beneficios, etc.).

Para terminar esta rápida introducción sobre el seguro, hay que añadir que, al margen del seguro por cuenta del Estado, diversas empresas aseguradoras ofrecen seguros para operaciones con el exterior, como [Mapfre](#), [Crédito y Caución](#), [Coface](#), etc. Al margen del seguro por cuenta del Estado, por tanto, las empresas españolas cuentan con una amplia y competitiva oferta de empresas aseguradoras para sus operaciones exteriores.

## 6- COFIDES

En la órbita también de la Secretaría de Estado de Comercio, la función de [COFIDES](#) es muy clara: **apoyar con financiación la inversión en el exterior de las empresas españolas**.

COFIDES es también una empresa que combina en su capital accionistas públicos y privados (aunque entre tres entidades públicas, ICEX, ENISA e ICO cuentan con el 53% del capital). Entre los accionistas privados destaca la presencia de bancos.

A algunos les puede sorprender que se apoye con fondos públicos la inversión de empresas españolas en el exterior, que en una primera lectura se puede considerar que suponen la exportación de empleos a otros países. Este planteamiento responde a una visión estrecha de lo que es la internacionalización. La inversión en el exterior puede ser conveniente por muchos motivos (estar cerca de los consumidores, eludir barreras arancelarias u de otro tipo que limitan las exportaciones, asegurarse el suministro de inputs, fabricar con costes más competitivos). Todos estos elementos favorecen la competitividad de la empresa española, su crecimiento a largo plazo, su rentabilidad, la creación de puestos de trabajo adicionales en España.





Con este planteamiento nació y ejerce su función COFIDES. La inversión en el exterior es una actividad que puede ser recomendable en el proceso de internacionalización de la empresa, y que por tanto hay que apoyar.

COFIDES ofrece en este sentido un apoyo fundamentalmente financiero. Por un lado, puede tomar participaciones en el capital de la sociedad que una empresa española establece en el extranjero. En estos casos, la vocación de COFIDES es tener **participaciones minoritarias**, y no ejerce funciones de control sobre la empresa. Igualmente, su vocación es que su participación sea **transitoria**, retirándose del capital al cabo de un cierto tiempo, cuando la empresa en el exterior ha adquirido un cierto grado de consolidación.

Como instrumento de apoyo, el objetivo fundamental de COFIDES no es la rentabilidad, obtener beneficios, como una empresa “normal”: su objetivo fundamental es apoyar la internacionalización de las empresas españolas.

Por otro lado, puede ofrecer préstamos, tanto a la empresa española en España como a la empresa que ésta ha constituido en el exterior, dependiendo de qué es lo que se estime más apropiado.

COFIDES ha ido flexibilizando con el paso del tiempo sus normas de actuación, con el fin de utilizar modalidades diversas y ágiles de apoyo financiero, siempre con el objetivo último de favorecer la internacionalización de la economía española.

### 7- Instituto de Crédito Oficial (ICO)

El [Instituto de Crédito Oficial](#) (más conocido por sus siglas ICO) es un banco público adscrito al ministerio de Economía, Industria y Competitividad. El ICO es una institución relevante para la internacionalización, aunque una característica que tiene es que su contacto o relación directa con las empresas no es directo. El ICO provee fondos a bancos, asegura los intereses de créditos a la exportación que éstos conceden, actúa como agente financiero del gobierno español, etc., pero lo normal es que una empresa no tenga relación directa con la institución.

El ICO gestiona por ejemplo, por cuenta del Estado el denominado [Contrato de Ajuste Recíproco de Intereses \(CARI\)](#). Se trata de una especie de “seguro de tipo de interés, cuyo objetivo es favorecer las exportaciones españolas incentivando la concesión de créditos (con un plazo de amortización superior a dos años) a tipo de interés fijo por parte de las entidades financieras”.

Mediante el CARI se calcula “la diferencia entre el rendimiento real que obtiene la Entidad Financiera por el crédito de exportación que ha concedido al tipo de Consenso (CIRR) menos el coste de financiarse en el mercado interbancario en la moneda de denominación del crédito, más un margen de gestión. Según este resultado se produce un pago del ICO a la entidad, o viceversa”.

En resumen, el CARI asegura a la entidad financiera contra las fluctuaciones en los tipos de interés, y permite que se ofrezcan créditos a la exportación con un tipo de interés fijo y conocido desde el principio.

El ICO ofrece también líneas de **apoyo financiero para empresas españolas que invierten en el exterior**. Estas líneas son gestionadas por bancos, con los que la



## Escuela de Comercio Exterior

empresa española tiene que efectuar la tramitación del crédito. El ICO “fondea”: provee de fondos a los bancos.

Una tercera actividad importante del ICO es que actúa como **agente financiero del gobierno español** para los créditos del FIEM (que comentamos más arriba). Nuevamente, para la solicitud y tramitación de un FIEM la empresa no tiene que dirigirse al ICO, sino a la Secretaría de Estado de Comercio. Pero el ICO actúa posteriormente, cuando el crédito ya sido aprobado, como agente financiero o como banco del gobierno español.

¿Interesado en conocer más sobre apoyos públicos a la internacionalización, en recibir asesoramiento para optimizar su aprovechamiento de estos apoyos? Contacte con Iberglobal Consultoría de Internacionalización:  
[smartin@iberglobal.com](mailto:smartin@iberglobal.com)