

La oferta formativa en comercio exterior

Inicios y situación actual

Miguel Ramón Pardo Pardo*

Carlos Álvarez Aledo*

En el proceso de internacionalización económica de la región de Castilla-La Mancha se ha tomado conciencia de la importancia que tiene la inversión en capital humano especializado en las actividades de promoción y exportación de productos regionales en el exterior. Este cambio de perspectiva ha impulsado un progresivo incremento de la oferta formativa en dicho ámbito. El Máster de Comercio Internacional y sus Técnicas de la Universidad de Castilla-La Mancha y los cursos promovidos por Cámaras de Comercio, ICEX e IPEX han supuesto un avance sustancial respecto a la oferta formativa existente en la región hace una década.

Palabras clave: internacionalización, comercio exterior, mercado internacional, competitividad, Castilla-La Mancha.



Clasificación JEL: R10, F02.

1. Introducción

La internacionalización de la economía de Castilla-La Mancha es un proceso relativamente reciente. Se inicia en la década de 1980 con un retraso apreciable respecto al conjunto de la economía española por razones estructurales (peso del sector agrario superior a la media nacional, bajo grado de terciarización, acentuado minifundismo empresarial, y especialización fabril en sectores maduros, intensivos en factor trabajo y de contenido

tecnológico bajo), de talante empresarial (tradicional desatención a la promoción y diferenciación de sus productos) y de ubicación geográfica (proximidad a los mercados de Madrid, Comunidad Valenciana, Murcia y Andalucía) (Pardo, 1996). Si a ello añadimos la baja competencia que define históricamente al mercado español y las ancestrales reticencias del empresario a la apertura externa (García Delgado, 1991) es comprensible la orientación secular de la región hacia los mercados nacionales de oferta y demanda, su extrema debilidad exportadora e importadora y su baja apertura externa hasta los años ochenta. Desde entonces el avance de la internacionalización es una constan-

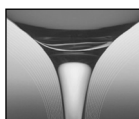
* Profesores titulares del Área de Economía Española e Internacional de la Universidad de Castilla-La Mancha (UCLM).

te —creciente apertura externa y aumento de sus propensiones a exportar e importar—, aunque el desfase relativo respecto a España no se recorta hasta el período 1997-2005. Con todo, en 2005, el grado de internacionalización de la región aún queda muy alejado del promedio español (Morejón, 2006) 81). La internacionalización de la economía regional es un hecho, ha avanzado en las dos últimas décadas, pero todavía queda un amplio trecho por recorrer y esfuerzos a realizar para converger con la media española.

La creciente complejidad de la competencia internacional derivada de la transnacionalización de los procesos productivos y de la globalización de los mercados ha hecho que empresariado y administraciones acepten como premisa que competir fuera de las fronteras nacionales no es ya sólo una posibilidad más para las empresas sino una necesidad, una condición casi imprescindible para su supervivencia. Incluso con independencia del tamaño de la empresa (2) y de su sector de actividad (Manera y Martín, 2006). Entre las estrategias para elevar la capacidad competitiva de las empresas ocupa un lugar destacado la formación de recursos humanos, asumiéndose que el crecimiento y la productividad de las economías se fundamentan cada vez más en el empleo de activos cualificados (Pérez, 2006). En un mundo globalizado dicha capacidad competitiva no puede estar basada únicamente en las ventajas comparativas deri-

vadas de la dotación cuantitativa de factores y su coste de producción sino que, a partir de ellas, han de construirse ventajas adicionales que mejoren las condiciones de calidad, cantidad, eficiencia y precio de sus productos a través de la formación, investigación e innovación y que permiten mantener o acrecentar su nivel competitivo en los mercados globales (Porter, 1990).

La importancia de tales retos es aún más crucial si cabe para llevar a buen término la actividad exportadora de las empresas de la región. La formación de sus recursos humanos se convierte así en un pilar esencial para elevar su competitividad e impulsar su crecimiento económico. España y, sobre todo, Castilla-La Mancha tienen una trayectoria en esfuerzo formativo en comercio exterior menos variada e intensa que los principales países de la Unión Europea (UE) y, en especial, que Estados Unidos. Este desfase permite entender y justificar las mayores dificultades de nuestro territorio para mantener sus mercados internos y penetrar y consolidarse en los internacionales. Ahora bien, la inversión en formación, con resultar esencial, implica un riesgo: que los recursos humanos formados emigren hacia lugares distintos al de formación donde haya mejores ofertas de empleo y mayores salarios. De ahí la relevancia de contar con una oferta formativa en comercio exterior que satisfaga la creciente demanda de recursos humanos cualificados, oferta que las instituciones educativas y formativas reclaman y valoran como elemento clave de desarrollo sin olvidar que, tan importante como disponer de personal cualificado, es integrarlo en el entorno económico formador, si realmente se desea avanzar en eficiencia y competitividad. No basta con crear capital humano mediante formación para elevar los indicadores de cualificación de la población activa, hay



CASTILLA-LA MANCHA

(1) En dicho año la tasa de apertura externa de Castilla-La Mancha fue del 24 por 100 frente al 42,2 de promedio nacional. Las propensiones a exportar e importar, medidas respecto al PIB, fueron del 8,8 y 15,2 por 100 en la región frente al 17 y 25,6 de media en España.

(2) Algunos estudios demuestran una correlación positiva entre tamaño empresarial y orientación exportadora, entendida ésta como probabilidad de exportar. Sin embargo los resultados empíricos no son concluyentes cuando se relaciona tamaño y propensión (intensidad) exportadora de una empresa (Madrid, A. y García, D. 2004).

que incorporarlo eficientemente al mercado laboral para que la inversión realizada tenga sentido. Por ello, tan importante es evitar ineficiencias en el esfuerzo inversor en capital humano por descoordinación o duplicación de actividades formativas idénticas, como impulsar vías que favorezcan la integración de los activos formados en el tejido productivo. Para tales fines, la coordinación y cooperación entre formadores, empresas e instituciones educativas resulta imprescindible.

El resto de nuestro artículo lo centraremos en ofrecer una panorámica general de la formación en comercio internacional en Castilla-La Mancha para, posteriormente, abordar la situación de la formación especializada basándonos en la experiencia obtenida con el Máster en Comercio Internacional y sus Técnicas (MCIT), impartido en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Castilla-La Mancha desde 2001. Con ello se pretende conocer mejor la realidad de dicha formación en la región y, en la medida de lo posible, contribuir a crear nuevas vías para mejorarla y elevar su eficiencia.

2. Dinámica regional de la formación en comercio internacional

La formación en comercio exterior en Castilla-La Mancha —como la mayoría de las acciones de promoción e impulso de las exportaciones— ha ido en paralelo a su proceso de internacionalización. Hasta mediada la década de 1990 la oferta formativa se limitaba a las actuaciones puntuales y de corta duración de las Cámaras de Comercio y a otras, con mayor continuidad pero menos específicas, de la Administración Central (la creación de la Dirección Regional del Instituto Español de Comercio Exterior —ICEX— en 1997

provoca un cambio de tendencia crucial en tal especificidad). En consecuencia, la formación de personal cualificado en la actividad exportadora ocupa hasta finales de los años noventa un lugar secundario en las estrategias de internacionalización de la empresa y de la economía regional si se compara con el otorgado a las herramientas de promoción y ayudas directas a la exportación. El déficit regional de técnicos especializados en comercio exterior deriva, más que de una falta de canales de formación adecuados, de la debilidad de su demanda efectiva por parte del empresariado e instituciones públicas. Tal debilidad concuerda en dicho período con la escasa influencia del fenómeno de la globalización en las estrategias y expectativas del empresariado e instituciones de la región. Es necesario recordar que la incorporación de España a la UE no fue brusca sino escalonada en lo que a desarme arancelario y crecimiento de la competencia respecta. Ello, junto a la tradicional orientación de la economía castellano-manchega hacia el mercado interior, llevó a los agentes socioeconómicos y políticos a infravalorar el impacto de los cambios competitivos y perspectivas en el contexto internacional hasta avanzado el decenio de 1990. En este contexto de reducida implicación empresarial e institucional en el proceso de externalización y de escasa concienciación de su importancia es comprensible el escaso interés de la población activa por orientar su profesionalización hacia el comercio internacional y por realizar un esfuerzo añadido en el aprendizaje de idiomas extranjeros como aspecto complementario pero imprescindible. El tópico de la falta de recursos humanos con conocimiento de idiomas como asignatura históricamente pendiente de la sociedad española y, particularmente, de la castellano-manchega es indiscutible en esta etapa y debe imputarse a una falta de incen-



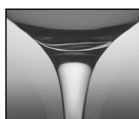
tivos y a un ambiente socioestructural poco propicio para que los estudiantes incorporasen tal perspectiva, hecho que, afortunadamente empieza a cambiar en los últimos años.

En efecto, desde finales del siglo XX, conforme cala entre la sociedad y sus agentes económicos el fenómeno de la competencia y de la globalización, aumenta el atractivo de la formación especializada en comercio exterior y, por ende, se refuerzan mutuamente la demanda y oferta formativa. En este nuevo contexto, la labor formativa necesaria es asumida con decisión por el ICEX, las Cámaras de Comercio, UCLM y Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha. La creación del Instituto de Promoción de la Exportación (IPEX) en 2003 culminó el entramado institucional preciso para impulsar y coordinar el proceso de internacionalización regional, incluidos los aspectos relativos a la formación para promocionar y exportar los productos castellano-manchegos. A pesar de su corta vida, el IPEX ha eliminado el carácter secundario otorgado a la actividad formativa, consiguiendo que la *formación de talento para penetrar en los mercados internacionales*, en palabras de su Director General, se haya convertido en un eje básico de sus acciones, lo que está siendo decisivo para ampliar y consolidar la oferta formativa en comercio exterior.

A día de hoy, dicha oferta se nutre de distintos segmentos de población (fundamentalmente, jóvenes titulados recién incorporados al mercado laboral o a punto de hacerlo y profesionales con cierta experiencia práctica en materia de comercio) y abarca tanto niveles formativos de iniciación como de especialización. Sin ánimo de ser exhaustivos, en el de iniciación se hallan los cursos de Comercio Internacional del Ciclo Superior de Formación Profesional; las asignaturas sobre comercio exterior, economía internacional y es-

pañola de la UCLM en varias carreras (Empresariales, Economía, Administración y Dirección de Empresas —ADE—, Relaciones Laborales...); y los cursos puntuales no reglados de corta duración organizados a título individual o colectivo por las Cámaras de Comercio, UCLM, ICEX e IPEX. Entre los de carácter individual cabe citar los ya señalados cursos de corta duración de las Cámaras, los cursos de verano sobre internacionalización y comercio exterior de la UCLM y, en preparación, los cursos *on-line* del IPEX, interesante iniciativa para extender la formación básica en internacionalización a todos los rincones de Castilla-La Mancha. Entre los de carácter colectivo, destacamos como pionero el Curso de Comercio Internacional organizado en 2000 por la Cámara de Comercio de Albacete y la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales o los más recientes programados por ICEX e IPEX a raíz del convenio firmado en 2006 para favorecer la internacionalización de las empresas de la región. En cuanto a los cursos de especialización, la oferta es menor aunque ha crecido sustancialmente en los últimos años. En este ámbito se encuadran el MCIT (Máster en Comercio Internacional y sus Técnicas) que desde 2001 se imparte de forma ininterrumpida y cuya experiencia será analizada con detalle en el próximo epígrafe; los Cursos de Especialista de la UCLM —en particular el de «bodegas y vinos», curso que incluye temas específicos de comercio exterior—; y el Curso de Gestión Internacional de Empresas que en su primera edición de 2007 han organizado el IPEX y la Cámara de Comercio de Albacete (3).

(3) En octubre de 2007 la UCLM pondrá en marcha un Máster en Administración e Internacionalización de Empresas, con sede en Ciudad Real, que pretende complementar la oferta de formación en Comercio Internacional ya existente. Se impartirá de forma intensiva en viernes y sábado para atender la demanda de profesionales del comercio exterior y trabajadores.



CASTILLA-LA MANCHA

3. La formación especializada a través de la experiencia del Máster en Comercio Internacional y sus Técnicas (MCIT)

3.1. Bases para su diseño e implantación

El diseño, desarrollo y mantenimiento en el tiempo de una formación especializada en la esfera internacional es una tarea compleja, sobre todo si al objetivo final de formar técnicos especialistas se agrega la incorporación efectiva del nuevo capital humano generado al entorno productivo de la región. Para ello, la formación ha de versar no sólo en el aprendizaje de conocimientos teóricos y técnicos sino, también, en la aplicación práctica de los mismos y en la adquisición o desarrollo de otras competencias que, a la larga, juegan un papel esencial para incorporar los recursos humanos formados al mercado de trabajo. Esta fue la premisa inicial para diseñar una formación especializada en comercio exterior que diera respuesta a la demanda presentada en 1999 a la UCLM por los empresarios de la Cámara de Comercio de Albacete a través de su Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales y que, tras crearse el Consejo Regional de Cámaras de Comercio (CRCC), harían suya el conjunto de Cámaras.

Dado que se carecía de experiencia previa en la región sobre este tipo de formación, la primera acción consistió en divulgar la importancia de la formación especializada en comercio internacional para el crecimiento económico de Castilla-La Mancha. En 2000 se realizaron en Albacete y Almansa varios cursos dirigidos a universitarios de último año de carrera y a profesionales del comercio exterior con el objetivo de crear el «caldo de cultivo» preciso para implantar este tipo de formación.

A raíz de dichos cursos surge una demanda potencial de alumnos, se establecen contactos con formadores especializados en este campo —académicos y profesionales de la región o de fuera—, y el ICEX y la Junta de Comunidades manifiestan su apoyo e implicación en el proyecto. Quedaban así sentadas las bases mínimas para abordar el diseño y puesta en marcha de una formación especializada en comercio internacional con perspectivas razonables de eficiencia en sus resultados al tener garantizada una demanda inicial, un núcleo importante de formadores, el apoyo del gobierno regional (4) y la cooperación en el proyecto de todas las instituciones regionales que hasta entonces habían desarrollado algún tipo de actividad formativa en comercio exterior.

La propuesta de formación especializada, elaborada con el fin de poner en marcha un máster como plataforma formativa adecuada y completa, con criterios de exigencia académicos y profesionales, se concreta en los siguientes puntos:

- Dirigida a licenciados y diplomados universitarios y profesionales, con requisitos añadidos relativos a un cierto perfil personal y curricular (formación básica, inglés, experiencia laboral o en prácticas, dominio de nuevas tecnologías de la información...) y que deben justificar en las pruebas de selección.
- Oferta limitada de plazas (30). Hasta 5 podrán ser ocupadas por extranjeros.
- Modalidad de formación presencial con asistencia obligatoria para poder superar las materias impartidas

(4) El apoyo se canalizó inicialmente a través del Consejo Regional de Cámaras. Con la creación del IPEX la colaboración fue asumida directamente en todas las facetas por esta institución. Su integración y cooperación con la UCLM y Consejo Regional de Cámaras de Comercio en la estrategia de formación especializada en comercio internacional es un hecho desde 2003, convirtiéndose en una fuente de dinamismo para la misma.



- Coordinación y distribución de tareas y responsabilidades entre las instituciones

- Programa de formación

- a) Parte teórico-práctica (400 horas). Implica aprendizaje de los conocimientos aceptados en general como imprescindibles para un técnico especializado en comercio internacional (economía, organización empresarial, técnicas contables, aspectos jurídicos de la negociación y contratación, regímenes aduaneros, fiscalidad, medios de pago y financiación, *marketing*, logística y transporte, nuevas tecnologías e inglés comercial) (5), así como desarrollo de un Proyecto Export-Import donde se apliquen tales conocimientos.

- b) Experiencia laboral (mínimo 600 horas). Supone integrar al alumnado en el mundo empresarial-institucional del comercio internacional mediante la realización de prácticas remuneradas en el departamento comercial de empresas castellano-manchegas, en empresas de la UE con las que se haya establecido un convenio previo o en instituciones vinculadas al comercio de la región (incluidas las Oficinas Comerciales de España en el Extranjero –OCEE–).

- La formación teórico-práctica la imparten especialistas del comercio exterior –académicos o profesionales– de reconocido prestigio con independencia de que desarrollen su actividad dentro o fuera de la región. Para que el aprovechamiento de la especialización de los formadores sea intenso, ninguno de ellos puede tener una docencia superior a 10 horas, excepto en los módulos de inglés comercial y Proyecto Export-Import.

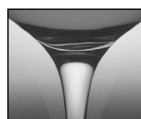
- La enseñanza incluye innovaciones docentes como: utilización de las nuevas

tecnologías; aplicación del *método de caso*, basado en experiencias reales actuales; metodología interactiva y trabajo en grupo profesor-alumno y alumnos-alumnos; distribución específica de responsabilidades de gestión y coordinación (uno o dos tutores por módulo) y seguimiento personalizado de los alumnos; visitas programadas a empresas, ferias para profesionales, puerto y aeropuerto con tráfico de mercancías, y a complejos de distribución logística; y valoración de actitudes que ayuden a alcanzar competencias extraacadémicas esenciales para un profesional del comercio exterior (puntualidad, participación, interés, saber estar, liderazgo, capacidad en toma de decisiones, crítica y autocrítica, expresión oral y escrita, habilidad para consensuar...)

- Calendario lectivo en horario vespertino, concentrado en tres tardes por semana para facilitar a los profesionales el acceso a la formación y para reducir el coste de estancia de los que hayan de desplazarse y pernoctar.

- La adquisición de experiencia laboral implica, de forma ineludible, que cada alumno tenga un tutor en la empresa o institución donde realice las prácticas y elabore una memoria final sobre las mismas, que valorarán los responsables del área práctica.

En abril de 2001 el Consejo de Gobierno de la UCLM aprobó la propuesta formativa de técnicos especialistas en comercio exterior bajo el título de Máster en Comercio Internacional y sus Técnicas. Tras seis ediciones, el MCIT ha registrado cambios en aras de elevar la calidad y mantener su competitividad en el proceloso océano de la oferta formativa de postgrado, lo que ha permitido su consolidación y la obtención de un reconocimiento positivo tanto en la región como en el ámbito de la formación especializada a escala nacional en materia de comercio inter-



CASTILLA-LA MANCHA

(5) Dichos contenidos se distribuyen en ocho módulos. Para obtener información concreta sobre cada uno de ellos puede consultarse en la hoja Web del MCIT o en la web de la UCLM <http://www.uclm.es/estudios> seleccionando *estudios de posgrado, titulaciones propias de máster*.

nacional (6)ⁱ. Un análisis comparativo con éste ámbito nacional revela como principales rasgos diferenciales del MCIT—posibles causas de su atractivo y reconocimiento social— los siguientes aspectos:

- La colaboración interinstitucional, edición tras edición, en su diseño, financiación y coordinación. Posibilitando ajustar la oferta formativa a las necesidades de capital humano de la región y permitiendo un coste por alumno asumible para cualquier estudiante potencialmente interesado

- Plantilla de 62 formadores altamente especializados. Más de un tercio trabajan fuera de la región y 22 son profesionales del comercio exterior. La coordinación de las materias y formadores corresponde a los responsables-tutores de cada módulo y, en última instancia, a la dirección del MCIT. Tal coordinación evita solapamientos docentes, permite alcanzar un alto nivel de enseñanza práctica y el aprendizaje de competencias específicas y transversales básicas para el desarrollo profesional en comercio internacional. Los formadores son evaluados por el alumno con resultados muy favorables hasta el momento. Por ello su rotación es baja, si bien en cada edición hay un promedio de 4 nuevas incorporaciones para cubrir bajas o cambios derivados de la inclusión de nuevas materias en el programa docente.

- Atención tutorial y seguimiento personalizado del alumno. Permite conocer de primera mano el perfil y valores de cada uno, aspecto importante a la hora de asignar las prácticas, si bien exige un arduo trabajo de coordinación entre las instituciones impulsoras del MCIT.

(6) Según la *Guía inteligente de formación* de emagister.com, de los 303 máster relacionados en mayor o menor grado con el comercio internacional y la internacionalización ofertados en España para 2007, el MCIT se encuentra entre los diez más valorados. Por otro lado, la *Revista Emprendedores* lo incluye desde 2004 entre los cinco máster nacionales mejor considerados en el ámbito del comercio internacional.

- Prácticas remuneradas en empresas e instituciones, aspecto que era pionero a escala nacional en los inicios del MCIT y fue potenciado en las sucesivas ediciones. Se trata de un aspecto poco conocido y valorado, pero clave en la integración efectiva de los alumnos formados en el entramado productivo y en la mejora de la capacidad competitiva de las empresas. De hecho, en España son pocas las ofertas formativas de técnicos especialistas en comercio exterior con un sistema de prácticas tan completo y diversificado.

3.2. *Procedencia de la demanda de formación, cambios y resultados del MCIT*

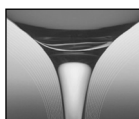
El análisis de la procedencia territorial de los alumnos participantes en el MCIT es interesante para conocer la experiencia, comprender mejor el efecto de cambio socioeconómico y estructural que para la región tiene su implantación, y valorar algunas limitaciones del mismo que sugieren la necesidad de complementarlo con otras iniciativas formativas. La procedencia del alumnado demandante del MCIT ha cambiado con el paso de los años reflejando la internacionalización y regionalización de la demanda formativa (Cuadro 1). El fuerte desequilibrio inicial derivado del predominio de demandantes naturales de Albacete (79 por 100 frente al 21 por 100 del resto de la región) es coherente con que fuera en dicha provincia donde se desarrollaron en 2000 los cursos formativos previos a la puesta en marcha del MCIT, lo que favoreció un mayor conocimiento y difusión de la nueva oferta formativa. Ello concuerda también con otro hecho que, probablemente, seguirá incidiendo en el futuro: el Campus de Albacete es el único de la región donde se imparte la licenciatura en



CUADRO 1
PROCEDENCIA DE LA DEMANDA FORMATIVA DEL MÁSTER EN ADMINISTRACIÓN INTERNACIONAL Y SUS TÉCNICAS

	2001-02	2002-03	2003-04	2004-05	2005-06	2006-07	Tl. 2001-07
Albacete	79,2	68,2	62,1	52,4	76,0	47,6	64,8
Ciudad Real	12,5	13,6	3,4	9,5	4,0	19,0	9,9
Cuenca	4,2	9,1	6,9	9,5	4,0	4,8	6,3
Toledo	4,2	0,0	6,9	9,5	4,0	9,5	5,6
Castilla-La Mancha	100,0	90,9	79,3	81,0	88,0	81,0	86,6
Resto Europa	0,0	0,0	3,4	0,0	0,0	0,0	0,7
Bélgica	0,0	4,5	3,4	4,8	0,0	4,8	2,8
Holanda	0,0	0,0	0,0	0,0	4,0	0,0	0,7
Francia	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	4,8	0,7
Unión Europea	0,0	4,5	3,4	4,8	4,0	9,5	4,2
Argentina	0,0	4,5	0,0	4,8	0,0	0,0	1,4
México	0,0	0,0	3,4	4,8	4,0	0,0	2,1
Colombia	0,0	0,0	3,4	4,8	0,0	0,0	1,4
Brasil	0,0	0,0	0,0	0,0	4,0	9,5	2,1
Sudamérica	0,0	4,5	6,9	14,3	8,0	9,5	7,0
China	0,0	0,0	6,9	0,0	0,0	0,0	1,4
TOTAL extranjeros	0,0	9,1	17,2	19,0	12,0	19,0	12,7
TOTAL alumnos	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia a partir de la Base de datos del MCIT



CASTILLA-LA MANCHA

Economía (7). En las ediciones siguientes el desequilibrio tiende a moderarse (8). Así, en 2006-2007, el alumnado albaceteño representa el 47 por 100 frente al 34 y 19 por 100 del resto de provincias y extranjero, respectivamente.

Por otro lado, la información recopilada indica que el atractivo del MCIT es alto pa-

ra los estudiantes del Campus de la UCLM en Albacete, notable para los de Ciudad Real y Cuenca, y aceptable para los de Toledo, al igual que para los universitarios albaceteños que han estudiado en las universidades de Alicante y Murcia y para los profesionales de Albacete. Sin embargo, resulta nulo para los profesionales del resto de provincias. El conjunto de esta información constituye un indicio suficiente para revalidar la sólida implantación del Máster en su configuración actual, aunque también permite deducir la conveniencia de complementarlo con cursos de especialista dirigidos principalmente a profesionales. La respuesta a tal necesidad queda reflejada ya en acertadas iniciativas como el Curso de Gestión Internacional de Empresas organizado por el IPEX y las Cámaras de Comercio impartido en 2007 en Albacete y que, presumiblemente se extenderá por el resto de Cámaras de Comercio de la Región. Tal iniciativa amplía la oferta formativa regional sin mermas en su eficiencia ya que su solapamiento con la demanda potencial del MCIT es mínimo. Algo parecido sucede con el ya citado Máster en Administración Internacional organizado

(7) La mayoría del alumnado que cursa el MCIT son licenciados en Economía y ADE, siendo el Campus de Albacete el único que alberga ambas titulaciones. En Ciudad Real, Cuenca y Toledo únicamente se imparte ADE. Otras titulaciones con presencia significativa de alumnos son Derecho, Ingeniería Industrial, Turismo, Comercio y Filología.

(8) Para valorar en su justa medida la importancia del desequilibrio espacial de la demanda conviene puntualizar que Albacete es el Campus con mayor demanda formativa potencial de la región si atendemos al grado de implantación de los estudios universitarios más adecuados para la especialización en comercio internacional (Economía, ADE, Derecho, Ingeniería Industrial y Filología). Además, la proximidad a universidades (Valencia, Alicante y Murcia) con otras titulaciones adecuadas (Turismo y Comercio) inexistentes en la UCLM favorece que alumnos albaceteños que las cursaron opten por especializarse en comercio exterior a través del MCIT (5,6 por 100 de sus alumnos), lo que contribuye a elevar la demanda potencial de naturales de la provincia. Además, todos los profesionales que han cursado el MCIT (7,1 por 100) también proceden de Albacete. En suma, el desequilibrio espacial en la demanda por parte del alumnado formado en la UCLM a favor de la provincia de Albacete no es tan intenso como se deduce de una visión somera de la información.

por la UCLM bajo modalidad semipresencial, orientado preferentemente a profesionales, que se impartirá en Ciudad Real próximamente.

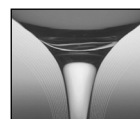
En cuanto al desarrollo del MCIT, se han introducido cambios orientados a mejorar la calidad de la formación y a darse a conocer entre los potenciales demandantes de formación y entre el empresariado regional. El bajo dominio de idiomas extranjeros ha sido uno de los principales problemas a los que ha debido hacer frente. Conscientes de ello y de la necesidad para un técnico especializado de dominar, al menos, el inglés, desde la primera edición se implantaron clases de conversación en esta lengua a nivel elemental, medio y superior (9). Dichas clases las imparten profesores nativos con dominio de la jerga comercial, en jornada matinal paralela al desarrollo de la primera parte del MCIT, a grupos de no más de seis personas. El resultado ha sido muy positivo, convirtiéndose en uno de los atractivos añadidos del MCIT. Desde 2005-06 se amplió la oferta de idiomas extranjeros implantando clases de francés en niveles de iniciación y medio. Con ellas, el objetivo es ampliar el currículo de idiomas del alumnado y prepararlos para que se desenvuelvan mejor si realizan prácticas en empresas de la UE concertadas a través del Programa Manxa (10) o de la Oficina de Relaciones Internacionales (ORI) de la UCLM.

Otro cambio con entidad propia ha sido la internacionalización del MCIT. Desde su segunda edición se estimó convenien-

te incorporar un número limitado de alumnos extranjeros que añadiesen al perfil general requerido el deseo de incorporarse a empresas de la región al concluir su formación. Tal incorporación podría realizarse, según necesidades de la empresa, residiendo en territorio nacional o en su país de procedencia. Los objetivos perseguidos con esta medida son: prestigiar la imagen del MCIT y darlo a conocer fuera de España; abrir nuevos caminos a las empresas castellano-manchegas ofreciendo la posibilidad de incorporar técnicos con gran conocimiento de mercados extranjeros específicos, tanto desde la óptica de su funcionamiento como de los hábitos y costumbres, aspecto que consideramos esencial para el éxito en la negociación y penetración de las mercancías de la región en tales mercados; y mejorar la formación de los alumnos nacionales en la medida que su interrelación con los extranjeros les proporciona conocimientos de culturas distintas a la española. Además, el excelente dominio del inglés que, en general, poseen los extranjeros y las lenguas nativas diferentes al castellano de algunos de ellos (francés, portugués, chino...) posibilitaron el multilingüismo en las relaciones entre alumnos, lo que redundó en un beneficio general en conocimiento de idiomas. El balance de esta medida ha sido, pues, muy positivo. Por un lado ha enriquecido en gran medida el aprendizaje entre iguales (alumno-alumno). Por otro, el 78,6 por 100 de los extranjeros que concluyeron la formación en 2001-2006 trabajan para empresas castellano-manchegas, dos tercios residiendo en la región y un tercio en su país de origen, lo que corrobora el alto grado de eficiencia logrado en la formación del alumnado extranjero. Una segunda medida impulsora de la internacionalización del MCIT ha sido la realización de prácticas en empresas e instituciones extranje-

(9) Estas clases son voluntarias y a bajo coste para el alumno, lo que implicó la búsqueda de financiación adicional a la proporcionada por el MCIT. Fue atendida por la UCLM y por el IPEX. Tales clases son independientes de las obligatorias del módulo de inglés comercial.

(10) La mayoría de las prácticas en empresas en la UE tienen lugar en Bélgica en virtud de las relaciones establecidas entre la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de Albacete y la Escuela de Comercio de Lieja.



CASTILLA-LA MANCHA

ras, aspecto que ampliaremos más adelante.

A los cambios reseñados hay que añadir otros de menor calado individual pero, en conjunto, de gran influencia para mejorar la imagen externa y competitividad del MCIT en el mercado nacional de formación especializada en comercio exterior. Entre ellos destacan: las modificaciones en el contenido del programa para mantener actualizadas las enseñanzas y los materiales facilitados al alumno; la mejora de los medios tecnológicos para la docencia; los sucesivos ajustes en el calendario para facilitar la preparación de exámenes y mejorar la asimilación de conocimientos; la ampliación de las visitas prácticas programadas a empresas, ferias y centros de logística; la incorporación de asistencia a jornadas matinales sobre mercados exteriores específicos organizadas por el área de comercio exterior de la Cámara de Comercio de Albacete; la entrega a los alumnos de una guía práctica para el ejecutivo internacional, en edición bilingüe español-inglés, ideada y financiada por el IPEX (Ferdinand, S.R, 2006); la reglamentación del procedimiento para seleccionar a los alumnos que habiendo superado la parte teórico-práctica con una calificación de nivel medio-alto o excelente optan a prácticas en OCEE organizadas y financiadas por la Consejería de Industria a través del IPEX (11); la crea-

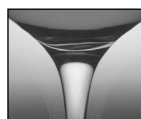
ción de hoja web y base de datos propias del MCIT, así como una pequeña biblioteca especializada en comercio internacional accesible, bajo préstamo, para el alumnado; la programación por el IPEX de actividades formativas complementarias a las ya recibidas por los alumnos elegidos para incorporarse a OCEE; el curso acelerado de idiomas organizado por la ORI para alumnos que harán sus prácticas en empresas de la UE —impartido antes de partir a su destino—...

Los cambios introducidos corroboran que el MCIT es una oferta formativa viva, en constante evolución y adaptación, que únicamente mantiene invariable su objetivo de ofrecer una formación de calidad que garantice la eficiencia de los recursos empleados y la integración profesional en el entorno laboral regional del capital humano generado. De los 121 alumnos que lo cursaron en las cinco primeras ediciones, el 94,8 por 100 —tasa de éxito— superó las exigencias de aprendizaje requeridas. De ellos el 6,6 por 100 con un nivel excelente y el 40,5 por 100 medio-alto, lo que indica la bondad de los resultados obtenidos (Cuadro 2).

3.3. Formación e integración en el mundo laboral: sistema de prácticas del MCIT

La segunda parte del MCIT está orientada a la formación laboral de los alumnos que superan la fase teórico-práctica. Con ella se pretende un doble objetivo: que tales alumnos conecten con la realidad del comercio internacional en el mundo laboral

del MCIT, el Director General del IPEX, un técnico del Consejo Regional, el profesional encargado de impartir las clases de inglés y el módulo de inglés comercial y un técnico del ICEX conocedor de las pruebas que realiza dicho organismo para seleccionar a sus becarios para OCEE.



CASTILLA-LA MANCHA

(11) Inicialmente dichas prácticas se asignaban a los alumnos con mejor calificación media en la parte teórico-práctica. Desde 2004-2005 se cambió el sistema de forma que todo alumno con un nivel de calificación medio-alto o excelente pueda optar a ellas realizando una prueba de selección consistente en una simulación de la promoción y venta del producto que eligieron para su Proyecto Export-Import a unos potenciales clientes que son el Tribunal de Selección. Dicha prueba deben realizarla obligatoriamente en inglés, utilizando los medios que estimen más oportunos (tarjetas de visita, catálogos, muestras, folletos sobre redes ficticias de distribución, vídeos u otro material informático...) con el único condicionante de que han de elaborarlas personalmente. En cuanto al Tribunal de Selección está configurado por el Director y Secretario

CUADRO 2
RESULTADOS DEL MCIT (2001-2006)
(Porcentajes)

Aptos						
Edición	Inscritos	Suficiente	Medio	Medio-Alto	Excelente	No aptos
2001-02	100,0	0,0	45,8	37,5	16,7	0,0
2002-03	100,0	4,5	40,9	50,0	0,0	4,5
2003-04	100,0	6,9	44,8	44,8	0,0	3,4
2004-05	100,0	28,6	23,8	33,3	4,8	9,5
2005-06	100,0	0,0	36,0	36,0	12,0	12,0
TOTAL	100,0	7,4	38,8	40,5	6,6	5,8

(1) Calificación media entre 5 y 6
(2) Calificación media superior a 6 e inferior o igual a 7,5
(3) Calificación media superior a 7,5 e inferior a 9
(4) Calificación media superior a 9
Fuente: Elaboración propia a partir de la Base de Datos del MCIT

y que las empresas conozcan su formación y opten por incorporar técnicos especializados en sus plantillas para abordar por primera vez o intensificar su actividad exportadora. De las prácticas depende en gran medida que el MCIT resulte eficiente pues supone el primer paso para la integración del nuevo capital humano generado en el entramado productivo de la región.

Conscientes de ello, las prácticas han sido consideradas desde la primera edición un aspecto esencial del MCIT. De ahí el esfuerzo por potenciarlas, ampliando su duración y diversidad sin menoscabo del planteamiento inicial que las considera como un período de aprendizaje para acumular experiencias a través de un trabajo donde el alumno desarrolle las competencias y conocimientos adquiridos bajo la dirección de un tutor personal, elegido por la empresa o institución demandante con el visto bueno del coordinador general de las prácticas, tarea que recae sobre un técnico del CRCC. La actividad en prácticas establece también una remuneración que varía según el país donde se realice. Dicha remuneración, que no salario, permite al MCIT detectar el interés real de las empresas demandantes, a la vez que pone en valor la actividad del alumno sin encarecer el coste de su formación.

Las prácticas en empresas e instituciones localizadas en Castilla-La Mancha son la modalidad más común (64 por 100 de las realizadas en 2001-2006), distribuyéndose por todo el territorio regional: 44,6 por 100 en Albacete; 21,5 por 100 en Ciudad Real; 7,7 por 100 en Cuenca; 1,5 por 100 en Guadalajara; y 24,6 por 100 en Toledo. Tales prácticas implican una duración mínima de cuatro meses —en la primera edición el mínimo fue tan sólo de dos—, aunque con frecuencia y previo acuerdo entre la empresa y el MCIT se amplía a seis meses. La remuneración de las mismas es realizada a partes iguales entre la empresa y la Junta de Comunidades y, en el caso de ampliarse el período de prácticas, la financiación adicional es aportada exclusivamente por la empresa. La notable diversidad de sectores y ramas de actividad a las que pertenecen las empresas donde se desarrollan las prácticas es un indicador de que el fenómeno de la internacionalización está calando en todo el tejido productivo de Castilla-La Mancha. En la industria, los principales sectores demandantes de prácticas son el agroalimentario (27,4 por 100) —sobre todo la rama de vinos— y, a distancia, el químico y plásticos y calzado (Cuadro 3). En el sector servicios la demanda está liderada por los de carácter financiero —Caja de



CUADRO 3
PRÁCTICAS EN EMPRESAS E INSTITUCIONES DE CASTILLA-LA MANCHA POR ACTIVIDADES (2001-2006)

Ramas, subsectores y sectores	(Porcentaje)	Ramas, subsectores y sectores	(Porcentaje)
Vinos	20,5	Pinturas	2,7
Aceites	1,4	Productos farmacéuticos	1,4
Chocolate	1,4	Otros productos químicos	2,7
Cárnicas	1,4	Plásticos	2,7
Lácteas	1,4	Químico y plásticos	9,6
Conservas Vegetales	1,4	Artes gráficas	1,4
Agroalimentario	27,4	Otras industrias	2,7
Cuero y calzado	5,5	Total industria	60,3
Muebles	2,7	Logística y distribución	4,1
Embalajes	1,4	Asesoramiento	2,7
Madera y muebles	4,1	Transportes	2,7
Cuchillería	2,7	Servicios financieros	16,4
Extruidos	1,4	Cámaras de Comercio	4,1
Transformados metálicos	4,1	IPEX	8,2
Pr. min. no metálicos	1,4	Fundación CLM Tierra de Viñedos	1,4
Maquinaria y equipos	2,7	Servicios institucionales	13,7
Automóvil	1,4	TOTAL servicios	39,7
Maquinaria y mat. de transportes	4,1	TOTAL prácticas	100,0

Fuente: Elaboración propia a partir de Base de Datos del MCIT



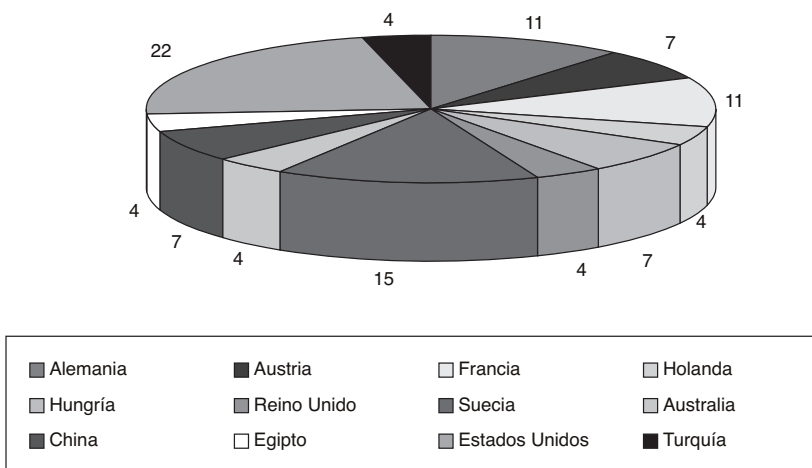
Castilla-La Mancha y Caja Madrid— (16,4 por 100) e institucional —IPEX, principalmente— (13,7 por 100), seguida por los de logística, transporte y asesoría.

Las prácticas en Oficinas Comerciales de España en el Extranjero (23,7 por 100 de las realizadas en 2001-2006) son uno de los aspectos diferenciales más importantes del MCIT, convirtiéndose en un factor esencial de su internacionalización. Su duración es de un año —en la primera edición fue de tan sólo cuatro meses— haciéndose cargo el IPEX de la remuneración. La preparación y ejecución de esta modalidad de prácticas es compleja. De entrada, implica la negociación y cooperación entre el ICEX y el IPEX y un minucioso proceso de selección de los alumnos que las realizarán. Posteriormente el IPEX se encarga de prepararlos para que desarrollen bien su actividad en las OCEE. Ello implica el conocimiento *in situ* de las actividades, herramientas y funcionamiento de las instituciones regionales públicas y privadas vinculadas a la promoción y desarrollo de la exportación, así como el aleccionamiento del papel y tareas que deberán asumir. Por último, se

asignan los destinos en función del perfil de cada alumno seleccionado. Ya durante el período de prácticas, el IPEX se encarga de la labor de seguimiento que incluye el contacto permanente con los alumnos y su participación directa en todas aquellas ferias o misiones comerciales que tengan lugar en el entorno próximo de las OCEE, participación que consiste básicamente en asistir y orientar a los empresarios de la región que acudan a ellas.

Los alumnos del MCIT que han realizado sus prácticas en OCEE durante el período 2001-2006 ascienden a 27. El 59,3 por 100 tuvo como destino países de la UE (Suecia, Alemania, Francia, Austria y Hungría, principalmente). Este carácter mayoritario de la UE como destino de las prácticas responde a que los principales mercados de exportación para Castilla-La Mancha son los europeos. Estados Unidos, otro importante mercado para la región, concentra el 22 por 100 de los alumnos en prácticas, siendo Miami y Nueva York los principales destinos. El resto de países son mercados emergentes (China y Turquía) o con alguna especificidad (Australia y Egipto) que los hace

GRÁFICO 1
PRÁCTICAS EN OFICINAS COMERCIALES DE ESPAÑA EN EL EXTRANJERO (2001-2006)
(En porcentajes)



Fuente: Elaboración propia a partir de la Base de Datos del MCIT

atractivos para el conjunto de las exportaciones castellano-manchegas o para las de algún sector concreto (Gráfico 1). En definitiva, la distribución de las prácticas en OCEE es coherente con la realidad del sector exportador regional, habida cuenta de lo selectivo que hay que ser ante el coste que supone su financiación para la Consejería de Industria a través del IPEX y la limitación de sus recursos. Así, para seleccionar los destinos se parte de una premisa básica: que el país sea de interés para los sectores productivos de Castilla-La Mancha por tamaño, potencial o especificidades de sus mercados. No obstante, en la medida de lo posible, en la selección también se considera la conveniencia de consolidar la permanencia de las prácticas del MCIT en ciertos países (Estados Unidos, Alemania, Suecia, China), para que sean más conocidos entre el empresariado regional los servicios y apoyo ofrecidos y así se intensifique el aprovechamiento de la inversión en capital humano realizada.

Las prácticas en empresas de la UE representan el 12,3 por 100 de las reali-

zadas en 2001-2006, si bien es cierto que hasta 2004 no se pusieron en marcha. Con ellas se incrementa el abanico de posibilidades de formación práctica ofertada por el MCIT, permitiendo a sus alumnos conocer las formas de organización y de gestión al uso en empresas europeas distintas a las españolas. Su duración es de seis meses y la remuneración procede de fondos europeos obtenidos a través de los programas de prácticas Manxa —presentado por la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales como específico para el comercio exterior y aprobado por la Comisión Europea para el período 2004-2006— y Leonardo, ambos gestionados conjuntamente entre el MCIT y la ORI de la UCLM. Las empresas de destino se han localizado fundamentalmente en Bélgica, Holanda y Portugal, siendo el área de logística y distribución comercial donde han desarrollado su actividad la mayor parte de los alumnos que optaron por esta modalidad.

En cuanto a la integración laboral de los recursos humanos formados a través del MCIT, el 93 por 100 de los alumnos



CUADRO 4
INTEGRACIÓN LABORAL DE LOS ALUMNOS QUE SUPERARON EL MCIT (2001-06) (*)

Edición	TVCE (1)	TNVCE (2)	NT (3)	Total
2001-02	66,7	20,8	12,5	100,0
2002-03	57,1	33,3	9,5	100,0
2003-04	39,3	57,1	3,6	100,0
2004-05	52,6	42,1	5,3	100,0
2005-06	50,0	45,5	4,5	100,0
2001-06	52,6	40,4	8,0	100,0

(*) Datos estimados para el año siguiente a la finalización del MCIT

(1) En trabajos vinculados al comercio exterior

(2) En trabajos no vinculados al comercio exterior

(3) No trabajan

Fuente: Elaboración propia a partir de la Base de Datos del MCIT

que completó el período de prácticas entre 2002 y 2007 estaban ocupando ya un puesto de trabajo durante el año siguiente, puesto que en el 52,6 por 100 estaba vinculado a la formación obtenida en comercio internacional (Cuadro 4). Si la tasa de éxito en la formación teórico-práctica del MCIT era alta, tal y como señalábamos en el subepígrafe anterior, la tasa de éxito en integración laboral de los recursos humanos formados no le anda a la zaga. Si a ello se añade que más de un 80 por 100 de dichos recursos se han quedado en empresas e instituciones de la región resulta innegable la eficiencia de la formación especializada ofertada por el MCIT.

En cuanto a la integración laboral de los recursos humanos formados a través del MCIT, el 93 por 100 de los alumnos que completó el período de prácticas entre 2002 y 2007 estaban ocupando ya un puesto de trabajo durante el año siguiente. A su vez, el 52,6 por 100 estaba vinculado a la formación obtenida en comercio internacional (Cuadro 4). Así pues, si la tasa de éxito en la formación teórico-práctica del MCIT era alta, tal y como señalábamos en el subepígrafe anterior, la tasa de éxito en integración laboral de los recursos humanos formados no le anda a la zaga. Si a ello se añade que más de un 80 por 100 de dichos recursos se han

quedado en empresas e instituciones de la región resulta innegable la eficiencia de la formación especializada ofertada por el MCIT.

4. A modo de conclusión

La región de Castilla-La Mancha se está incorporando de modo irreversible al proceso de internacionalización económica. En su desarrollo, empresarios, profesionales, instituciones y titulados están tomando conciencia de la importancia que tiene la inversión en capital humano especializado en las actividades de promoción y exportación de productos regionales en el exterior para hacer frente a tal reto. Este cambio de perspectiva ha impulsado un progresivo incremento de la oferta formativa en dicho ámbito. Primero, a través de cursos dispersos y, progresivamente, a través de iniciativas más extensas con contenidos más especializados. El Máster en Comercio Internacional y sus Técnicas de la UCLM y los cursos promovidos por Cámaras de Comercio, ICEX e IPEX han supuesto un avance sustancial respecto a la oferta formativa existente en la región hace menos de una década. De la labor desarrollada hasta ahora se están obteniendo importantes lecciones de cara a configurar una experiencia propia que



contribuya a ampliar e intensificar la internacionalización de la región.

Ante la falta de iniciativas previas, el balance puede considerarse en términos generales muy positivo, demostrando que Castilla-La Mancha tiene, como cualquier otro territorio, capacidad para afrontar éste y otros aspectos de la globalización. No obstante, se pone de manifiesto que las dificultades para avanzar son notables en materia de ampliación de la oferta, coordinación entre agentes implicados y concienciación de pequeños y medianos empresarios. El intenso esfuerzo realizado en el último sexenio por el IPEX, la UCLM y otras instituciones empresariales ha sido determinante para llegar a la situación actual pero, sin duda, requerirá de un nuevo impulso y esfuerzo conjunto en los próximos años. Máxime si se considera que el rendimiento de la formación realizada y su demanda efectiva está creciendo con suma celeridad últimamente, gracias a que aumenta la proporción del empresariado consciente de la necesidad y conveniencia de incorporar a sus empresas personal cualificado en comercio internacional.

La experiencia del MCIT es un ejemplo de una oferta formativa especializada en comercio exterior eficiente. Los buenos resultados obtenidos en sus seis ediciones avalan dicha eficiencia, a la vez que constituyen el reflejo del arduo trabajo planificador realizado en sus inicios y del constante esfuerzo por mejorar su calidad, tanto en la vertiente lectiva como en la de prácticas, trayectoria que ha sido posible por la suma al proyecto de las principales instituciones de la región con experiencia formativa en comercio internacional (Cámaras, ICEX, IPEX y UCLM), así como por el espíritu de cooperación, colaboración y consenso en la

toma de decisiones que ha primado durante los años de vida del MCIT.

Bibliografía

- [1] FERDINAND, S. R. (2006): Cómo negociar en inglés. Guía práctica para el ejecutivo internacional. 1ª edición. Madrid. IPEX.
- [2] GARCÍA DELGADO, J. (Director) (1991): Apertura e internacionalización de la economía española. 1ª edición. Madrid. Colegio de Economistas.
- [3] MADRID, A. y GARCÍA, D. (2004): «Influencia del tamaño, la antigüedad y el rendimiento sobre la intensidad exportadora de la Pyme industrial española», *Sector Exterior Español de ICE*, nº 817, septiembre 2004, pp. 35-49. Madrid.
- [4] MANERA, J. y MARTÍN, M. (2006): «Percepción de los instrumentos de promoción comercial de apoyo a la internacionalización de las empresas en las Comunidades Autónomas de España», *Tribuna de Economía de ICE*, nº 828, enero-febrero de 2006, pp. 249-268. Madrid.
- [5] MOREJÓN, P. A. y otros (2006): «La economía internacional de Castilla-La Mancha 2005-2006», *Boletín Económico de ICE*, nº 2899, diciembre 2006, pp. 3-30. Madrid.
- [6] PARDO, M. R. (1996): La industria de Castilla-La Mancha en el período de recuperación (1985-1991). 1ª edición, Madrid. Civitas
- [7] PÉREZ, F. (director) (2006): Productividad e internacionalización. El crecimiento español ante los nuevos cambios estructurales, 1ª edición. Bilbao. Fundación BBVA.
- [8] PORTER, M. E. (1990): The competitive advantage of nations. 1ª edición. Londres. McMillan.



